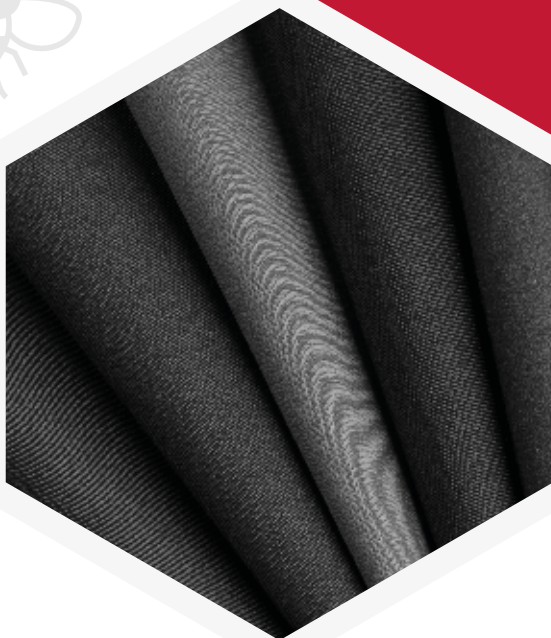




BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025





126

HModa
126

121

126C

HMODA

Presentazione

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

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

Nella realizzazione del documento siamo partiti dalle solide basi dei precedenti anni di rendicontazione che sono stati preziosi per conoscere in maniera più precisa e puntuale i nostri impatti sociali ed ambientali. In questa lettura vi offriamo i nostri primi progressi, le sfide e le opportunità di cui siamo stati protagonisti nel 2025.

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

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

Vi auguriamo una buona lettura.

Indice

1. Introduzione	7
1.1 Perimetro di rendicontazione	8
1.2 Nota metodologica	8
1.3 Highlights 2025	11
1.4 Il Gruppo	12
1.5 Modello organizzativo e di gestione	18
1.6 Modello di business	22
1.7 Le nostre aziende	26
1.8 HPlanet: Change makers for a better future	58
2. Governance	81
2.1 Struttura e composizione degli organi di controllo	82
2.2 Analisi di materialità e gestione dei rischi	86
2.3 Codice etico	99
2.4 Condivisione e generazione del valore	102
2.5 Rating ESG	105
3. Ambiente	108
3.1 La gestione dei consumi	109
3.2 L'impronta ambientale	116
3.3 Il management dei rifiuti e progetti di economia circolare	120

4. Sociale	128
4.1 Bilancio Sociale	130
4.2 L'impegno verso la Comunità	146
5. Compliance, Filiera e Tracciabilità	156
5.1 Compliance e certificazioni	157
5.2 Filiera	167
5.3 Tracciabilità	176
6. Appendice	180
6.1 GRI Content Index	181
6.2 Interoperabilità GRI-ESRS	200
6.3 Sintesi degli impatti ambientali e sociali delle nostre aziende	208
6.4 Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità	262





Introduzione

1.1 Perimetro di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità comprende tutte le Società consolidate integralmente dal Gruppo HModa, inclusa Holding Immobiliare S.r.l., Società responsabile della gestione del patrimonio immobiliare del Gruppo e degli immobili in cui si svolgono le attività di alcune aziende HModa. Holding Immobiliare S.r.l. non dispone di una propria sede fisica né di personale dipendente.

1.2 Nota metodologica

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

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

Per raggiungere questo scopo HModa si è servita degli standard GRI optando, in armonia con il quarto anno di rendicontazione, per un approccio "In accordance with" in osservanza del principio di trasparenza, tenendo conto delle eventuali corrispondenze con gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Inoltre, agli Standard GRI rendicontati sono stati associati gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite che il Gruppo perseguirà nello sviluppo dei propri servizi e nel modello economico, a beneficio delle società e della comunità.

Nel 2025 sono state realizzate delle attività di graduale avvicinamento alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), inclusa l'analisi dei rischi e delle opportunità correlati a tematiche di sostenibilità. Questo processo ha previsto una valutazione integrata sia dell'impatto delle attività aziendali sull'ambiente e sulla società (materialità d'impatto), sia dell'influenza dei fattori di sostenibilità sulle performance economico-finanziarie dell'azienda (materialità finanziaria). Tale approccio ha permesso di identificare in modo puntuale i temi materiali più rilevanti, come descritto nell'apposito paragrafo "Valutazione degli impatti".

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

Il perimetro dei dati e delle informazioni economiche, sociali e ambientali riportate nella presente documentazione concerne le società consolidate integralmente dal Gruppo HModa.

Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo "Perimetro di rendicontazione".

Per sedi significative si intendono le seguenti ragioni sociali:

◆ **Uno Maglia Spa**

◆ **Alex&Co Srl**

◆ **Albachiara Srl**

◆ **Rbs Srl**

◆ **GAB Group Srl**

- ◆ **Project Srl**
- ◆ **Valmor Srl**
- ◆ **Famar Srl**
- ◆ **Seriscreen Srl**
- ◆ **Rilievi Group Srl**
- ◆ **Rilievi India**
- ◆ **Il Ricetto del Ricamo srl**
- ◆ **Punto Art Srl**
- ◆ **Beste Spa SB**
- ◆ **Calzaturificio DEMA Srl**
- ◆ **Alinea Srl**
- ◆ **Elledi Srl**
- ◆ **Taglionetto Srl**
- ◆ **Emmetierre Srl**
- ◆ **Fast Pelle Srl**
- ◆ **Accademia HModa Srl SB**
- ◆ **HModa France srl**
- ◆ **Fustellificio Toscano srl**
- ◆ **Manrico Spa**

Si specifica inoltre che per coerenza di rendicontazione all'interno del documento si trovano anche le informazioni inerenti ad Alkenium srl, nonostante il settore di appartenenza sia diverso.

Il periodo di riferimento del presente Bilancio di Sostenibilità coincide con quello del bilancio d'esercizio, coprendo l'arco temporale compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025. Durante questo periodo sono stati raccolti e analizzati dati relativi a consumi energetici, emissioni e altre metriche chiave,

oltre a essere avviati progetti significativi che, pur essendo stati concepiti nel 2025, vedranno piena realizzazione nei prossimi anni e saranno quindi approfonditi nel prossimo bilancio.

La frequenza con cui si effettua il processo di reporting è annuale. Il Bilancio di Sostenibilità è stato sottoposto ad esame limitato secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) – Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information", emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), da parte di EY S.p.A. Gli indicatori quantitativi non riferiti ad alcuna general o topic specific disclosure dei GRI Standards, riportati in corrispondenza delle pagine indicate nel Content Index, non sono oggetto di esame limitato da parte di EY S.p.A. Analogamente, l'analisi dei temi materiali secondo il metodo della Doppia materialità non è oggetto di esame limitato da parte di EY S.p.A. Ai fini delle attività di revisione è stata considerata l'analisi di Impact materiality effettuata secondo GRI Standards e sulla base della quale sono stati definiti i contenuti del documento e i relativi indicatori GRI.

Nella presente reportistica non sono stati rivisti e rideterminati i dati relativi al precedente anno di rendicontazione.



1.3 Highlights 2025



Ambiente



1,3 GWh

Energia autoconsumata da
impianti fotovoltaici



2.410¹ tCO₂

Emissioni evitate grazie
all'acquisto di Garanzie d'Origine



89%

Rifiuti avviati
a recupero



Filiera



244

Audit di filiera effettuati



Sociale



2.335

Dipendenti del
Gruppo



53%

Presenza
femminile



75%

Contratti a tempo
indeterminato



9.643²

Ore di formazione
erogate



Chimica



12

Chemical Manager formati
secondo standard ZDHC



Compliance



11

Certificazione
UNI/PdR 125



12

Aziende certificate
ISO 14001, 45001



13

4Schem

¹ il dato è stato calcolato moltiplicando la quota di energia elettrica coperta da GO per il fattore di conversione scope 2 location based TERN 2022 per Italia

² il dato fa riferimento ai lavoratori in organico al 31.12.2025

1.4 Il Gruppo

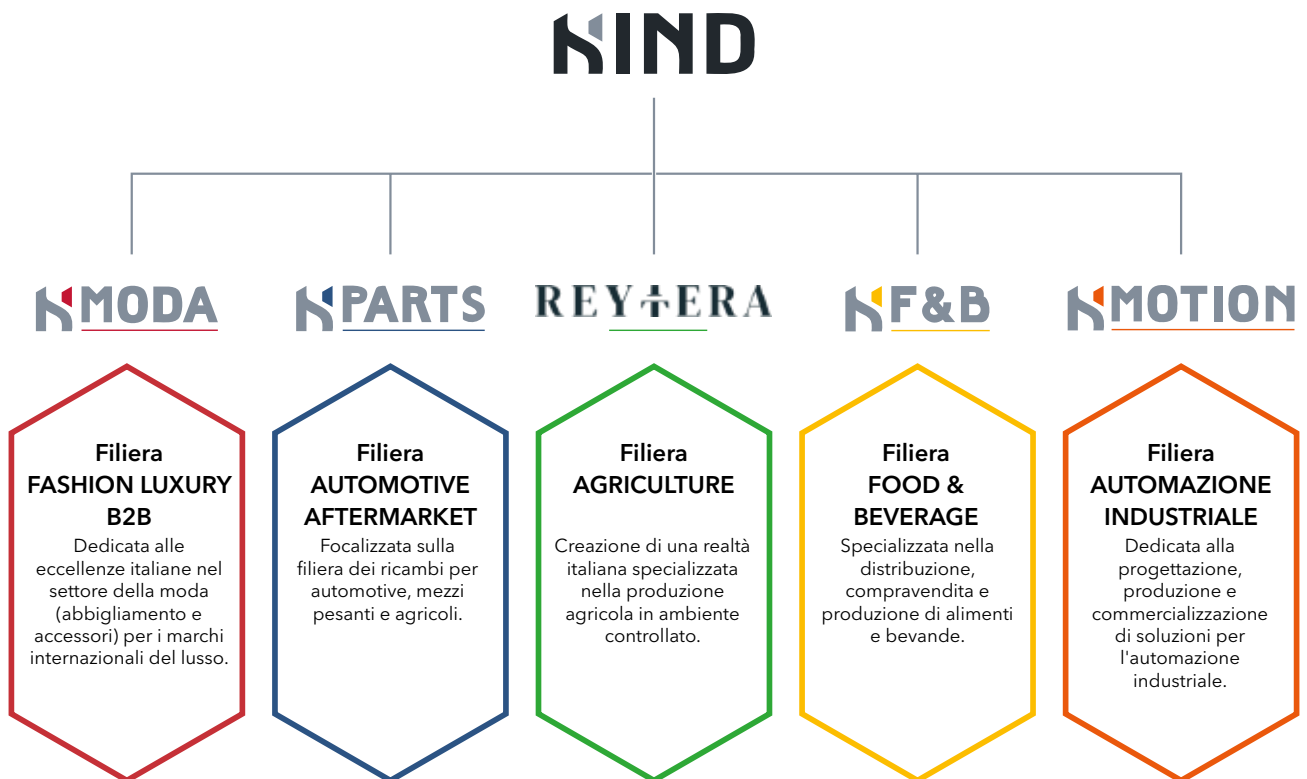
HInd: Be in the Hive

Holding Industriale Spa (di seguito HInd), fondata nel 2011 a Torino da Claudio Rovere e Luca Ferraris, rappresenta una realtà imprenditoriale innovativa che unisce talenti, idee e risorse per dare vita a progetti ambiziosi nel panorama industriale italiano. La missione di HInd è quella di investire nel capitale di piccole e medie imprese promettenti, con l'obiettivo di favorirne la crescita, l'internazionalizzazione e il ricambio generazionale. Attraverso un approccio strategico, HInd si impegna a valorizzare le eccellenze del Made in Italy in diversi settori, contribuendo al loro sviluppo e consolidando il loro posizionamento competitivo.

HInd opera da due sedi principali: una a Torino, in Via Giolitti 55 e una a Milano, in Largo Augusto 8. La storia della holding ha avuto origine grazie alla visione lungimirante del Presidente, che ha

identificato in un produttore di abbigliamento per brand del lusso l'opportunità di avviare un progetto di lungo termine, capace di generare valore per la filiera, le persone e il territorio. Questa volontà di preservare l'eccellenza del savoir-faire italiano si è tradotta in un modello di business orientato alla produzione B2B di alta moda, distinguendosi nel panorama internazionale e conquistando importanti traguardi.

HInd si è affermata nel tempo per la sua capacità di individuare opportunità di crescita nei settori chiave dell'economia italiana. Con un focus sull'innovazione, la sostenibilità e l'eccellenza operativa, la holding è diventata un punto di riferimento nel sistema industriale nazionale e internazionale, offrendo soluzioni innovative e servizi di alta qualità ai propri clienti. Proseguendo il suo progetto di aggregazione delle eccellenze italiane, HInd investe in filiere emblematiche del Made in Italy attraverso cinque subholding verticali:



A supporto delle subholding sono stati istituiti due dipartimenti trasversali:



**Dipartimento
trasversale
SOSTENIBILITÀ**

Consulenza in materia di sostenibilità e creazione di percorsi ESG personalizzati per le aziende.

**Dipartimento
trasversale
DATA ANALYSIS**

Aggregazione dei big data e reporting sui dati di mercato attraverso ricerca e analisi approfondite.

L'approccio operativo della holding si basa su tre pilastri industriali fondamentali:

- **Made in Italy e Innovazione:** combinando tradizione ed eccellenza italiana con un approccio creativo orientato al futuro, HInd garantisce qualità distintiva e competitività sul mercato globale. L'innovazione è considerata il motore principale del progresso aziendale.
- **Cultura e Formazione:** la preparazione dei talenti è essenziale per affrontare le sfide presenti e future, promuovendo la crescita personale e professionale all'interno dell'organizzazione.

- **Etica e Sostenibilità:** principi cardine per generare valore positivo non solo all'interno dell'azienda ma anche nella società e nell'ambiente circostante.

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

HModa: Holding heritage, making Moda

Nel 2017 nasce Holding Moda S.r.l. (di seguito HModa o Gruppo), subholding di HInd, con la missione di favorire l'aggregazione di piccole e medie imprese italiane specializzate nella produzione di abbigliamento, calzature e accessori per i brand dell'Alta Moda, sia a livello nazionale che internazionale. Il modello di business di HModa si fonda sulla collaborazione tra le aziende del Gruppo, con l'obiettivo di creare valore duraturo e relazioni solide, mantenendo un costante impegno verso la sostenibilità.

Al centro della visione di HModa ci sono le Persone, considerate il motore principale del cambiamento positivo nel sistema industriale italiano. Il Gruppo valorizza le unicità e le competenze individuali, promuovendo il lavoro di squadra tra aziende virtuose operanti in settori dinamici e in continua evoluzione. A fine 2025, HModa conta su 2.335 dipendenti e 25 imprese complementari, distribuite strategicamente in Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche e Campania. Grazie a questo know-how diffuso sul territorio, il Gruppo copre 11 categorie merceologiche nel comparto tessile, pelle, calzature e ready-to-wear, garantendo una produzione Made in Italy che combina artigianalità e innovazione.

Le aziende del Gruppo sono specializzate in prodotti e servizi differenti che insieme costituiscono un'offerta verticale completa. Questo approccio consente a HModa di soddisfare le esigenze dei Clienti anticipando i loro bisogni e perseguendo l'eccellenza operativa. La dedizione delle oltre 2.335 Persone che lavorano nel progetto Holding Moda è fondamentale per diffondere la cultura del savoir-faire italiano e promuovere

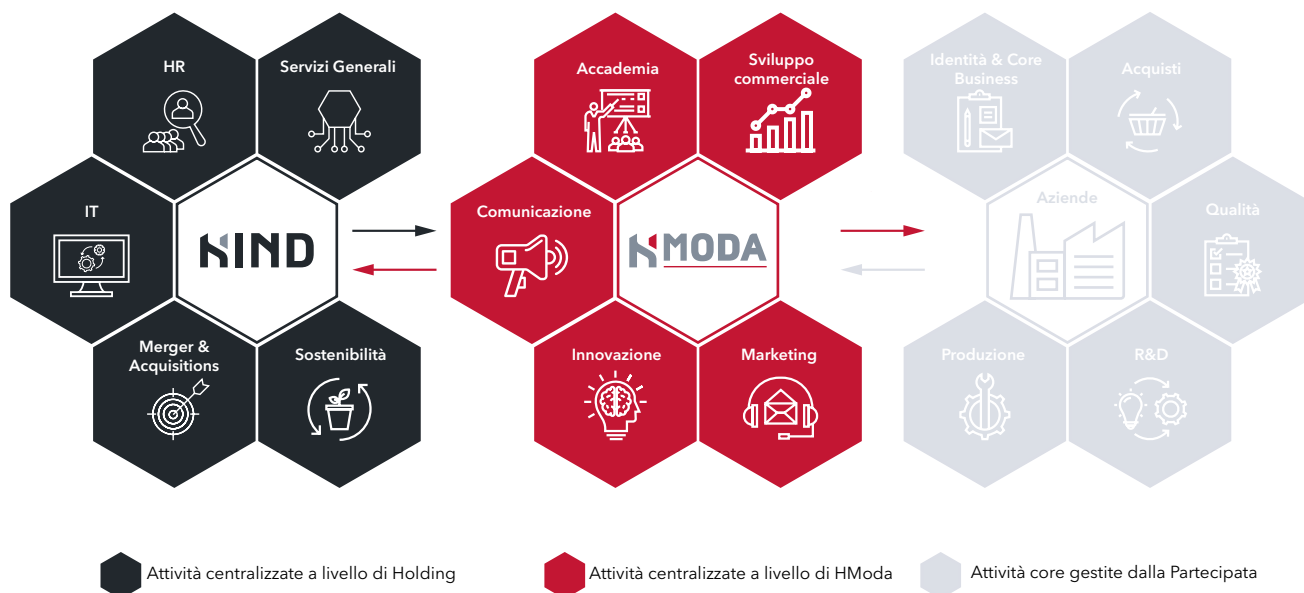
l'eccellenza del Made in Italy. Le esperienze degli imprenditori, dei collaboratori e dei giovani talenti rappresentano l'anima del Gruppo, permettendo di coniugare tradizione e innovazione in progetti straordinari.

La gestione delle attività e delle collaborazioni all'interno del Gruppo è guidata da una carta valoriale condivisa sia internamente che esternamente. Questi valori, promossi dal Presidente e radicati in tutte le subholding e aziende partecipate, rappresentano una bussola morale per orientare le decisioni quotidiane e contribuire alla resilienza e sostenibilità dell'organizzazione nel lungo periodo:

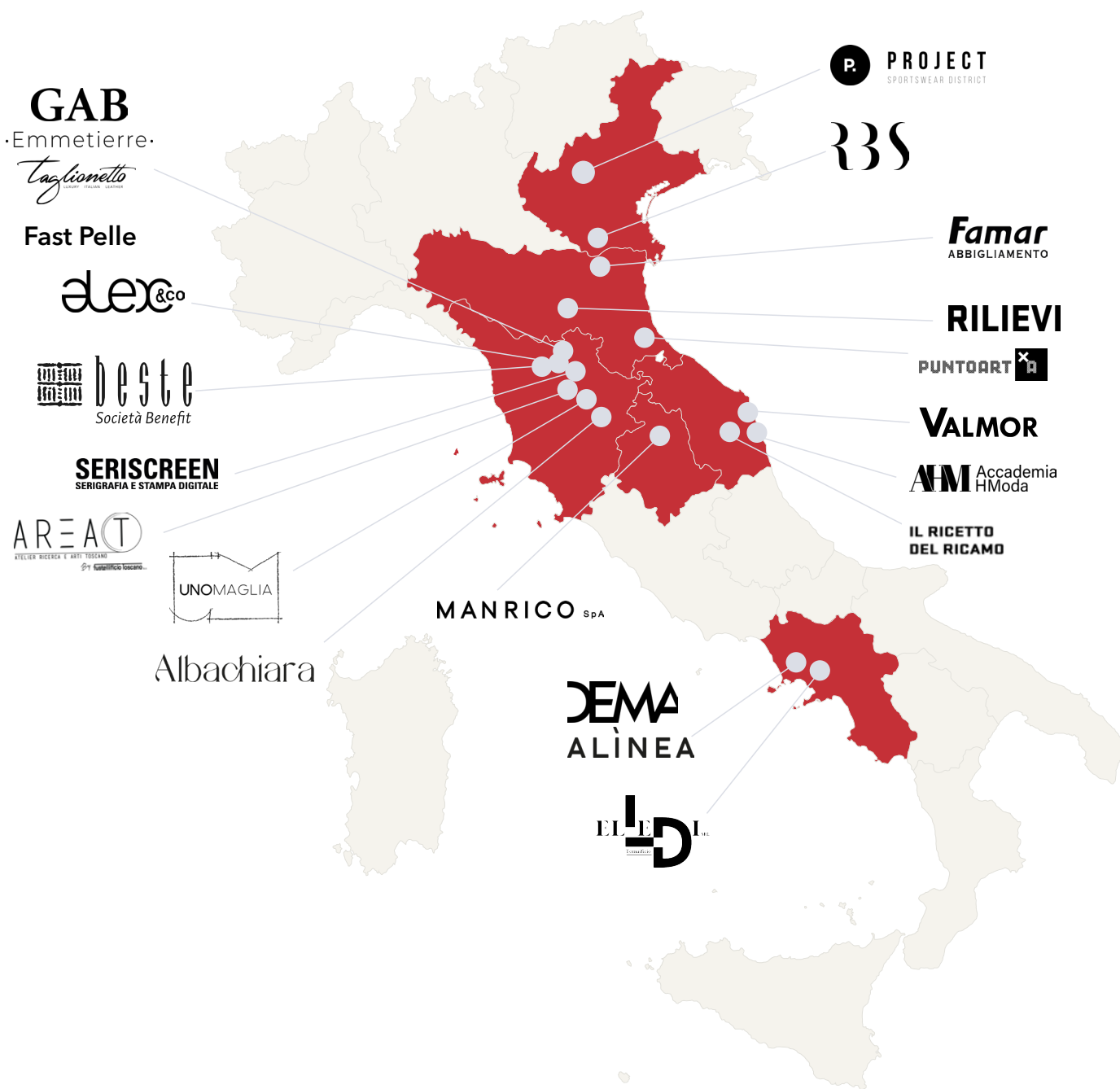
- ◆ Integrità, trasparenza e correttezza
- ◆ Proattività e determinazione
- ◆ Miglioramento continuo
- ◆ Responsabilità e consapevolezza
- ◆ Diversità e inclusione
- ◆ Ascolto, rispetto e collaborazione
- ◆ Apertura al cambiamento
- ◆ Efficienza ed oggettività
- ◆ Passione e unicità
- ◆ Gratitude e umiltà

HInd supporta HModa attraverso funzioni corporate come HR, IT, Sostenibilità, Comunicazione, Finance, M&A e Legal. Questo sostegno consente al Gruppo di avanzare uniformemente nei progetti di formazione, innovazione, comunicazione e sviluppo

commerciale, permettendo alle singole aziende partecipate di concentrarsi sui propri obiettivi industriali e operativi.



HModa continua a perseguire la strategia di aggregazione delle eccellenze italiane, con l'ambizioso obiettivo di costruire una filiera completa che supporti i clienti in ogni fase, dalla materia prima al prodotto finito. L'attenzione sarà rivolta alla valorizzazione delle competenze interne e all'innovazione tecnologica, con l'intento di rafforzare il ruolo del Gruppo come leader nel settore della moda di lusso B2B.





1.5 Modello organizzativo e di gestione



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

L'obiettivo di questo modello organizzativo, che coinvolge Holding Moda e le aziende affiliate, è di suddividere compiti e attività, consentendo a ogni funzione di coordinare efficacemente le proprie operazioni. Questa gestione omogenea ha permesso di snellire i processi decisionali e di prevenire le sovrapposizioni di responsabilità. In Holding Industriale sono state centralizzate le seguenti funzioni:

- Corporate Development
- Innovazione
- IT
- Sostenibilità
- Legal
- Sviluppo immobiliare (HImm)

- Finanza e Controllo
- Risorse Umane
- Servizi Generali

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

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

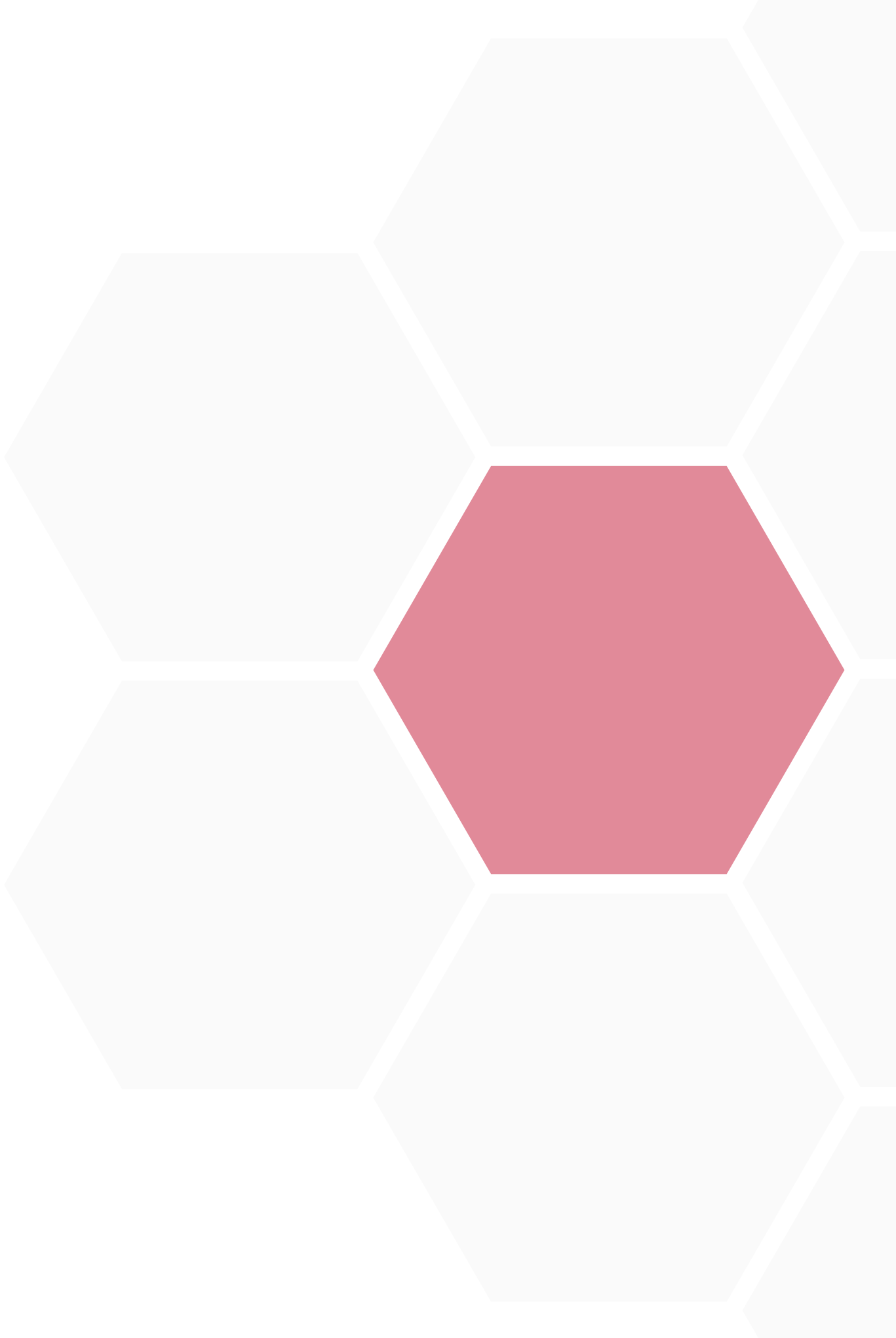


La Holding, inoltre, si impegna su base bimestrale a pianificare i "Management Committee", giornate in cui i massimi esponenti di ogni area si incontrano per discutere sullo stato di avanzamento dei progetti a livello corporate.

Queste giornate rappresentano momenti di scambio in cui i manager delle funzioni HInd hanno la possibilità di incontrarsi con i principals

delle singole aziende per approfondire meglio alcune progettualità portate avanti e di interesse comune per il raggiungimento degli obiettivi, concordando attività specifiche e budget. La partecipazione a questi eventi ci consente di rafforzare il modello che adottiamo per far crescere e organizzare il nostro team in un'ottica di miglioramento continuo.

Un'altra iniziativa volta alla condivisione di progetti e iniziative sono i "General Meeting". Questi momenti permettono a tutti i responsabili di HInd e ai principal delle aziende di HModa di riunirsi per discutere dell'andamento del Gruppo, di progetti specifici e della filiera. In generale, vengono spiegate e presentate le attività a livello corporate alle singole aziende, consentendo un continuo aggiornamento sull'andamento della Holding. Questi incontri permettono a ciascuna azienda di potersi confrontare con il Presidente e con tutte le funzioni trasversali di HModa. Questi eventi periodici riuniscono tutti gli imprenditori delle aziende affiliate al Gruppo HModa, promuovendo un approccio collaborativo con l'obiettivo di creare momenti di condivisione con i collaboratori e di costruire un ambiente di lavoro innovativo e sinergico. Investire tempo ed energia nella costruzione di connessioni autentiche e di lungo periodo tra le persone del Gruppo consente a HModa di realizzare progetti che superano l'ordinario.



1.6 Modello di business

La grande espansione e il successo delle aziende del Gruppo sono dovute, tra gli altri fattori, al solido modello di business che vi presentiamo nella figura sotto riportata. Ciascun processo è stato pensato per snellire e ridurre le tempistiche di produzione in modo tale da garantire un miglior servizio al Cliente e una rapida evasione delle commesse. Questa struttura integra, al suo interno, alcune attività della filiera della moda, come la progettazione digitale dei capi, il controllo della propria supply-chain e l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia nei macchinari. A seguito della commessa da parte del Cliente, ha inizio un'intensa comunicazione tra le nostre Aziende ed i designer dei brand serviti per la realizzazione dei prototipi; in molti casi è possibile che questo passaggio avvenga

digitalmente in modo da ridurre in maniera consistente l'utilizzo di materie prime e da evitare spostamenti superflui. Successivamente, con l'ausilio dei fornitori a valle e delle maestranze presenti in Azienda, vengono realizzati i prodotti fisici per campionario e produzione. Contemporaneamente vengono svolti più volte controlli qualità serrati, sia all'ingresso delle materie prime che in itinere, per poi concludere il processo con la consegna del prodotto al cliente. Ciascuna fase è stata studiata nel massimo rispetto dei lavoratori, della loro salute e sicurezza, nonché del loro benessere psicofisico.

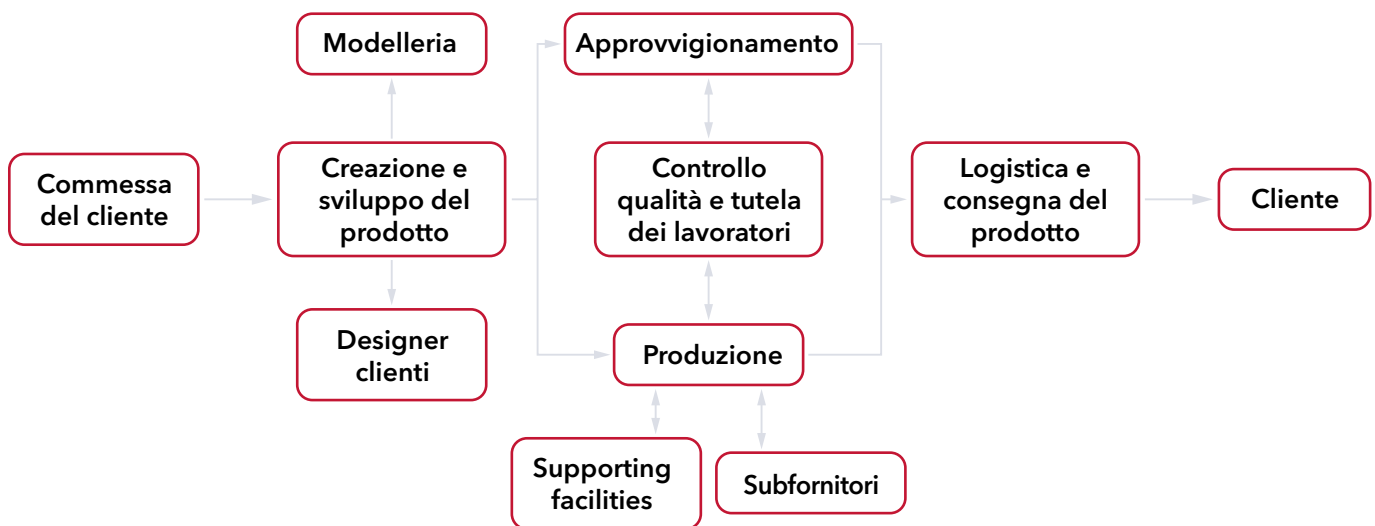


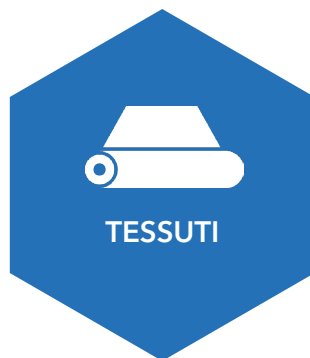
Figura 1: Modello di Business Aziende HModa

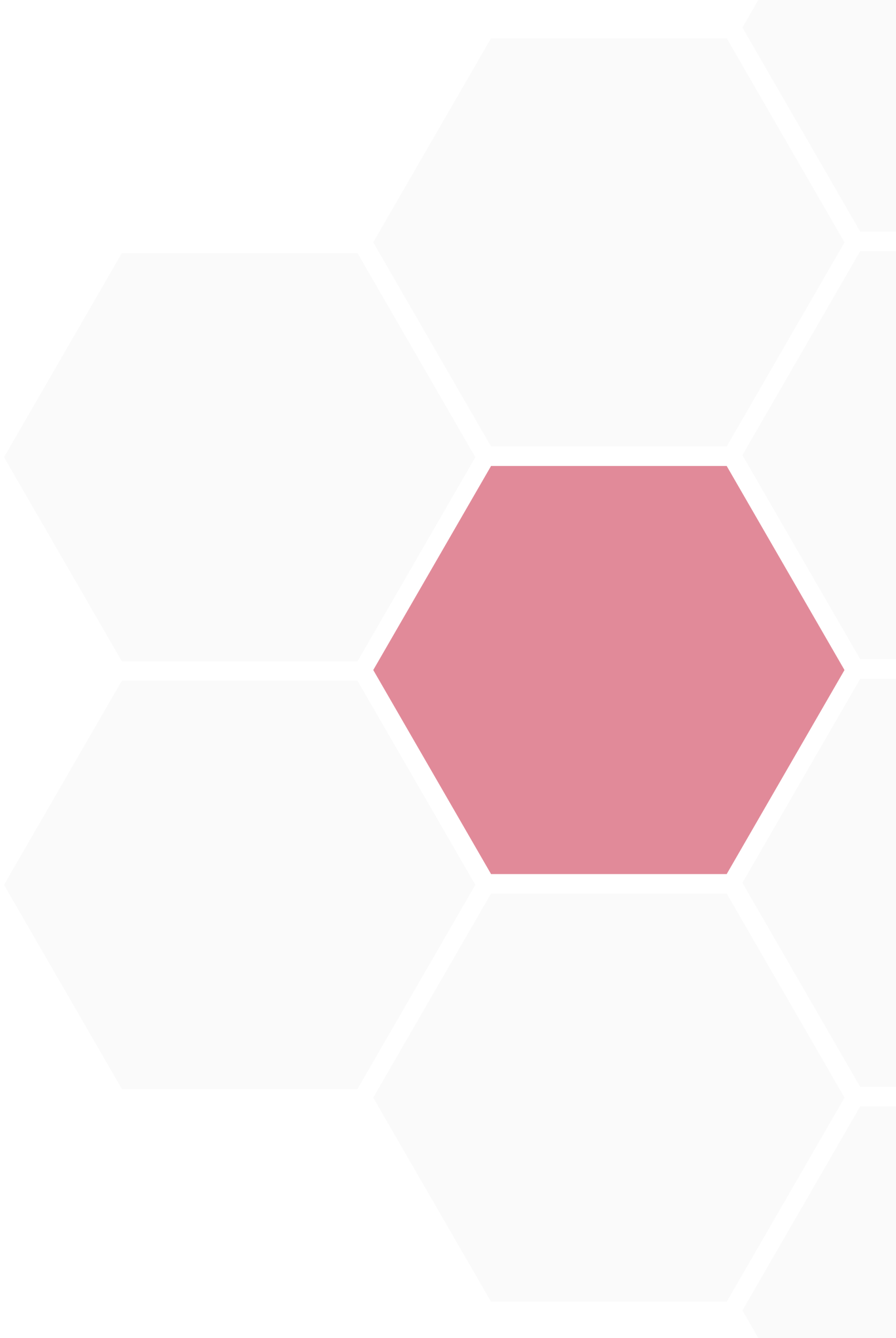
Il Gruppo persegue l'obiettivo di promuovere l'aggregazione di piccole e medie imprese specializzate in diversi prodotti e lavorazioni per i brand dell'Alta Moda nazionale e internazionale. Le aziende collaborano per creare valore e sviluppare rapporti duraturi, mantenendo costantemente un forte impegno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

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

Le Business Unit sono entità organizzative strategiche, concepite per ottimizzare le opportunità di collaborazione tra le società

che le compongono. Attraverso un approccio integrato e coordinato, le Business Unit promuovono la realizzazione delle sinergie più opportune, favorendo l'innovazione e la competitività del Gruppo. Hanno il compito di monitorare le performance e l'aderenza agli obiettivi strategici, assicurando che tutte le iniziative intraprese siano allineate con la visione e i valori aziendali di lungo termine.





1.7 Le nostre aziende

Uno Maglia

Uno Maglia rappresenta un caposaldo della città di Montevarchi grazie alla sua storia e alla maestria nella creazione di capi in jersey. La Società nasce dalla lungimiranza di due socie, Simonetta Guelfi e Laura Mugnaini, che nel 1987 fondano Uno Maglia S.n.c. nei pressi di Terranuova Bracciolini (AR), specializzata nella realizzazione di capi in jersey per il pubblico maschile e femminile. La fiorente fashion industry di fine anni '80 riconosce il savoir faire di Uno Maglia tanto che, entro tre anni dalla sua fondazione, l'azienda opera per una clientela variegata. Negli anni '90 vengono avviate collaborazioni con diversi stilisti italiani emergenti, facendo diventare Uno Maglia sempre più rilevante sia per il panorama italiano che internazionale, e continuando a veicolare i valori del Made in Italy nel proprio operato. Nel 1994 la Società adotta la forma giuridica di Uno Maglia S.r.l. La crescita dell'azienda rende necessario l'adattamento a spazi più ampi: avviene quindi il trasferimento in uno stabilimento di circa 3.000 metri quadri nello stesso comune di Terranuova Bracciolini. In questa nuova sede, Uno Maglia soddisfa al meglio le esigenze aziendali di progettazione e produzione, continuando il suo percorso verso l'eccellenza grazie alla modellistica e ai sistemi CAD implementati. La popolarità di Uno Maglia cresce, attirando l'interesse di grandi brand francesi, con i quali vengono avviate lunghe collaborazioni. Questi brand scelgono l'azienda per la fornitura di capi in tessuti pregiati o innovativi. Nel 2012 avviene il secondo cambio di ragione sociale: Uno Maglia diventa Società per Azioni, e una parte delle quote viene venduta a Holding Industriale. Con la nascita di Holding Moda nel 2017, la Società diventa la realtà capofila del Gruppo.



L'attenzione alla sostenibilità e all'innovazione porta l'azienda ad adottare le più moderne tecnologie disponibili per ridurre il proprio impatto ambientale. Questo impegno si concretizza nell'ampliamento degli spazi nella nuova sede di Montevarchi, progettata specificamente con ambienti luminosi, a cui si aggiunge, nel 2019, un edificio adiacente dotato di pannelli fotovoltaici. La grande esperienza e il "savoir faire" delle maestranze dell'azienda vengono preservati per formare le nuove generazioni. Uno Maglia avvia un progetto per creare un archivio digitale, che rende la progettazione più efficiente grazie all'accesso al vasto patrimonio di capi realizzati. Questa innovazione facilita la formazione di nuove risorse e accresce il vantaggio competitivo, riducendo i tempi di ricerca di lavorazioni precedenti. La forte vocazione sociale e il senso di responsabilità verso i dipendenti portano Uno Maglia a essere la prima azienda del Valdarno a siglare un piano di welfare. Questo ha contribuito alla creazione di un clima lavorativo positivo e a un miglioramento dei risultati aziendali. Impegnata in un percorso virtuoso di sostenibilità, Uno Maglia si propone di offrire ai propri clienti capi di abbigliamento che rispettino rigorosi criteri ambientali e sociali. Nel 2022 l'azienda intraprende un percorso per ottenere la certificazione GOTS, il più elevato standard mondiale per le fibre biologiche lungo tutta la filiera produttiva.

Nel corso del 2025 Uno Maglia ha proseguito con determinazione il proprio percorso di crescita responsabile, rafforzando in modo concreto il suo impegno in ambito di certificazioni, sostenibilità ambientale e compliance sociale. L'azienda ha rinnovato con successo le certificazioni ISO 14001, ISO 45001 e ISO 9001, a conferma di un sistema di gestione solido e orientato al miglioramento continuo in termini di qualità, tutela ambientale e salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

A queste si affianca il mantenimento della certificazione di prodotto GOTS, che testimonia l'attenzione di Uno Maglia verso l'utilizzo di materie prime sostenibili e processi produttivi responsabili lungo tutta la filiera tessile. Un ulteriore traguardo di rilievo è

rappresentato dall'ottenimento del massimo livello "EXCELLENCE" nella certificazione 4S ZDHC, risultato che conferma l'impegno dell'azienda nella gestione consapevole dei prodotti chimici, nel rispetto delle normative internazionali e nella collaborazione attiva con la propria filiera per garantire elevati standard di conformità e trasparenza.

Inoltre, in collaborazione con Holding Moda, Uno Maglia ha conseguito con successo la certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR 125, a seguito dell'audit svolto presso la sede aziendale nel marzo 2025. Questo importante riconoscimento testimonia l'attenzione dell'azienda verso i temi dell'inclusione, delle pari opportunità e della valorizzazione delle persone, elementi centrali della propria cultura aziendale.

Tutti questi risultati rappresentano una conferma concreta del forte impegno di Uno Maglia nel perseguire un modello di sviluppo sempre più sostenibile e responsabile. L'azienda continua, infatti, il proprio percorso di innovazione, investendo in processi, competenze e strumenti che le permettono di rispondere in modo sempre più tempestivo ed efficace alle richieste del mercato, mantenendo al centro valori etici, qualità e rispetto per l'ambiente e le persone.

Alex&Co

Fondata nel 2007 nella piccola cittadina di Vinci da Carlo Manciola e Antonio Tesi, la realtà di Alex&Co è specializzata nella realizzazione di capi di abbigliamento in pelle per i principali marchi del lusso. La città di Vinci è ricca di storia e prestigio grazie alla celebre presenza di Leonardo, ma negli anni è diventata anche il fulcro del distretto di creazione dell'abbigliamento in pelle, contando su maestranze altamente qualificate. L'impegno dell'azienda è da sempre la creazione di prodotti di qualità, potendo contare sull'esperienza di Persone dedite che custodiscono un vasto patrimonio di conoscenze. L'elevata qualità del prodotto è possibile grazie all'alto grado di artigianalità che si percepisce attraverso le molte lavorazioni manuali, cui l'Azienda decide di affiancare tecnologie di ultima generazione, come il CAD, per elevare ulteriormente la fase di modellazione.

Nel 2019 la società entra a far parte del Gruppo Holding Moda; i due fondatori rimangono in azienda ricoprendo incarichi di responsabilità

come la realizzazione delle collezioni, la produzione, la selezione delle materie prime, il controllo qualità e il taglio. L'esperienza maturata nel settore ha permesso all'azienda di essere riconosciuta come realtà eccellente nel territorio e nel comparto di riferimento, avviando così numerose collaborazioni con i grandi brand del lusso francese e italiano.

Grazie a questi risultati, nel 2020 l'Azienda decide di concentrare tutto il suo impegno e le sue risorse nella realizzazione di capi per le più prestigiose firme, abbandonando quindi la produzione della propria linea interna di abbigliamento in pelle. Credendo fermamente nella trasmissione del savoir faire e affrontando il ricambio generazionale, Alex&Co dal 2020 ospita nel suo stabilimento gli studenti dell'Accademia Holding Moda per fornire loro le competenze tecnico-professionali volte a formare specialisti nella realizzazione del capospalla in pelle.

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





Rbs

La volontà di Romeo era fondare una propria azienda al servizio dei brand del lusso, dopo diversi anni come direttore del prodotto di un rinomato marchio. Dal 1979, anno di nascita dell'azienda, al 2005 Rbs è stata guidata con sapienza da Romeo Sambinello nella creazione di capispalla sportivi di elevatissima qualità. La location scelta per l'avvio dell'attività è Lendinara, nella provincia di Rovigo, con circa 40 dipendenti fidati, specializzati nella produzione di capi tecnici sportivi. Il grande interesse da parte dei brand per i prodotti di Rbs porta subito la società a ingrandirsi e a spostare la sede in uno stabilimento più grande, sempre nel comune di Lendinara.

All'inizio degli anni '80 la Società instaura solide relazioni con fornitori esterni per la realizzazione di capispalla e tute sportive, ma una decina di anni più tardi la domanda cresce ulteriormente e Rbs affronta ben presto uno spostamento della sede produttiva su una superficie più ampia. Qui la Società inizia la sua ascesa, anticipando i cambiamenti del settore e diversificando il prodotto: da capi sportivi a capi outerwear fashion da città.

Con l'inizio del nuovo secolo, avvia l'informatizzazione di Rbs, coinvolgendo il reparto di modellistica con l'installazione di nuovi software e sistemi di taglio automatico che migliorano la qualità del lavoro e contribuiscono inoltre a ridurre i consumi, grazie al sistema CAD per lo sviluppo taglie. Nel 2006 le redini dell'Azienda passano alle nuove generazioni; Romeo lascia la direzione in favore del figlio Federico, che è tuttora a capo dell'Azienda. La nuova direzione mette in contatto Rbs con i principali brand del lusso internazionale, seguendo gli stilisti nell'elevazione della qualità del prodotto.

Particolare attenzione è rivolta alla filiera del lusso e alle eccellenze del savoir faire radicate in Veneto. Nel 2014 Rbs rileva un laboratorio a rischio chiusura, integrando le 15 risorse specializzate all'interno della propria struttura per garantire stabilità alle stesse e poter contare su maestranze qualificate. Nel 2020 Rbs entra a far parte del Gruppo Holding Moda e Federico Sambinello rimane in azienda al fine di garantire continuità e collaborazione per una crescita duratura.

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

Da oltre 45 anni, RBS continua a crescere, evolversi e innovare, costruendo una squadra di professionisti eccellenti e distinguendosi per il proprio impegno verso una produzione sostenibile, etica e trasparente. L'azienda ha saputo affrontare le sfide del mercato con determinazione, facendo della qualità e della responsabilità i propri pilastri strategici. Ogni esperienza, ogni traguardo raggiunto e ogni ostacolo superato hanno contribuito a consolidare il ruolo di RBS come punto di riferimento nel settore del lusso.

Albachiara

Albachiara nasce a Bucine (AR) come Società specializzata nella confezione di abbigliamento per conto terzi nel 2003, grazie alla maestria di 20 Persone dedite alla produzione per un importante brand. Nel 2010 la direzione dell'azienda è affidata a Fabio Maggini e Barbara Burzi, già proprietari della Società Magif, con una grande esperienza nel settore della manifattura dell'abbigliamento da donna per i brand del lusso. Con l'ingresso dei nuovi titolari, Albachiara registra una crescita sia in termini di fatturato che di personale, avviando relazioni con vari brand del lusso.

Nel 2017 la Società Magif si fonde con Albachiara, incorporando tutte le Persone nello stabilimento di Bucine. Per sostenere la crescita aziendale nel lungo periodo, valorizzando le persone e il loro savoir faire, nel 2020 la Società entra a far parte del Gruppo Holding Moda. La gestione operativa rimane affidata a Fabio Maggini e Barbara Burzi, affiancati da Giulio Guasco nella direzione. I risultati positivi e la crescita hanno reso necessario il trasferimento in una struttura più ampia, capace di soddisfare la domanda dei clienti. Nel 2022 Albachiara realizza questo obiettivo trasferendosi nel nuovo stabilimento a Montevarchi, affiancato alla sede di Uno Maglia.



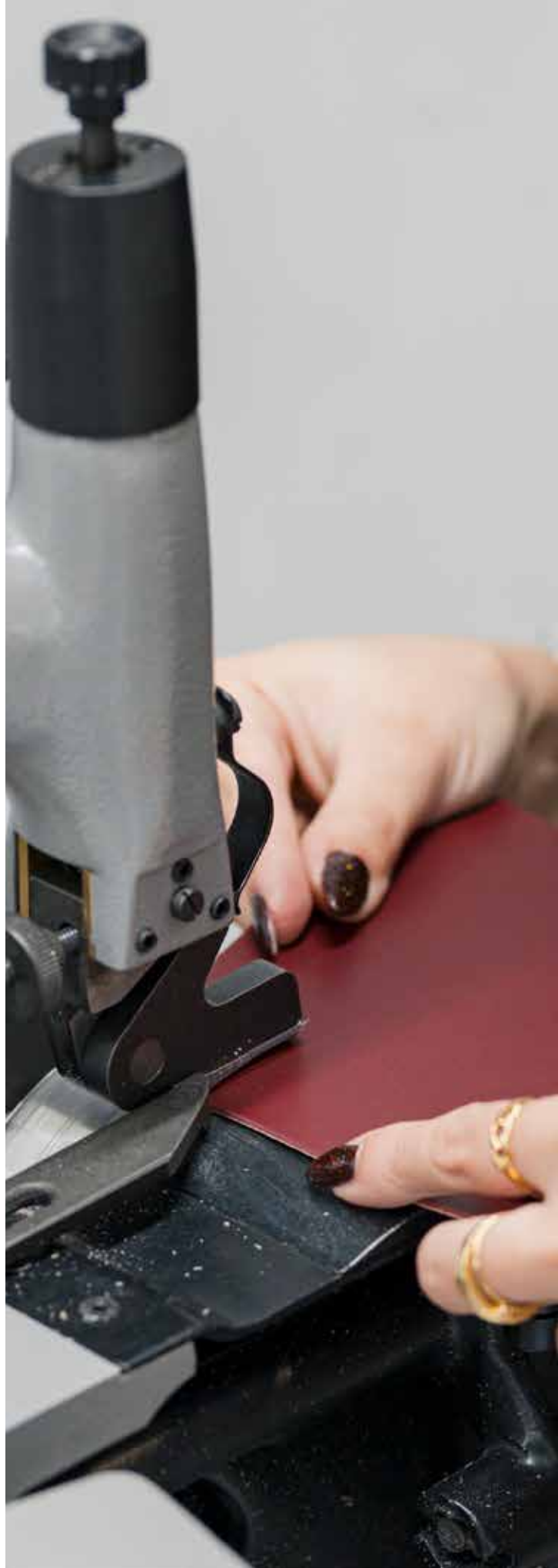
GAB

La Società nasce nel 2009 per volontà di Simone Lenzi e Claudia Guidarelli, esperti del settore pelletteria, con l'obiettivo di valorizzare il territorio e trasmettere il savoir faire alle nuove generazioni. GAB avvia la produzione di borse e piccola pelletteria in conto terzi nella città di Calenzano, inizialmente per un unico cliente. In breve tempo, il portafoglio clienti si amplia, insieme alla rete di fornitori con cui collabora stabilmente.

Nel 2012 GAB integra alcuni fornitori strategici all'interno dello stabilimento di Calenzano, ottimizzando la logistica, riducendo i tempi di consegna e collaborando attivamente con il territorio locale. Nel 2016 viene creato un reparto dedicato all'industrializzazione, garantendo una corretta realizzazione dei prodotti secondo standard qualitativi rigorosi. Questa organizzazione permette a GAB di diventare un punto di riferimento sul mercato italiano e internazionale nella pelletteria, attirando i grandi brand del lusso.

Nel 2021 GAB entra a far parte del Gruppo Holding Moda, vedendo nel progetto un supporto concreto per la crescita aziendale. Simone Lenzi e Claudia Guidarelli rimangono in azienda per supportare la direzione generale e le operations.

Nel 2022 lo stabilimento di Calenzano non è più sufficiente a soddisfare le esigenze produttive e logistiche dell'azienda. GAB individua un terreno presso l'ex Tintoria del Sole, nel comune di Campi Bisenzio, una struttura inutilizzata da decenni. Decide di recuperare 11.000 mq dell'edificio esistente, riqualificandolo per trasformarlo in un punto di eccellenza del territorio. L'investimento mira a creare un ambiente di lavoro moderno e funzionale, capace di ospitare l'Azienda, la sua rete di subfornitura e spazi dedicati ai dipendenti.



La nuova GAB occuperà una superficie totale di 19.000 mq, suddivisa in tre blocchi: il primo ospiterà la sede operativa dell'azienda; il secondo sarà dedicato alla subfornitura; il terzo includerà uffici, una mensa e aree comuni. Il progetto del primo blocco si concentra sull'efficienza energetica e la riduzione dell'impatto ambientale, grazie all'uso di luce naturale, pannelli fotovoltaici e parquet realizzato con materiali riciclati.

La Società è orgogliosa di aver contribuito al recupero e alla riqualificazione dell'ex Tintoria del Sole, migliorando l'area per la comunità locale e offrendo ai dipendenti uno spazio di lavoro accogliente e innovativo. L'impegno per attrarre nuovi talenti, formare maestri pellettieri e integrare tecnologie avanzate, come quelle legate alla pelletteria, caratterizza il percorso di GAB. L'età media dei lavoratori è di circa 30 anni, un dato che riflette l'attenzione verso nuove generazioni.

Alla fine del 2022, la nuova sede è pronta ad accogliere oltre 100 lavoratori, con l'obiettivo di aumentare ulteriormente il personale nei prossimi anni.

Nel 2024 Gab Group, capogruppo della Business Unit Pelletteria, raggiunge un importante traguardo con l'ottenimento delle certificazioni ISO 14001 e ISO 45001, che attestano la gestione responsabile degli aspetti ambientali e la tutela della salute e sicurezza sul lavoro. Questi riconoscimenti testimoniano l'impegno concreto verso pratiche aziendali sostenibili e responsabili.

A conclusione del 2024, Gab Group avvia un'iniziativa di integrazione della subfornitura all'interno del polo pelletteria di Campi Bisenzio. Questo progetto consente un controllo strategico della filiera produttiva e promuove la collaborazione tra le entità coinvolte, garantendo qualità elevata, trasparenza e un approccio responsabile lungo l'intero processo produttivo.

Project

Matteo Lavezzo fonda Project nel 1999 in Veneto con l'obiettivo di fornire un servizio completo ai brand nella realizzazione di capi in denim. Inizialmente, l'attività di Project si concentra sull'ufficio stile e prodotto, offrendo anche servizi di consulenza esterna. Dopo cinque anni, il focus dell'azienda cambia: la produzione di pantaloni diventa il fulcro centrale delle sue operazioni.

Dal 2007 Project avvia un progetto di produzione all'estero, in Tunisia, dove viene realizzato il 50% della produzione totale.

Tuttavia, nel 2015, le richieste dei clienti di concentrare la produzione in Italia, unite alla volontà di ampliare la sede veneta dell'azienda, portano alla chiusura della sede tunisina e alla decisione di dedicarsi esclusivamente al Made in Italy.





Project si distingue come un ambiente creativo che ispira le Persone, adottando il motto "Supporting daring people" per sottolineare il valore del coraggio e dell'innovazione nella creazione di progetti fuori dall'ordinario.

Nel marzo 2021, Project si trasferisce in una nuova sede nel comune di Malo, in provincia di Vicenza, un edificio di 7.000 mq progettato per ampliare i reparti interni e integrare nuove maestranze, elevando ulteriormente la qualità dell'offerta aziendale. Nello stesso anno, Project entra a far parte del Gruppo Holding Moda, individuando nel progetto una visione condivisa per la crescita aziendale. Matteo Lavezzo rimane in azienda e assume un ruolo strategico per il Gruppo Holding Moda, ricoprendo la posizione di Chief Change Officer.

Il nuovo ruolo di Matteo sarà determinante nei prossimi anni, con l'obiettivo di favorire un cambiamento culturale che coinvolga tutte le Persone del Gruppo. Sempre nel 2021, presso il nuovo stabilimento di Malo, vengono inaugurati due reparti dedicati al taglio e all'applicazione, mentre l'anno successivo vengono aggiunti i reparti di confezione e stiro, proseguendo il percorso di crescita.

Valmor

Valmor nasce negli anni '60 nelle Marche, una regione rinomata per la produzione di scarpe, per iniziativa di Tersilio Torresi. L'azienda si dedica inizialmente alla produzione di pantofole. Nel 1994 Mauro Finocchi e Fiorella Torresi, rispettivamente genero e figlia di Tersilio, entrano in azienda e avviano un processo di rinnovamento industriale che porta all'introduzione del marchio proprio sul mercato italiano ed europeo.

Con lungimiranza e osservando l'evoluzione delle dinamiche di mercato, Valmor decide di convertire la produzione, passando da pantofolificio a produttore di calzature per il tempo libero, concentrandosi in particolare sulle sneakers. A inizio anni 2000 l'azienda diventa un punto di riferimento per i grandi brand del lusso internazionale, stabilendo collaborazioni solide e puntando sul Made in Italy come sinonimo di qualità e affidabilità.

Nel 2017, grazie alla forte espansione, Valmor trasferisce la produzione in un nuovo edificio a Civitanova Marche, progettato per rispondere alle esigenze produttive e amministrative crescenti, consolidando il suo ruolo come partner delle più prestigiose maison del lusso. Alla fine del 2021 Valmor entra nel Gruppo Holding Moda, continuando il percorso di sviluppo e gestione aziendale con Mauro Finocchi e Fiorella Torresi che mantengono ruoli operativi chiave.

Nel 2022, Valmor e Holding Moda avviano la progettazione di un corso formativo per orlatori e orlatrici, una figura professionale difficilmente reperibile sul mercato. Questo progetto punta a garantire una manodopera qualificata in grado di preservare l'elevata qualità dei prodotti e di contribuire positivamente al benessere della comunità locale, storicamente legata all'azienda.

Nel 2024 Valmor intraprende un importante processo di riorganizzazione, pianificando il trasferimento di un intero reparto produttivo nell'immobile di Via Pirelli, sede di una



precedente joint venture. A marzo dello stesso anno viene completato lo spostamento del tomaificio interno, che avvia le prime produzioni per il brand. Per sostenere questa transizione, l'azienda investe in nuovi macchinari e impianti, migliorando la capacità produttiva di sneakers presso la sede di Via Pirelli.

Nel 2025 Valmor arricchisce significativamente la propria offerta introducendo nuove tipologie di calzature che prima non facevano parte del portafoglio aziendale. Accanto al core business delle sneakers, l'azienda amplia la propria proposta includendo calzature formali ed eleganti, come mocassini, modelli tubolari e calzature destrutturate, caratterizzate da lavorazioni artigianali di alta qualità e da una particolare attenzione alla scelta dei materiali.

Parallelamente, Valmor integra anche una linea di pantofole di pregio, sia da interno sia da esterno, realizzate con tecniche tradizionali e costruzioni speciali che valorizzano comfort e raffinatezza estetica. Queste tipologie, complementari alle produzioni sportive, consentono all'azienda di coprire un ventaglio più ampio di esigenze stilistiche e funzionali.

Grazie a questa diversificazione, Valmor rafforza la propria presenza nel segmento del lusso proponendo una gamma più estesa e trasversale: dalle calzature sportive alle soluzioni formali, dalle lavorazioni tecniche alle proposte più artigianali. Questo ampliamento rappresenta un passo strategico verso un'offerta più completa e capace di rispondere alle evoluzioni del mercato e delle maison internazionali.

Famar

L'azienda viene fondata nel 1966 da una sarta che pensa già in "grande". Nel nome il destino: Maris (che viene dal mare e dagli spazi infiniti) Villani. In origine l'azienda produce esclusivamente abbigliamento da donna per piccoli clienti locali o regionali, all'interno del ciclo classico "cucito-stiro". Ben presto però la clientela aumenta, con il nome di FAMAR che diventa sempre più noto durante gli anni '70. Negli anni 80 l'approccio artigianale diventa industriale. Questo avviene con l'introduzione di una gamma completa di prodotti: abiti da sera, abbigliamento tecnico sportivo uomo, costumi da bagno, intimo di altissimo livello qualitativo. La produzione diventa più varia mantenendo però un'altissima attenzione nei confronti della qualità e del dettaglio. Con l'introduzione del sistema CAD per la modellazione negli anni '90 nasce un reparto dedicato. Viene inaugurato anche un reparto di cucito per la costruzione

di prototipi. I reparti di produzione vengono rivoluzionati con l'introduzione di un sistema di movimentazioni merci di progettazione americano detto Mover. Nella seconda metà degli anni Novanta l'azienda si trasferisce nella sede attuale, raddoppiando gli spazi aziendali e allargando il parco clienti. Negli anni 2000 si compiono i processi di automazione industriale sia del reparto taglio, con l'acquisto di due stenditori automatici, sia l'integrazione dei processi CAD nel reparto di modellazione. Si integrano i flussi informatici dall'arrivo delle merci alla distinta base del prodotto.

La clientela si allarga a livello internazionale su prodotti haute couture. La seconda generazione di FAMAR ha dato un contributo innovativo all'azienda e innescato una marcia in più. Quella marcia che ha trasformato FAMAR in una realtà di servizi di altissimo profilo. L'azienda oggi può infatti contare su uno stabilimento di 6.000 mq complessivi, un'automazione completa del reparto taglio, tecnologie all'avanguardia, sia specifiche del settore moda che dell'informatica.



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

1) industrializzazione del prodotto attraverso la gestione completa di una collezione: dallo sketch alla messa a punto della taglia base, dallo sviluppo taglie alla preparazione della scheda misure, dalla distinta base all'industrializzazione del prodotto. Il tutto in un approccio dinamico di partnership nella risoluzione tecnica di eventuali problemi con gli stilisti;

2) gestione completa di una collezione dagli acquisti di materie prime ai fornitori di lavorazioni accessorie: FAMAR può cucire e preparare i capi pronti per essere spediti ai punti vendita completi di inscatolatura ed imbustaggio.

Nel marzo del 2019 parte l'Academy aziendale: un progetto formativo per dare un futuro al manifatturiero aziendale. L'Academy è una vera e propria scuola di sartoria, con la creazione di una piccola linea produttiva completa di macchinari, tavoli da taglio e ferri da stiro. All'interno di questa cornice si crea un gruppo di operatori specializzati da inserire nel mondo del lavoro e nella vera e propria produzione di FAMAR. Da una semplice idea modellata sulle esigenze dell'azienda, è nata una scuola formativa di alto livello che costituisce uno dei maggiori vanti di FAMAR. A maggio 2022 FAMAR entra a far parte del gruppo Holding Moda. L'ingresso in Holding Moda rientra in un progetto ad ampio respiro in cui la competizione globale non è più affrontabile con aziende di piccole dimensioni, la filiera integrata di prodotti e lavorazioni rappresentate dalle 10 aziende del gruppo e il valore aggiunto a cui sommare sinergie di forniture e servizi.

Il 2024 è stato un anno caratterizzato da importanti passi in avanti nell'adeguamento delle politiche aziendali, con particolare attenzione alla salute e sicurezza dei lavoratori, all'implementazione di un sistema di gestione ambientale e all'efficientamento della propria struttura.

Nel corso dell'anno, infatti, Famar ha concluso l'adeguamento alle disposizioni del Mod. 231/01, con particolare attenzione alle procedure riguardanti la salute e la sicurezza dei lavoratori e implementato tutti i processi necessari per conseguire le certificazioni ISO 14001 e 45001.

Seriscreen

Seriscreen ha inizio nel 1982 con la sede di Piandiscò, divenendo negli anni un punto di riferimento nazionale per i più grandi brand di lusso; in continua crescita, investe su tecnologie sempre più all'avanguardia, specializzandosi in lavorazioni complesse, quali la Stampa Digitale su pelle, Stampa Digitale su spalmati, Serigrafia, Stampa Digitale su prodotto finito (calzatura). La nuova sede nasce come spazio creativo e contemporaneo, vuole comunicare un modo innovativo di fare stampa e serigrafia, affermando il successo ottenuto negli anni di attività. L'azienda crede nell'importanza della eliminazione delle sostanze chimiche pericolose sia per l'ambiente che per la salute dei propri dipendenti. Fin dal 2019 l'azienda si è impegnata nella ricerca di inchiostri che abbiano qualità e tenute sempre migliori ma che allo stesso tempo risultino conformi ai limiti richiesti dalla MRSL e dalla PRSL DI ZDHC, sostituendo gli inchiostri non adeguati.

L'azienda ha messo in atto delle misure pratiche per la riduzione dell'impatto ambientale e la salvaguardia dei lavoratori come, ad esempio, l'utilizzo di cappe aspiranti per ogni stampante; in questo modo si è voluto migliorare l'ambiente di lavoro garantendo una maggiore salubrità aziendale ed una migliore qualità dell'aria nell'ambiente. È inoltre stato studiato appositamente un impianto per il riciclo dell'acqua di lavaggio dei telai di serigrafia, per permettere di depurare e ricircolare a circuito chiuso le acque provenienti dalle vasche di lavaggio dei telai senza collegamenti con la rete idrica. L'azienda ha incrementato il proprio parco macchine con la recente aggiunta di stampanti che utilizzano inchiostri ancora più ecosostenibili ed è in costante ricerca di tecniche di stampa innovative con lo scopo di garantire uno sviluppo fortemente attento alla salute ed al benessere sociale ed economico delle persone e dell'ambiente. Nel 2022 Seriscreen entra in contatto con il Gruppo Holding Moda, sposandone da subito i principi e vedendo nel progetto un possibile supporto per la crescita dell'azienda. Così nel 2022 l'Azienda diventa parte realtà del Gruppo Holding Moda, Gianluca Matassini e Matteo Mori rimangono in Seriscreen.





Rilievi Group

Rilievi è una realtà nata a Bologna nel 1991, fondata da sette ricamatrici che decisero di avviare un laboratorio per realizzare ricami fatti a mano. In origine, il laboratorio venne chiamato "Rilievi Ricami e Accessori per l'Alta Moda". L'impresa nacque a seguito di un master organizzato da Giovanna Barattozzi, esperta ricamatrice di terza generazione, che trasmise il suo sapere grazie a un programma di formazione a sostegno dell'imprenditoria, promosso dalla città di Bologna e dal CNA. Il master, della durata complessiva di 2.800 ore, permise alle ricamatrici di acquisire competenze tecniche sul ricamo e sulla progettazione dei disegni specialistici, oltre a nozioni di marketing e gestione aziendale.

Fin dagli esordi, il laboratorio riscosse il favore delle principali maison di moda dell'epoca. Nel corso del decennio successivo, Rilievi consolidò la propria struttura aziendale, migliorando i processi di gestione e formando nuovi ricamatori per rispondere alla crescente domanda. Parallelamente, negli anni Novanta, la sede di Bologna vide l'avvio delle prime collaborazioni con aziende indiane, riconosciute a livello mondiale per la qualità del ricamo a mano. Queste collaborazioni si sono evolute in partnership continuative, fino alla gestione diretta di una fabbrica a Mumbai. Rilievi ha integrato l'abilità manuale con una visione internazionale, trasformandosi in un laboratorio creativo globale proiettato verso il futuro.

Oggi, Rilievi opera con artigiani d'eccellenza, tra cui designer, ricamatrici e ricamatori, che scambiano idee, tecniche e conoscenze tra continenti. Dal 2017, Rilievi India è certificata secondo lo standard SA8000:2014, attestando la conformità ai principi della responsabilità sociale. Tra questi, rientrano la libertà di associazione e contrattazione, il rifiuto del lavoro minorile e della discriminazione, la tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori, e il rispetto delle esigenze delle parti interessate. La certificazione SA8000 rappresenta un risultato significativo, essendo il primo standard internazionale di riferimento basato su convenzioni dell'ILO (International Labour Organization), sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e sulla Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino.

Nel 2018, Rilievi ha avviato la Corporate Academy, considerata uno strumento strategico per preservare il know-how aziendale e promuovere la crescita dei collaboratori. L'Academy si propone di valorizzare le conoscenze chiave, ridurre i rischi derivanti dal cambiamento generazionale e garantire la continuità operativa attraverso percorsi di formazione innovativi e accessibili. L'integrazione di strumenti per la formazione è arricchita da tool HR avanzati, come la mappatura delle competenze e il Performance Management.

Nel 2019, l'impegno di Rilievi verso l'ambiente si è concretizzato con la certificazione ISO 14001 nella sede di Bologna, formalizzando il proprio percorso di sostenibilità. Nel 2022, l'azienda è entrata a far parte del Gruppo Holding Moda, mantenendo la presenza degli imprenditori Stefania Marocchi, Simona Finelli e Michele Galliano. Nel 2024, Rilievi ha acquisito PuntoArt, azienda con sede a San Mauro Pascoli, rinomata per la varietà e l'eccellenza delle sue tecniche, tra cui il taglio laser, le incisioni, il macramè, le termosaldature e le applicazioni con borchie.

Questa acquisizione rappresenta un'ulteriore tappa nel percorso di crescita di Rilievi, mirata a potenziare e diversificare le lavorazioni offerte.

L'integrazione del savoir-faire artigianale con tecnologie avanzate rafforza la leadership dell'azienda nel settore delle lavorazioni speciali, permettendo di rispondere alle evoluzioni del mercato e promuovendo l'eccellenza del Made in Italy.

Alkenium

Alkenium è una start-up innovativa del settore moda, orientata alla trasformazione digitale e allo sviluppo sostenibile della filiera, con radici profonde nella manifattura italiana. Fondata nel 2021 da Michele Galliano e Simona Finelli, nasce dall'incontro tra competenze pluridecennali e una visione evolutiva del fashion system. Il suo team multidisciplinare unisce expertise diversi - dalla strategia d'impresa all'IT e al digitale, dalla gestione e valorizzazione degli archivi della moda allo sviluppo prodotto e ai processi produttivi - per accompagnare brand e manifatture in percorsi di innovazione responsabile.

L'obiettivo di Alkenium è contribuire al miglioramento strutturale della filiera, offrendo servizi avanzati di manufacturing a supporto di brand emergenti e consolidati, e guidando progetti di digital transformation orientati all'efficienza, alla trasparenza e alla valorizzazione del know-how. Le attività includono l'ottimizzazione dei processi gestionali e produttivi, l'integrazione di tecnologie evolute e l'implementazione di archivi storici fisici e digitali come patrimonio culturale e operativo per le aziende. Con un approccio che combina tecnologia, esperienza e partnership strategiche, promuove inoltre un modello di cambiamento che sostiene la competitività del settore, rafforza la continuità della tradizione manifatturiera e favorisce la creazione di valore duraturo per l'intero ecosistema del fashion.

Nel corso degli anni, Alkenium ha investito con determinazione nello sviluppo di soluzioni tecnologiche avanzate specifiche per l'industrializzazione, promuovendo la creazione e la registrazione di due software proprietari: ALK365 Fashion Platform e Philo.

ALK365 Fashion Platform è uno strumento digitale progettato per rispondere alle esigenze gestionali e produttive dei brand e

delle manifatture del settore. Grazie alla sua architettura evoluta, facilita l'ottimizzazione dei processi, supportando la trasformazione digitale e l'efficienza operativa lungo tutta la filiera.

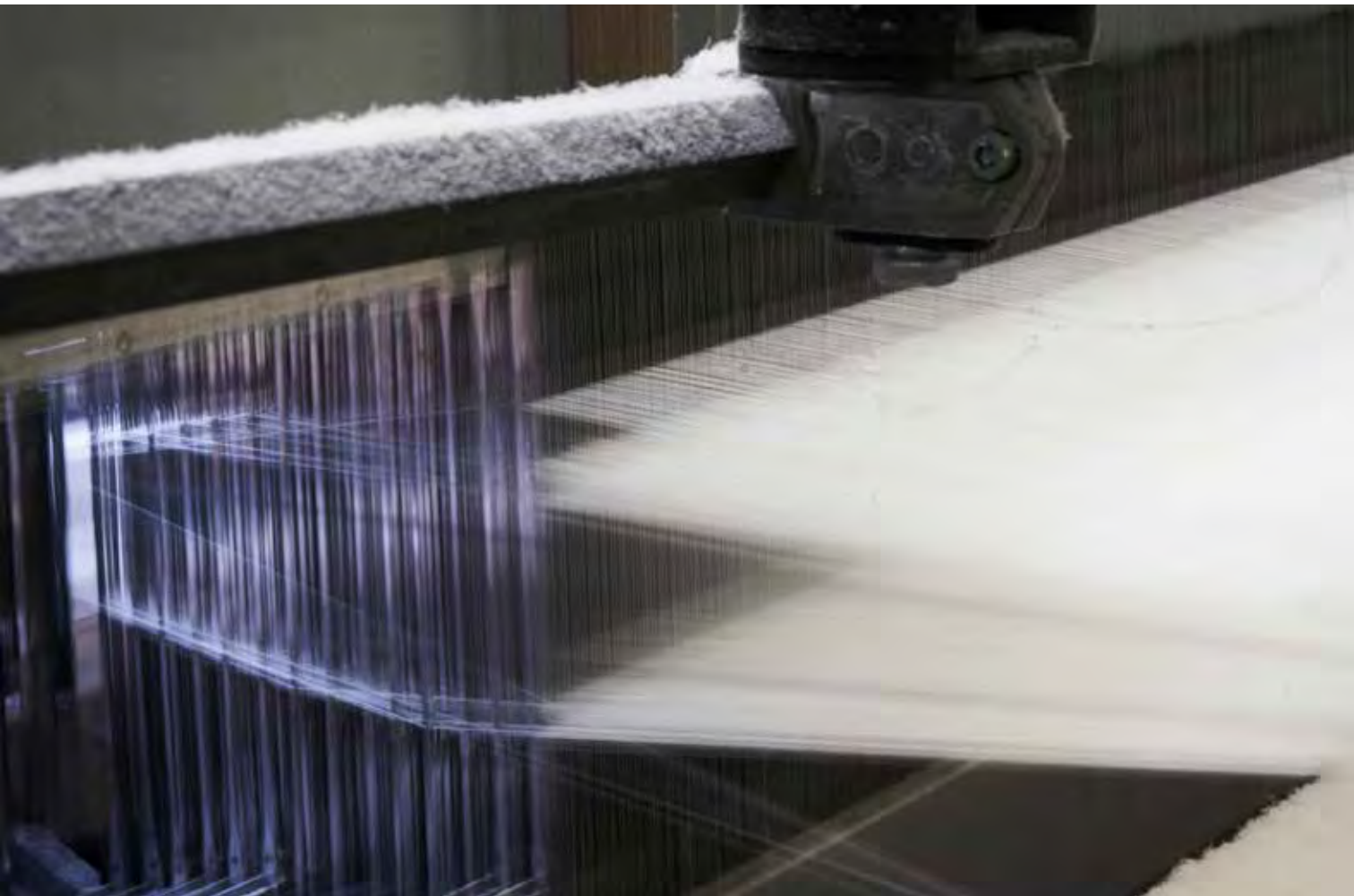
Philo è un software nato per la valorizzazione e la gestione delle comunicazioni destrutturate tra cliente e fornitore, che contribuisce a preservare il patrimonio informativo e operativo delle aziende che si occupano di produzione. Permette inoltre di integrare la tradizione manifatturiera con le più moderne tecnologie digitali, rafforzando così il know-how e la competitività del settore.

Dal 2022 Alkenium fa parte di Holding Moda, consolidando ulteriormente il proprio impegno nello sviluppo innovativo della filiera. All'interno del Gruppo supporta la competitività delle aziende su scala internazionale attraverso la digitalizzazione dei processi, l'ottimizzazione delle infrastrutture tecnologiche e la diffusione di modelli operativi avanzati.

Beste

Nel 1992 nasce l'azienda tessile Beste, a seguito dell'iniziativa di Giovanni Santi, affiancato successivamente dai fratelli Luca, Marco, Matteo e Mariagrazia. La missione dell'azienda è stata sin da subito improntata alla riforma e all'innovazione, con un focus particolare sul cotone e poi evoluto sul controllo integrale della filiera, dalla materia prima al capo finito. Grazie a questa visione, negli anni Beste ha registrato una crescita continua, grazie alla costante attenzione alla qualità e al controllo della filiera produttiva, senza mai perdere di vista l'eccellenza, elemento fondante della produzione. L'approccio operativo si traduce immediatamente in scelte coraggiose, come l'adozione di tecnologie e macchinari tradizionalmente riservati alle fibre laniere.

A metà degli anni '90, Beste integra internamente le procedure di tintoria e di finissaggio, un passaggio fondamentale reso possibile grazie al capitale umano, ricco di esperienza e professionalità. Nel 2004 inizia il trasferimento della sede aziendale a Cantagallo, un processo che si concluse nel 2010, segnando il termine del primo periodo di diversificazione e internazionalizzazione. Fondamentali in questa fase sono lo sviluppo e l'amore per il prodotto tessile che portano l'azienda a realizzare proposte uniche. Nel 2005, Beste effettua la seconda acquisizione di Carada e ottiene la certificazione UNI EN ISO 14001, aprendo l'azienda a una dimensione internazionale e consolidando la catena di fornitura con la realizzazione dei primi prodotti finiti. L'ambizione dell'azienda di diversificarsi e crescere si traduce in numerose partnership, sia nel territorio pratese che con realtà più distanti. Nel tempo, Beste ha ampliato e diversificato il proprio ecosistema produttivo attraverso acquisizioni strategiche, alleanze internazionali e lo sviluppo di progetti con forte valore innovativo e sostenibile.



L'acquisizione di Pontelambro, storica realtà lombarda specializzata nella camiceria di alta gamma, ha arricchito le competenze nel trattamento di lino e cotone, consolidando l'offerta destinata ai brand del lusso. A questa si affiancano realtà complementari come JIADA, ramo dedicato al jersey, e H&B Textile Technology Co. Ltd., joint venture tra Beste e Huamao (Anqing, Cina), nata nel 2012 per garantire standard qualitativi condivisi su scala internazionale. Nel 2013 prende vita Sezione Aurea, una collezione firmata da Piergiorgio Donatucci che incarna l'eccellenza tessile italiana. Caratterizzata dall'uso di fibre nobili come seta, cashmere e cotone Sea Island, la collezione Sezione Aurea esprime un'estetica senza tempo unita a performance tecniche elevate, ponendosi come punto di riferimento per clienti alla ricerca di tessuti d'autore. Nel 2018 nasce Tessuteka, un archivio strutturato con migliaia di referenze tessili suddivise in 19 categorie, oggi strumento fondamentale per lo sviluppo di nuove collezioni e per alimentare processi di ricerca e innovazione. Parallelamente, progetti come il Bestone, app per il campionamento cromatico, e MONOBI, collezione di capospalla ad alto contenuto tecnico e urbano maschile, testimoniano la capacità di Beste di coniugare creatività, funzionalità e sostenibilità. Durante l'emergenza sanitaria del 2020, Beste ha supportato la produzione di tute protettive per il brand PANGAIA, donate ad enti locali, rafforzando l'impegno verso il territorio. Nello stesso anno viene acquisito Carpinì, storico marchio laniero toscano, successivamente integrato con una collezione dedicata ai tessuti in fibre nobili.

Nel 2022, con l'acquisizione di Texco, azienda specializzata nella produzione di tessuti nobili pregiati, nasce un'evoluzione del marchio originale che fonde design, artigianalità e innovazione con la filosofia di Beste. Successivamente, l'acquisizione di Tessitura Serena sancisce l'inizio delle fasi di internalizzazione dell'intera filiera produttiva. Oltre a diventare società benefit, Beste nel 2023, entra a far parte del gruppo Holding Moda, e nel 2024 consolida la propria crescita acquisendo il Lanificio Arca, con l'obiettivo di espandere sia la tessitura (aumentando la portata di telai anche jacquard), sia di internalizzare le competenze

nella produzione verticalizzata di complementi d'arredo e di accessori tessili di alta gamma per altri settori come casa, yacht e jet.

Arca nel corso del 2025 ha collaborato con cantieri, studi di progettazione e brand dell'arredo in occasione di appuntamenti chiave come il Salone del Mobile, il Cannes Yachting Festival e il Monaco Yacht Show. Il risultato è stata una proposta coerente e riconoscibile, capace di coniugare savoir-faire italiano, versatilità tecnica e una visione contemporanea del lusso per l'abitare.

Nel 2023 Beste ha dato vita a Be-Redo™, una nuova divisione che rappresenta un passaggio strategico verso un modello di economia circolare applicata alla filiera tessile. Il progetto nasce con l'obiettivo di fornire una risposta concreta al problema dello smaltimento degli scarti tessili, introducendo una tecnologia proprietaria di separazione fisica e chimica delle fibre, capace di intervenire anche su miscele complesse, fino ad oggi non riciclabili. Il programma prevede il recupero della totalità dei ritagli di confezione, tessuti inutilizzati e capi a fine vita, restituendoli alla filiera con un nuovo valore d'uso.

All'interno del percorso Be-Redo™, nel 2025 Beste ha avviato un progetto aggiuntivo di sviluppo di capi Workwear realizzati a partire da materiali rigenerati. Questa iniziativa ha permesso di sperimentare nuove applicazioni dei materiali Be-Redo™, rafforzando il dialogo tra industria, ricerca e formazione, e confermando il ruolo di Beste come piattaforma aperta all'innovazione e alla contaminazione progettuale. Nel 2025, attraverso il progetto ITACO™ (Cotone Organico Italiano), Beste ha finalmente concluso la prima filiera 100% Made In Italy interamente tracciata di cotone organico, un'iniziativa che unisce rigenerazione agricola, innovazione industriale e controllo totale della filiera, dal fiocco di cotone al capo finito. Il percorso parte dai campi di cotone nella zona del golfo di Manfredonia, in Puglia, rigenerati dopo decenni di abbandono. La filiera prosegue attraverso lo stabilimento di ginnatura, investimento parte del progetto e con la successiva acquisizione di un'ex gasatura e ritorcitura di Bergamo, riconvertita da Beste

in una filatura automatizzata, che si completa nei siti produttivi toscani di Colle e Prato, dove avvengono tessitura, finissaggio, confezione e - grazie al progetto Be-Redo™ - anche rigenerazione post-consumo. Il tutto entro un raggio di pochi chilometri, secondo il principio di filiera corta e controllata.

ITACO™ è anche un progetto di tracciabilità in cui il controllo meticoloso delle colture (grazie alla presenza di un breeder) ha creato un esercizio parallelo a quello caratteristico del food, dove la materia prima a km 0 ha un valore ancora più forte e che sottolinea quanto il lusso stia nella vera autenticità delle filiere. Nel corso degli ultimi anni, BESTE ha integrato il tema della tracciabilità all'interno del proprio percorso di evoluzione aziendale, rispondendo alle crescenti richieste di trasparenza provenienti da brand, consumatori e istituzioni come a un naturale sviluppo del proprio modo di operare. La tracciabilità è stata interpretata come uno strumento per valorizzare i processi produttivi già consolidati e per rendere sempre più chiara, strutturata e affidabile la comunicazione lungo tutta la filiera. Beste ha adottato YMPACT, sistema capace di raccogliere e uniformare le informazioni dei diversi attori coinvolti nella produzione, ha consentito di costruire una visione completa dei processi, sia interni sia esternalizzati, migliorando la qualità del dato, la precisione nella ricostruzione dei passaggi produttivi e la capacità di raccontare in modo trasparente la storia di ogni prodotto.

Questo approccio ha reso possibile una maggiore visibilità operativa, una tracciabilità puntuale delle lavorazioni e la disponibilità di informazioni aggiornate e coerenti, elementi oggi fondamentali per rispondere alle esigenze normative e di mercato. In prospettiva, il progetto di tracciabilità rappresenta anche la base per l'integrazione dei dati di consumo, necessaria a supportare strumenti come il Digital Product Passport e l'analisi del ciclo di vita del prodotto (LCA), rafforzando ulteriormente il ruolo della tracciabilità come leva di affidabilità, competitività e valore per l'intero sistema aziendale.

Nel 2025 Beste, oltre alle certificazioni di filiera relative alle fibre (RWS, SFA, GOTS, RDS, GRS, etc.), ha di recente ottenuto la certificazione ISO 9001 sia per la Divisione Tessuti che per la Divisione Abbigliamento, a conferma dell'impegno costante dell'azienda nella gestione della qualità, nel controllo dei processi e nel miglioramento continuo.



Calzaturificio DEMA

Fondata nel 1989 dai fratelli Giovanni e Nicola De Simone, Dema è un'azienda di calzature con radici in una tradizione familiare risalente al 1972. Specializzatasi inizialmente nella produzione di mocassini, l'azienda ha progressivamente ampliato la propria gamma di prodotti includendo sneakers, ballerine, stivali alla caviglia e sandali. Questo incremento produttivo ha favorito l'espansione verso mercati internazionali, quali Medio Oriente, Estremo Oriente e Nord Europa, e l'avvio di partnership strategiche con i più prestigiosi marchi del lusso, sia italiani che globali.

Dal 2015, l'ingresso in azienda dei tre figli del fondatore, Italo, Paolo e Danilo, ha ulteriormente rafforzato l'impresa, portando nel 2021 all'integrazione di parte della catena di fornitura e alla creazione della fabbrica di tomaie Alinea. A dicembre 2023, Dema entra a far parte della Holding Moda, diventando la prima azienda calzaturiera della Campania nel Gruppo e consolidando il posizionamento nel segmento delle calzature in un territorio di eccellenza per il Made in Italy nel settore moda e lusso.

Ad oggi, Dema vanta una capacità produttiva giornaliera di oltre cinquecento paia di scarpe, tutte realizzate con attenzione ai dettagli e abilità artigianale. La filosofia dell'azienda si fonda sui valori di tradizione, ricerca e sviluppo, accompagnati da un rigoroso controllo di qualità. Guidata da questi principi, Dema cura con grande attenzione gli aspetti ambientali, di sicurezza e responsabilità sociale, dalla catena di approvvigionamento fino alla vendita dei prodotti.

L'impegno di Dema verso uno sviluppo etico e sostenibile si riflette nel conseguimento delle certificazioni ISO 9001 e ISO 14001. La certificazione ISO 9001, ottenuta nel 2019, attesta la gestione della qualità aziendale attraverso metodologie ben strutturate, garantendo la costante soddisfazione del cliente grazie a prodotti e servizi conformi a elevati standard qualitativi. La certificazione ISO 14001, invece, sottolinea l'attenzione dell'azienda alla gestione ambientale, con l'obiettivo di minimizzare l'impatto delle attività produttive e promuovere pratiche sostenibili.

Questi riconoscimenti rappresentano risultati tangibili di una strategia aziendale che punta alla trasparenza, all'affidabilità e alla costruzione di rapporti duraturi con gli stakeholder. Nel 2024, Dema ha compiuto un importante passo avanti, ampliando le proprie attività mediante il fitto di un ramo d'azienda. Questo ha comportato un incremento significativo del numero dei dipendenti, consolidando la capacità produttiva e rafforzando ulteriormente la posizione competitiva dell'azienda.



Tomaificio Elledi

Il Tomaificio Elledi nasce nel 2018 grazie all'intuizione di Clara Luongo, attuale Amministratrice, che ha guidato l'azienda con la sua vasta esperienza nel settore calzaturiero. Dopo un percorso professionale che l'ha vista dapprima come operaia e poi come responsabile di produzione, Clara ha deciso di investire in questa nuova avventura, con l'obiettivo di promuovere la manifattura italiana nel mondo della moda di lusso.

Attraverso un impegno costante verso l'eccellenza e la precisione artigianale, Elledi è diventata rapidamente un punto di riferimento per il settore, fornendo tomaie di alta qualità per alcuni dei marchi di moda più prestigiosi a livello globale. Inizialmente, la sede produttiva era di dimensioni modeste e il personale limitato, con una produzione concentrata esclusivamente sulle tomaie. Tuttavia, grazie alla visione e all'ambizione di Clara e alle relazioni commerciali consolidate nel corso degli anni, l'azienda ha integrato efficacemente il tessuto produttivo locale, favorendo una crescita rapida. Il know-how dell'Amministratrice ha giocato un ruolo chiave nella selezione dei fornitori e dei partner strategici, garantendo elevati standard di qualità e affidabilità.

Nel 2020, durante la pandemia, Clara Luongo ha adottato una nuova strategia aziendale, introducendo nuovi soci e ampliando sia la gamma dei prodotti offerti sia il portfolio clienti. La produzione, inizialmente focalizzata sulla scarpa classica, si è evoluta includendo modelli contemporanei come le sneakers, rispondendo così alle esigenze di un mercato in continua trasformazione.

L'ingresso di Elledi in Holding Moda nel 2023 ha segnato una svolta cruciale, contribuendo a una crescita rapida ed efficace. Nel 2024, l'azienda ha trasferito la propria attività presso la nuova sede di Brusciano, in provincia di Napoli, garantendo spazi adeguati per far fronte ai crescenti volumi di produzione e alle nuove dimensioni operative.

Guardando al futuro, l'obiettivo di Elledi è di continuare a crescere, sfruttando appieno il proprio potenziale. L'unione di tradizione artigianale e visione innovativa rappresenta un mix unico, che permetterà all'azienda di stupire e ispirare il mondo delle calzature di lusso, consolidando ulteriormente la sua posizione di leader nel settore.



Emmetierre

Emmetierre, fondata nel 1981 da Fabio Tombelli e Romagnoli Stefania, nasce come laboratorio di piccola pelletteria per conto terzi grazie all'importante esperienza dei due titolari nell'ambito dell'innovazione tecnologica e dell'artigianalità. Nel 1990 si trasferisce nell'attuale sede di Scandicci, in provincia di Firenze, ampliando gli spazi interni fino agli attuali 1500 mq, per accogliere nuovi dipendenti e aumentare i propri processi produttivi. Dai primi anni del 2000 inizia a lavorare per i grandi brand del lusso internazionale, investendo gradualmente in tecnologia e formazione del personale. Queste importanti collaborazioni hanno permesso all'azienda di offrire ai suoi clienti un servizio completo grazie ai reparti di modelliera e prototipia, garantendo efficienza e qualità dal disegno dello stilista alla realizzazione del prodotto finito, anche con pelli pregiate. Emmetierre attualmente è in grado, inoltre, grazie a macchine di tecnologia avanzata, di realizzare trapuntature su ogni categoria di prodotto.

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

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

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

Nel 2024, l'azienda trasferisce la propria sede a Campi Bisenzio, nelle immediate vicinanze di GAB e Taglionetto. Questo trasferimento costituisce un tassello fondamentale per favorire una più stretta integrazione con le altre due realtà principali della business unit Leather.

In allineamento con GAB e Taglionetto, anche Emmetierre nel 2025 ha conseguito la certificazione integrata ISO 14001:2015 e ISO 45001:2018.



Taglionetto

Taglionetto nasce nel 2000 per volontà, passione ed esperienza dei fratelli Fabrizio e Massimo Sgolastra nel mondo della piccola Pelletteria. L'azienda, situata nel Comune di Calenzano, si sviluppa su una superficie di 1500 mq, i quali accolgono uffici amministrativi ed operativi, ma soprattutto una vasta area produttiva. Taglionetto, infatti, conta numerosi spazi estesi destinati alle attività di pelletteria, in modo particolare ai grandi macchinari automatizzati utilizzati per il taglio della pelle, dei tessuti e delle infustiture. La tecnologia e l'innovazione delle apparecchiature sono e resteranno al centro delle caratteristiche fondamentali dell'azienda, la quale si avvale di macchinari fra i più aggiornati che il mercato oggi offre e che hanno permesso di far evolvere notevolmente il processo produttivo senza comunque smarrire la tradizione artigiana propria del settore. Già dal primo anno di attività, l'azienda collabora con uno dei più importanti brand italiani del lusso, per poi espandere il proprio portfolio avvalendosi di clienti internazionali.

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

Un importante passo strategico verso una maggiore efficienza operativa avviene nel giugno 2024, con l'integrazione di Emmetierre e Taglionetto, aziende specializzate nella piccola pelletteria, all'interno del Polo di GAB Group a Campi Bisenzio, in Provincia di Firenze. Grazie alla vicinanza fisica, questa nuova configurazione garantisce un controllo più efficace della filiera e un'ottimizzazione dei processi produttivi, favorendo una collaborazione più stretta e rafforzando le sinergie tra le aziende del Polo.

Il trasferimento ha inoltre portato alla condivisione di un nuovo stabilimento, progettato per rispondere al meglio alle esigenze produttive di entrambe le realtà, e dotato di un impianto fotovoltaico, scelta che conferma l'impegno del Gruppo nella riduzione dell'impatto ambientale della propria attività.

Nel corso del 2025, Taglionetto ha conseguito la certificazione integrata ISO 14001:2015 e ISO 45001:2018, allineandosi così agli standard già adottati dalle altre aziende del Gruppo HModa.



Accademia HModa

Accademia HModa nasce nel 2020 come funzione all'interno del Gruppo HModa, 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.

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 2025 ha proseguito la propria missione, offrendo percorsi formativi dal forte impatto sui territori, rivolti non solo alle aziende HModa ma anche ai brand e alla filiera.





Fustellificio Toscano

Fustellificio Toscano, fondato nel 1976 da Ugo Naldini a Matassino, in Toscana, nasce come laboratorio artigiano specializzato nella produzione di fustelle destinate ai settori della calzatura, della pelletteria e dell'abbigliamento, distinguendosi sin dagli inizi per precisione, cura artigianale e un solido legame con il territorio.

Nei primi anni 2000 l'azienda intraprende una fase di profonda trasformazione con l'ingresso in azienda della seconda generazione: nel 2002, infatti, Leonardo Naldini affianca il fondatore dando nuovo impulso allo sviluppo tecnologico e all'ampliamento dei servizi offerti. Questo percorso di rinnovamento porta nel 2003 all'apertura del reparto stamperia, dedicato alla produzione di semilavorati per i brand del lusso attraverso tecniche avanzate quali stampa a caldo, lamina, foil, termoapplicazioni e intarsi. Nel tempo le lavorazioni si ampliano fino a includere tredici differenti tipologie, supportate da un'organizzazione interna strutturata in modelliera, laseratura, fresatura e reparti dedicati alle tecnologie ad alta frequenza.

A partire dal 2020, l'azienda investe ulteriormente in innovazione creando un centro di ricerca dedicato alle lavorazioni combinate, con l'obiettivo di sviluppare soluzioni tecniche d'avanguardia per i grandi marchi del lusso. Tra queste figurano processi che integrano alta frequenza, stampa digitale a registro e serigrafia, confermando la capacità del Fustellificio Toscano di anticipare le esigenze del mercato e proporre applicazioni uniche.

Nel corso degli anni, l'impresa consolida la propria struttura produttiva, integrando macchinari di ultima generazione – dalla laseratura automatica alla fresatura di precisione, fino ai sistemi avanzati per la termoformatura – e costruendo una filiera interna completa che comprende anche

taglio, preparazione e collaudo al 100% dei semilavorati realizzati. Questo approccio consente all'azienda di garantire ai clienti un servizio end-to-end: dal disegno tecnico fino al pezzo finito, ottimizzando tempi e qualità per pelletterie e calzaturifici.

Nel gennaio 2024 l'azienda inaugura una nuova sede produttiva di 4.200 m² a Pian dell'Isola, nel comune di Figline e Incisa Valdarno, un investimento che permette di concentrare attività, tecnologie e ricerca in un unico polo altamente specializzato. Pochi mesi dopo Fustellificio Toscano entra a far parte del Gruppo Holding Moda, integrando così l'azienda in una filiera industriale strutturata e favorendo nuove sinergie con le altre realtà del gruppo nei settori della pelletteria, calzatura e accessori. L'operazione rappresenta un passaggio strategico per sostenere la crescita, ampliare la capacità produttiva e valorizzare il know-how consolidato negli anni.

Oggi Fustellificio Toscano continua a distinguersi per l'equilibrio tra artigianalità e innovazione tecnologica, per l'attenzione alla qualità del prodotto e per la costante ricerca di soluzioni sostenibili e performanti. Grazie a una forza lavoro specializzata e a competenze integrate lungo l'intera filiera del semilavorato, l'azienda rappresenta un partner strategico per i principali brand del lusso, contribuendo alla realizzazione di collezioni caratterizzate da eccellenza tecnica e cura del dettaglio.



Manrico

La Manrico S.p.A., fondata nel 1993, è un'impresa industriale nata con l'obiettivo di sviluppare un'attività specializzata nella produzione e commercializzazione di capi di maglieria di alta qualità, con particolare attenzione all'utilizzo della materia Cashmere. Il percorso evolutivo dell'azienda è stato scandito da significativi passaggi identitari: originariamente costituita come Maglificio di Marsciano S.p.A., con sede legale e operativa nel comune di Marsciano (PG), la società ha successivamente assunto la denominazione di Manifatture Associate di Ponte Felcino 1862 S.p.A., con sede in Ponte Felcino, frazione del comune di Perugia; fino ad approdare, nel 2003 alla denominazione di Manrico S.p.A., con la quale è tuttora identificata. Parallelamente all'evoluzione del brand, l'azienda ha ottimizzato la propria struttura logistica, infatti, dopo una storica permanenza presso il Lanificio di Ponte Felcino (PG) tra il 1998 e il 2015, nell'agosto dello stesso anno la sede legale e operativa è stata trasferita presso un nuovo e moderno stabilimento presso il comune di Corciano (PG). Sin dalla sua fondazione, l'impresa è radicata nel distretto tessile umbro, un ecosistema produttivo d'eccellenza rinomato a livello internazionale per la sua lunga tradizione nella maglieria di lusso.

Operare in questo contesto ha permesso alla Manrico S.p.A. di assorbire un know-how manifatturiero unico, dove la sapienza artigianale legata alla tradizione locale si coniuga con alti standard qualitativi. Dalla sua fondazione, la società opera con continuità nel settore manifatturiero dell'abbigliamento, dedicandosi alla creazione di maglieria d'eccellenza realizzata con fibre nobili.

Il cashmere rappresenta la materia prima d'elezione: ogni capo realizzato è la sintesi perfetta tra l'eccellenza delle materie prime e il prestigio del Made in Italy. Oggi l'azienda si propone come partner di riferimento sia nel mercato interno che in quelli internazionali, operando con i principali player del settore moda.

HModa France

Nel 2025 viene inaugurato HModa 126, il nuovo hub francese del Gruppo, concepito per rafforzare la presenza di HModa nel cuore dell'industria del lusso e consolidare la vicinanza con le principali maison francesi. Situato ad Aubervilliers, in Île-de-France, questo spazio di 3.000 m² rappresenta un vero e proprio ecosistema in cui innovazione, formazione e savoir-faire manifatturiero si incontrano, creando un luogo in cui l'eccellenza italiana dialoga quotidianamente con la creatività francese.

L'apertura di questo hub, a ridosso delle sedi delle maison del lusso, consente di ridurre tempi, costi e impatto ambientale legati ai frequenti spostamenti tra Italia e Francia, migliorando così rapidità, efficienza e sostenibilità dei processi di sviluppo prodotto.

HModa 126 riunisce in un unico luogo:

- uno showroom dedicato alla presentazione del know-how delle 19 aziende del Gruppo e delle collezioni nate dalle loro sinergie;
- un atelier di prototipazione, dove prendono forma capsule, prototipi e pezzi unici in stretta collaborazione con i team italiani;
- uno spazio dedicato alla ricerca e sviluppo, pensato per accogliere clienti e partner in un ambiente immersivo e collaborativo;
- un'Accademia HModa France, creata per trasmettere competenze specialistiche e formare nuovi talenti lungo l'intera catena del valore del lusso.

Nel corso del 2025 vengono completati i lavori di ristrutturazione di circa 1.500 m², seguiti dall'installazione e dalla messa in funzione dell'atelier di prototipazione, operativo già da dicembre.

Numerosi clienti visitano lo spazio, partecipando a momenti di confronto e sessioni di lavoro dedicate allo sviluppo prodotto e alla scoperta delle competenze del Gruppo sul territorio francese.

A metà dicembre, l'evento ufficiale di inaugurazione presenta HModa 126 alla stampa, alle istituzioni e alle maison, segnando l'avvio di una nuova fase strategica: un ponte solido tra Italia e Francia, pensato per valorizzare la cultura manifatturiera, accelerare i processi creativi e rafforzare l'intera filiera del lusso.



1.8 HPlanet: Change makers for a better future



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

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

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

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

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

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

L'organizzazione del team ha portato significativi vantaggi grazie alla suddivisione delle attività all'interno di ciascun processo. Grazie a questa struttura, siamo in grado di rispondere in modo più efficace alle sfide emergenti e di adattarci rapidamente ai cambiamenti del mercato.

HPLANET MANAGEMENT TEAM



Chief Sustainability Officer

Reporting &
Decarbonisation

Supply Chain
& Audit

Compliance

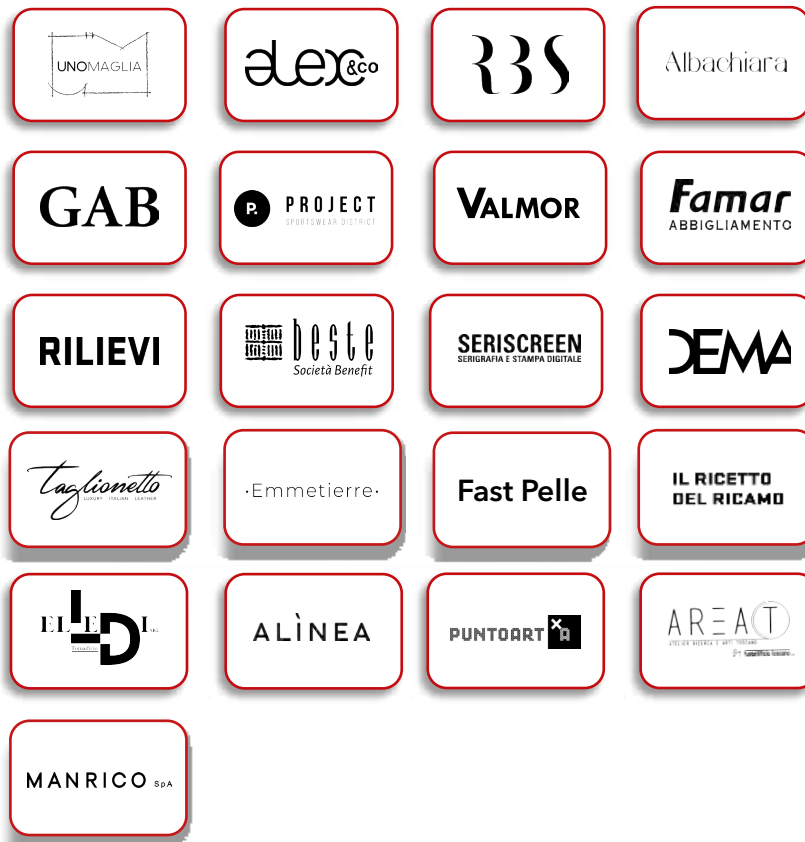
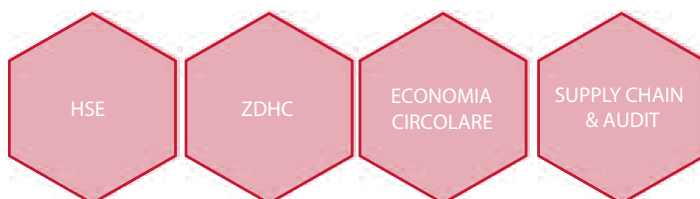
Waste Management
& Circular Economy

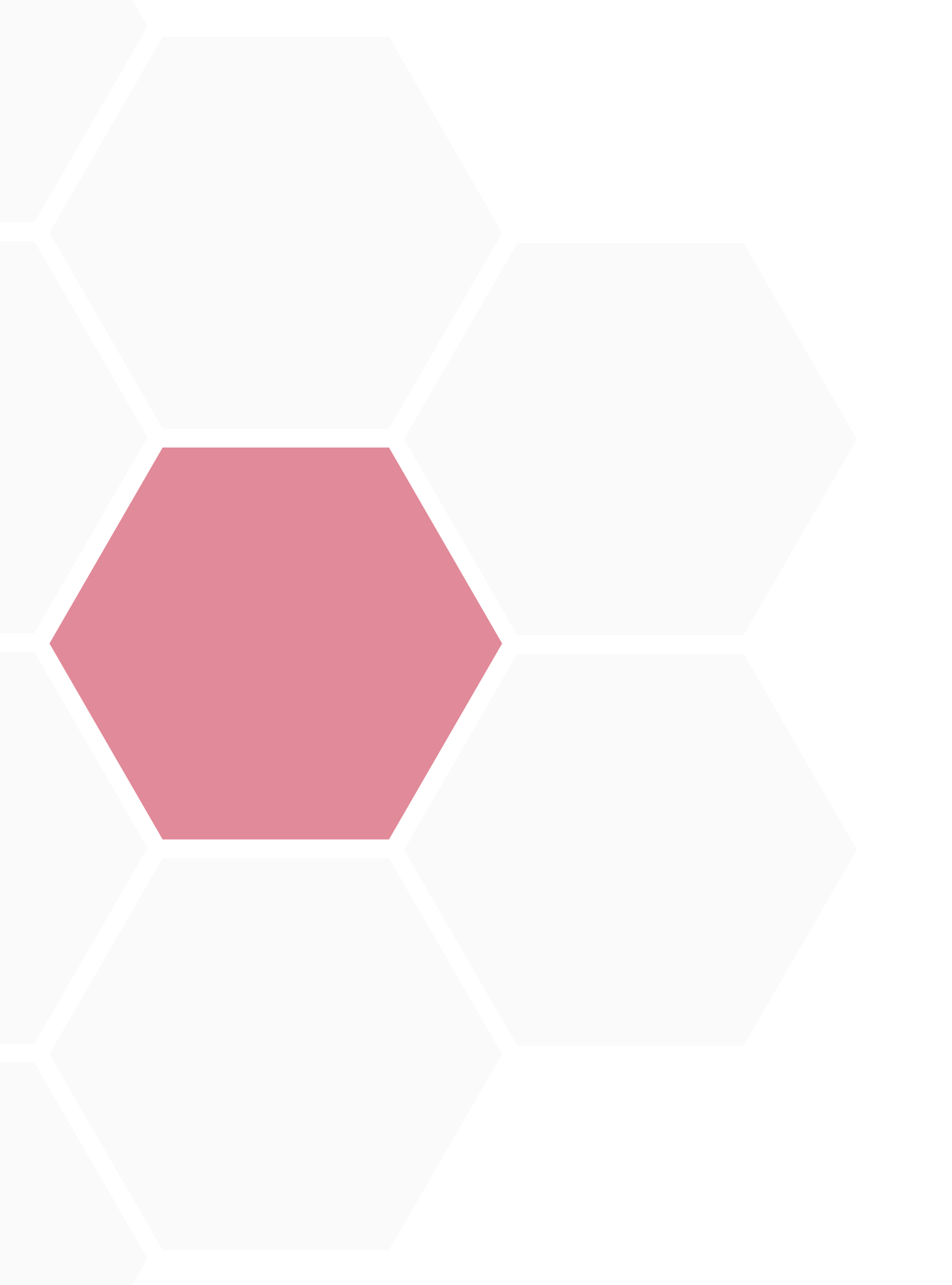
**Teamwork
Leadership
Responsability**

AZIENDE

RESP. REGIONALI

Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Marche





Policy di sostenibilità

In HModa aspiriamo a promuovere la trasparenza, la responsabilità e il miglioramento continuo delle politiche e delle azioni del governo aziendale.

Il 2025 ha rappresentato un anno di transizione strategica, durante il quale il Gruppo ha posto solide basi per una gestione più integrata e consapevole dei temi legati alla sostenibilità. Nel corso dell'anno, il Gruppo ha registrato significativi avanzamenti per quanto riguarda la gestione dei rischi, culminati con l'ufficializzazione del Risk Committee, un organismo multidisciplinare, composto dalle figure apicali dell'organizzazione. Il comitato svolge un ruolo istruttorio a supporto del Consiglio di Amministrazione (CdA), fungendo da piattaforma di confronto tra le diverse funzioni aziendali. La sua attività si concentra sull'identificazione dei rischi emergenti e sull'individuazione di opportunità strategiche, con un'attenzione particolare agli aspetti legati alla sostenibilità. Attraverso analisi e proposte mirate, il Risk Committee contribuisce a una gestione aziendale strategica, integrata e più responsabile.

Parallelamente, il Gruppo, durante l'anno, ha lavorato alla definizione di procedure atte a definire i KPI per valutare la performance della Governance con obiettivi chiari, misurabili, pertinenti e allineati agli obiettivi aziendali. Gli obiettivi e relativi KPI dovranno essere fondati su un'accurata analisi dello status quo, basata su dati raccolti attraverso fonti affidabili, come rapporti finanziari, statistiche economiche, dati ambientali e indicatori sociali e saranno designati responsabili per la raccolta, l'analisi e la conservazione dei dati in modo sicuro e conforme alle normative sulla privacy. Saranno inoltre stabiliti obiettivi di miglioramento per ciascun KPI al fine di stimolare il progresso continuo e saranno adottate procedure di monitoraggio costante per valutare la performance del governo aziendale. I miglioramenti potranno portare a successive revisioni delle procedure e policy che saranno comunicate tempestivamente alla Direzione, ai dipendenti e a tutti gli stakeholders coinvolti. Oltre a questo, saranno svolti controlli interni regolari per analizzare i dati ed i KPI,

verificare la conformità alle politiche stabilite e identificare eventuali aree di miglioramento; verranno inoltre svolte periodiche valutazioni di impatto che includeranno un'analisi degli effetti diretti e indiretti delle procedure e delle policy definite sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. A questo si aggiunge il coinvolgimento degli stakeholders interessati, clienti, dipendenti, comunità locali, fornitori, partners, parti social per la valutazione degli impatti: verranno infatti forniti meccanismi per la raccolta dei feedback e delle segnalazioni degli stakeholder al fine di comprendere la loro percezione e le loro aspettative e questi saranno informati regolarmente sui risultati delle valutazioni della performance e sulle azioni correttive intraprese. I risultati raggiunti saranno pubblicati in report periodici in modo da rendere chiari e trasparenti i dati, i KPI, le valutazioni dell'impatto e le azioni intraprese. Anche la remunerazione dei massimi livelli di governo sarà guidata da policy in grado di stabilire linee guida e principi trasparenti per la remunerazione, mirando a garantire l'equità salariale, la sostenibilità economica di questo tipo di retribuzioni, la responsabilità fiscale e la coerenza delle retribuzioni rispetto alle competenze, agli standard di mercato, alle responsabilità e alle prestazioni effettive dei singoli.

Il gruppo si impegna ad adottare un approccio trasparente in materia di remunerazione dei massimi livelli di governo e, pertanto, le informazioni relative alle retribuzioni di tali figure saranno pubbliche e accessibili agli stakeholders interessati.

La remunerazione dei massimi livelli di governo sarà stabilita in modo equo e non saranno tollerate discriminazioni sulla base di genere, religione, orientamento sessuale, disabilità, appartenenza etnica, lingua, contesto culturale, opinioni politiche, appartenenza sindacale, età, aspetto fisico, status socio-economico. La remunerazione dei massimi livelli di governo sarà basata sulle loro prestazioni effettive, valutate in modo oggettivo e coerente. Saranno stabiliti obiettivi e criteri di valutazione delle prestazioni chiari e trasparenti, che verranno periodicamente valutati per garantire l'accuratezza delle remunerazioni. Il pacchetto di Total Reward di cui i massimi livelli di governo potranno beneficiare

potrà includere oltre alla remunerazione di base, delle forme di remunerazione variabile legata a obiettivi di corto periodo (MBO Bonus), di forme di retribuzione variabile legata a obiettivi di medio e lungo periodo (LTI programmes), bonus una tantum per il raggiungimento di obiettivi specifici, assicurazioni sanitarie e piani pensionistici integrativi, fringe benefits personali (es. autovettura aziendale in uso promiscuo e pertinenze quali carte carburante e tessere pedaggi), indennità per spese, programmi di remunerazione basati su equity (es.: stock option, RSU, phantom equity, ecc) e altre forme di compensazione non salariale. Tali benefici saranno stabiliti in conformità alle leggi e alle normative vigenti e saranno soggetti a un'adeguata valutazione e approvazione. L'azienda coinvolgerà organi di controllo interni o esterni, come commissioni indipendenti o organizzazioni di consulenza specializzate, nella definizione delle remunerazioni dei massimi livelli di governo. Questo aiuterà a garantire una maggiore imparzialità e un controllo adeguato sull'adeguatezza delle retribuzioni. La policy sulla remunerazione dei massimi livelli di governo sarà soggetta a revisione periodica al fine di adeguarsi ai cambiamenti normativi, sociali ed economici e di garantire l'allineamento con le migliori pratiche del settore.

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

dell'equità e dell'inclusione, la sicurezza sul lavoro, la responsabilità sociale e la tutela dei diritti individuali e sindacali. La remunerazione sarà inoltre collegata ai risultati ottenuti nella gestione degli impatti sull'ambiente, come la riduzione delle emissioni di gas serra, l'efficienza energetica, la gestione sostenibile delle risorse, la riduzione dei rifiuti e la promozione di pratiche ecosostenibili. I massimi livelli di governo che si distinguono nella promozione di tali iniziative potranno beneficiare di un adeguamento della remunerazione. Non ultimo la remunerazione sarà legata anche ai risultati conseguiti nella gestione degli impatti sull'economia, come la generazione di valore per gli azionisti, l'efficienza finanziaria, la gestione del rischio, la creazione di opportunità di lavoro e la promozione di pratiche commerciali etiche. I massimi livelli di governo che si distingueranno nella promozione di una gestione economica sostenibile potranno essere ricompensati con un adeguamento della remunerazione.

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

1. Analisi delle normative

Inizialmente, HModa dovrà effettuare un'analisi approfondita delle normative vigenti relative alla retribuzione, e un'analisi di come il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) debbano essere applicati per quanto riguarda gli aspetti legati alla retribuzione. È necessario inoltre 884. Determinazione dei livelli salariali comprendere e rispettare le disposizioni legali e contrattuali che regolano la retribuzione e la determinazione dei salari.

2. Definizione della strategia retributiva

Il Gruppo deve definire una strategia politica retributiva che sia equa, trasparente e in linea con gli obiettivi dell'organizzazione e adottare modelli di compensation, benefits e welfare improntati a: Riconoscimento del merito Adeguamento ai valori di posizionamento dei vari ruoli sul mercato Equità e non discriminazione (a parità di ruolo, di merito, di potenziale, di posizionamento locale del mercato del lavoro) Sana compatibilità con i vincoli di bilancio Attenzione sulla retention delle risorse chiave. La Società deve dotarsi di un'architettura di compensation completa ed equilibrata, che possa cogliere obiettivi di breve periodo e di medio-lungo periodo. Compatibilmente ai vincoli di bilancio, la Società potrà valutare di dotarsi di un sistema di benefit (fringe benefits individuali e benefit collettivi) e di welfare che risponda ai bisogni del personale. Questa politica dovrebbe contemplare elementi quali i livelli di retribuzione base, i meccanismi di aumento salariale, gli incentivi e le altre componenti retributive come premi, bonus o benefit.

3. Job Architecture

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

4. Determinazione dei livelli salariali

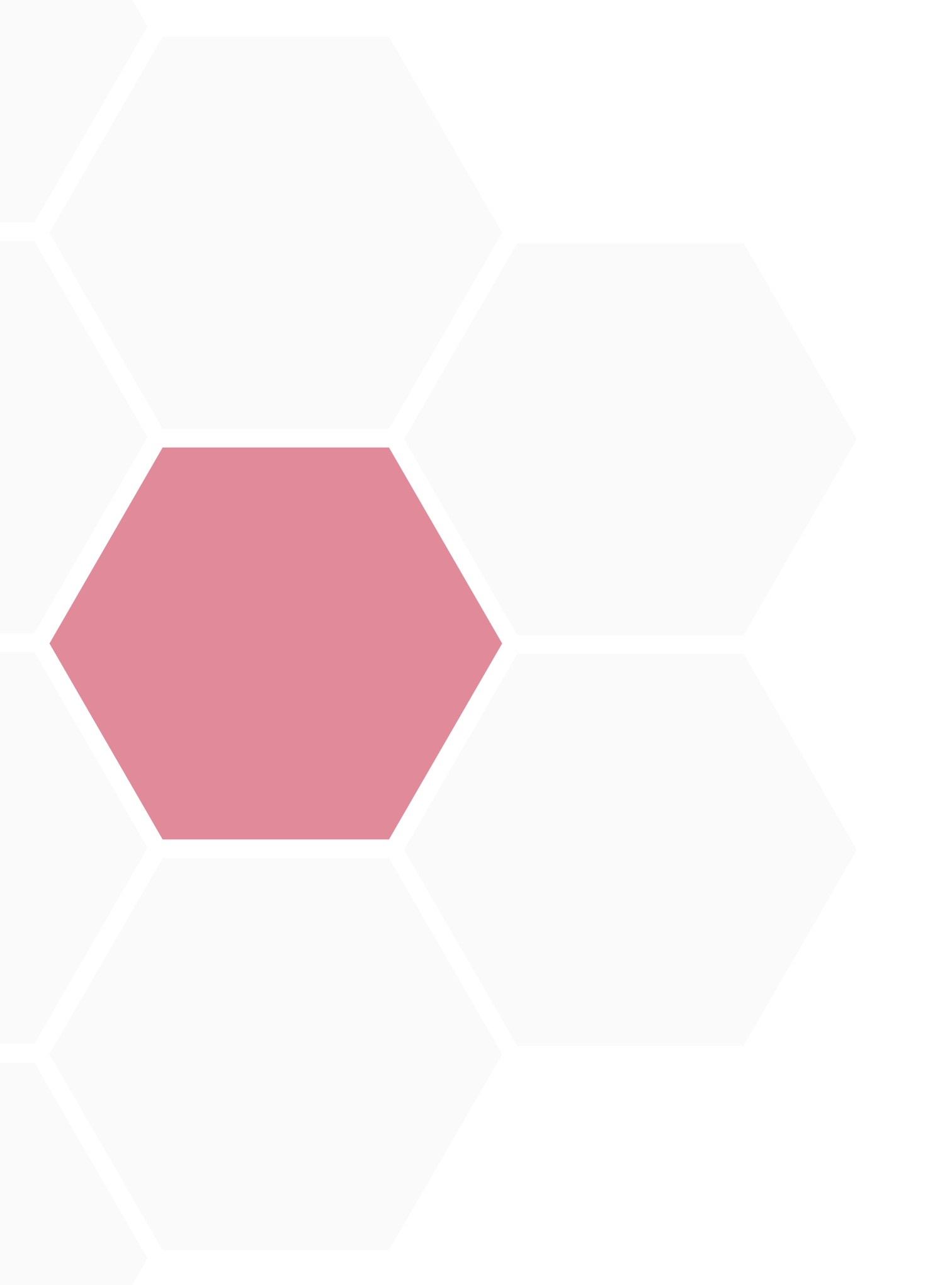
Utilizzando i risultati della job evaluation, l'analisi di mercato delle retribuzioni, le considerazioni sull'affordability, l'azienda può sviluppare una struttura salariale che definisca i diversi livelli salariali in base alla gerarchia delle posizioni, al loro valore di mercato, all'affordability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

o scale retributive che riflettano quanto sopra esposto.

5. Determinazione delle singole retribuzioni

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

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



Strategia e crescita sostenibile

Piano strategico

La nostra strategia di sostenibilità prende forma attraverso un Piano Strategico di Sostenibilità, sviluppato internamente dalla Chief Sustainability Officer (CSO). Questo documento, redatto in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, tiene conto sia delle esigenze del settore moda in cui opera il Gruppo sia delle specificità delle singole aziende. L'obiettivo è promuovere una visione olistica della sostenibilità, integrata in tutte le dimensioni aziendali.

Consideriamo la sostenibilità un concetto dinamico e trasversale che richiede un approccio sinergico tra le realtà aziendali per definire KPI ESG specifici e misurabili.

Avviato nel settembre 2021, il Piano mira a raggiungere obiettivi ambiziosi entro il 2025, adattandosi alle evoluzioni del mercato del lusso, alle normative sulla sostenibilità e ai rischi crescenti del settore.

La strategia si concretizza in azioni e progetti mirati nelle tre aree della sostenibilità (ambientale, sociale e di governance), con l'obiettivo di rendere trasparente e misurabile il nostro impegno. Per l'ambiente sono stati definiti 7 progetti e 28 azioni, per la sfera sociale 6 progetti e 18 azioni, e per la governance 9 progetti e 26 azioni.



Gli obiettivi vengono aggiornati semestralmente per garantire un continuo allineamento con i risultati ottenuti, le migliori pratiche del settore e le aspettative degli stakeholder. L'ascolto degli stakeholder e l'analisi di materialità sono centrali per identificare le priorità d'intervento

e migliorare costantemente il Piano Strategico. Questo strumento si propone di creare valore aggiunto per tutte le aziende del Gruppo, favorendo la condivisione di best practice, know-how e valori.

La strategia si basa su tre pilastri industriali fondamentali (Made in Italy & Innovazione, Cultura e Formazione, Principi Etici e Sostenibilità) e cinque pilastri complementari che guidano le scelte strategiche:

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

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

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

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

■ **Responsabilità e innovazione:** sono elementi fondamentali per il progresso del nostro Gruppo. La responsabilità, innanzitutto, rappresenta un valore cruciale che guida le nostre scelte quotidiane; significa orientare la nostra strategia verso uno sviluppo consapevole, sostenibile e

duraturo nel tempo. L'innovazione, poi, costituisce il motore ispiratore del Gruppo; implica la stimolazione della creatività, il sostegno all'evoluzione e alla crescita, nonché la generazione di valore nel lungo periodo. È la premessa indispensabile per perseguire risultati di eccellenza in modo innovativo.

Per permettere la piena integrazione tra i 3 principi di business di HInd e i 5 di sostenibilità di HPlanet è necessario collegarli tramite le attività di governance, gestione del rischio, benchmarking, engagement degli stakeholders, accountability e responsabilità sociale d'impresa. Il framework finale del Piano si completa abbinando ad ogni pillars di sostenibilità gli SDGs, che rappresentano il nostro impegno e contributo al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, concretizzato tramite i numerosi progetti.

**Made in Italy
e
Innovazione**

**Cultura
e
Formazione**

**Principi Etici
e
Sostenibilità**

**Sviluppare
la cultura
sostenibile**

**Mettere
al centro le
Persone**

**Creare
valore per il
territorio**

**Creare
valore per gli
stakeholder**

**Responsabilità
e
innovazione**

Industrial Pillars

Tools

Sustainability Pillars



Made in Italy & Innovazione

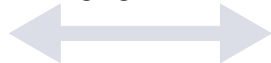


Cultura & Formazione



Piani etici & Sostenibilità

Stakeholder Engagement



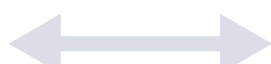
Risk management



Governance



Benchmarking



Accountability



CSR



Sviluppare la cultura della sostenibilità



Mettere le persone al centro



Creare valore per il territorio



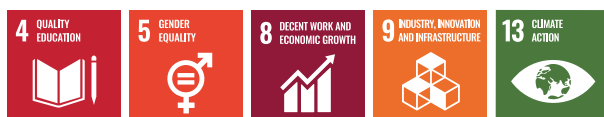
Creare valore per gli stakeholders



Responsabilità e Innovazione

SDGs

Progetti



**3 PROGETTI, 8 AZIONI
GOVERNANCE**



**6 PROGETTI, 18 AZIONI
SOCIAL**



**3 PROGETTI, 5 AZIONI
GOVERNANCE**



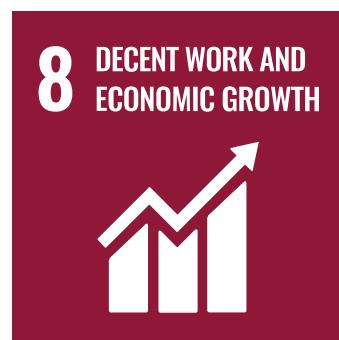
**3 PROGETTI, 13 AZIONI
GOVERNANCE**



**7 PROGETTI, 28 AZIONI
ENVIRONMENTAL & SOCIAL**

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) rappresentano un impegno collettivo e globale per costruire un futuro più equo, prospero e rispettoso dell'ambiente, coinvolgendo governi, organizzazioni internazionali, aziende private, società civile e cittadini di tutto il mondo. Essi costituiscono un appello alla collaborazione e alla responsabilità condivisa per affrontare le sfide più urgenti del nostro tempo, come la lotta alla povertà, l'eliminazione delle disuguaglianze e il contrasto al cambiamento climatico.

HIInd, allineandosi a questi principi e desiderando contribuire in modo concreto al loro raggiungimento, ha selezionato sei obiettivi (**SDGs 4, 5, 8, 9, 12 e 13**) che meglio riflettono il nostro approccio operativo e i nostri valori. Tutte le subholding lavorano attivamente e congiuntamente su questi obiettivi.



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

Holding Moda da sempre riconosce l'importanza dell'istruzione di alta qualità nel contesto del fare impresa di eccellenza. Si impegna attivamente in progetti volti alla formazione, alla trasmissione del *savoir-faire* delle maestranze e alla promozione della rinomata qualità che caratterizza il Made in Italy a livello globale. Il nostro impegno è finalizzato a garantire un futuro promettente per i giovani talenti, aumentando le loro opportunità di lavoro attraverso una maggiore qualifica professionale e la creazione di posti di lavoro.



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

In HModa sostiene fermamente la diversità e promuove attivamente il raggiungimento di una partecipazione di genere più equilibrata in tutte le nostre subholding, a tutti i livelli e in ogni ruolo. Come Gruppo, condanniamo qualsiasi forma di discriminazione legata all'assunzione, alla retribuzione, alla formazione e alla promozione. Per contribuire a questo obiettivo cruciale, adottiamo politiche e procedure interne volte a garantire pari diritti e opportunità lavorative per uomini e donne.



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



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

HModa si impegna a promuovere una crescita economica sostenibile e inclusiva, ponendo al centro il benessere della comunità e la tutela dell'ambiente. L'attenzione verso i giovani è una priorità: investiamo costantemente nella loro formazione e nello sviluppo dei talenti in tutte le sue forme. Condanniamo con fermezza ogni forma di lavoro forzato o minorile, ci assumiamo la responsabilità di creare occupazione e garantire condizioni di lavoro dignitose sia per i nostri dipendenti sia per tutti coloro che operano nella nostra catena di approvvigionamento.

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

HModa promuove e sostiene pratiche di consumo responsabile, investendo attivamente in progetti innovativi. Le nostre aziende adottano tecnologie all'avanguardia nei loro impianti produttivi, con l'obiettivo di ridurre sprechi e consumi energetici, garantendo al contempo una preparazione adeguata ad affrontare le trasformazioni tecnologiche del settore.

9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE





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

Come impresa ci impegniamo attivamente nella ricerca di nuovi materiali, nella riduzione degli sprechi e nell'ottimizzazione dei processi produttivi. Attraverso iniziative mirate, come l'efficientamento energetico e l'eliminazione delle sostanze chimiche dannose, lavoriamo per utilizzare le materie prime con il massimo rispetto, riducendo gli scarti e reintegrandoli in progetti circolari con benefici sociali.



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

Nel contesto in cui opera HModa, riteniamo che affrontare il cambiamento climatico sia di fondamentale importanza per le nostre strategie e i nostri progetti. Come parte di questo impegno, abbiamo condotto un'attenta analisi e monitoraggio delle emissioni di gas climalteranti, sia dirette che indirette, al fine di valutare e comprendere appieno la nostra impronta di carbonio. Basandoci su queste valutazioni, a partire dal 2026 ci impegniamo a sviluppare e implementare un piano orientato al miglioramento.

Associazioni e partnership

Come Gruppo riteniamo fondamentale creare sinergie efficaci con organizzazioni che condividano i nostri valori. Di seguito viene presentata una breve panoramica di alcune realtà con le quali collaboriamo e con le quali condividiamo il nostro percorso di crescita.

Monitor for Circular Fashion

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

Nel 2025, il Monitor for Circular Fashion ha concentrato la propria ricerca sulla transizione dell'industria della moda verso modelli innovativi in chiave circolare.

Durante l'incontro è stato presentato il Monitor for Circular Fashion Report 2025/2026, uno studio che analizza l'evoluzione del settore moda verso modelli più circolari e sostenibili, evidenziando le principali tendenze, le sfide emergenti e le opportunità strategiche per le imprese.

Il report si basa su un'analisi strutturata del settore, che combina attività di ricerca, raccolta dati e confronto con stakeholder industriali, con l'obiettivo di monitorare i progressi della moda circolare e individuare le leve più efficaci per accelerarne l'adozione.

Come HModa, abbiamo partecipato attivamente ai momenti di incontro e alle attività proposte dal Monitor for Circular Fashion, prendendo parte ai plenary meeting svolti durante l'anno. Le tematiche affrontate durante questi incontri hanno spaziato dall'ecodesign e gestione dei rifiuti, alla circolarità e governance, fino ad aspetti sociali, retail, logistica e innovazione responsabile. In particolare, sono stati trattati

argomenti come l'impatto sociale nella moda circolare, l'applicazione della due diligence e le pratiche ESG nella filiera, le innovazioni tecnologiche per la tracciabilità, la biodiversità e l'agricoltura rigenerativa, e le normative emergenti.

Nel giugno 2025 si è tenuto a Bruxelles un importante incontro presso il Parlamento Europeo, durante il quale diverse aziende, tra cui HModa, hanno presentato un primo position paper dedicato alla sostenibilità e alla circolarità delle filiera. L'evento ha rappresentato un'opportunità strategica per posizionare questi temi come leve di trasformazione del business model.

A seguito dell'incontro, ha avuto luogo un workshop di alto livello con C-level executives, a cui ha preso parte la Chief Sustainability Officer di HModa, finalizzato a discutere approcci innovativi per integrare sostenibilità e principi di economia circolare nei processi aziendali.

Sustainability Pledge

Parallelamente, nel corso del 2025 HModa ha aderito al Sustainability Pledge, un impegno pubblico promosso dall'UNECE (United Nations Economic Commission for Europe), che rappresenta un commitment formale e trasparente volto a rafforzare la sostenibilità lungo l'intera filiera della moda.

Lanciato per accelerare la transizione verso pratiche circolari e responsabili, il Pledge invita aziende, clienti, service provider e stakeholder a adottare attività virtuose misurabili – come la riduzione delle emissioni, il miglioramento della tracciabilità e l'ottimizzazione delle risorse – sottoposte a rendicontazione annuale e revisione indipendente nel 2026, con l'obiettivo di creare un ecosistema condiviso di accountability e innovazione in chiave sostenibile. Coerentemente con il commitment sottoscritto, per l'anno successivo HModa si è posta importanti obiettivi incentrati sul tema della tracciabilità e controllo della filiera, che si impegnerà a rendicontare e perseguire, grazie allo sviluppo di specifici KPI, per poterne

condividere gli avanzamenti nelle prossime sessioni plenarie.

Slow Fiber

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

I membri fondatori di Slow Fiber, tra cui HModa, partecipano attivamente alle manifestazioni e ai canali di comunicazione dell'associazione. Attraverso questa collaborazione, si persegue l'obiettivo di diffondere e divulgare la conoscenza delle conseguenze che i prodotti tessili hanno sull'ambiente, sui lavoratori e sulla salute dei consumatori. L'intento è promuovere una nuova etica e cultura della produzione e del consumo, avvalendosi della rete capillare di Slow Food, già artefice di una rivoluzione culturale di successo nel settore agroalimentare. In occasione di Terra Madre a settembre 2022, Slow Fiber ha presentato il Manifesto, redatto e sottoscritto dai partecipanti al progetto. Questo documento attesta la possibilità concreta di realizzare prodotti tessili per vestire e arredare che rispettino i 5 pillar: "bello, sano, pulito, giusto e durevole". Nell'ambito dell'impegno continuo verso la sostenibilità, Slow Fiber ha definito requisiti minimi rigorosi per l'ingresso al network delle aziende. Questi criteri, sia qualitativi che quantitativi, sono orientati verso le tre dimensioni della sostenibilità: ambiente, sociale e governance. Ciascuno di essi è direttamente collegato agli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) pertinenti e ai principi distintivi di Slow Fiber per ciascuna area, supportato da chiare modalità di adempimento e sistemi di monitoraggio per garantire un continuo miglioramento. Tra i requisiti richiesti figurano, ad esempio, il conseguimento

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

Nel 2025 è stata condotta un'attività di self-assessment attraverso la piattaforma Cikis, volta all'autovalutazione di tutte le Società che aderiscono al sistema Slow Fiber. HModa si è pertanto sottoposta a questa prima analisi preliminare, finalizzata ad approfondire diverse tematiche quali gestione chimica, compliance, energia, filiera e salute e sicurezza, con l'obiettivo di rafforzare la propria trasparenza in merito ai temi oggetto di verifica.

UN Global Compact

Nel corso del 2025, HModa ha consolidato il proprio impegno all'interno del United Nations Global Compact Network Italia, di cui è membro fondatore. Il United Nations Global Compact è la più ampia iniziativa volontaria delle Nazioni Unite dedicata alla promozione della sostenibilità d'impresa e della responsabilità sociale, e riunisce aziende e organizzazioni impegnate ad allineare le proprie strategie e operazioni a 10 principi universali in materia di:

- diritti umani
- lavoro
- ambiente
- lotta alla corruzione

contribuendo in questo modo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

Durante l'anno, HModa ha partecipato attivamente alle Assemblee Generali del Network, contribuendo ai momenti di confronto e indirizzo per il futuro e rafforzando il dialogo con le altre imprese aderenti e con gli stakeholder istituzionali. Di assoluta rilevanza è stata la partecipazione all'Italian Business & SDGs Annual Forum svoltosi a Napoli in occasione del 25° anniversario del

Global Compact delle Nazioni Unite. Nel corso delle due giornate di lavori, imprese, istituzioni, mondo accademico e società civile si sono confrontati sulla centralità della sostenibilità come leva strategica per la crescita economica e la competitività. I lavori dell'incontro hanno inoltre rappresentato un'opportunità per approfondire la nuova strategia al 2030 promossa dal Global Compact, volta a supportare le imprese nell'integrazione della sostenibilità nei modelli di business, promuovere azioni collettive su tematiche prioritarie quali il cambiamento climatico e il lavoro dignitoso.

Nel 2025, HModa ha inoltre preso parte ai programmi Accelerator promossi dal United Nations Global Compact, con particolare riferimento al percorso Sustainable Procurement, finalizzato a supportare le imprese nell'integrazione sistematica di criteri ambientali, sociali e di governance nei processi di approvvigionamento. Il percorso ha rappresentato un'opportunità di approfondimento di strumenti operativi e best practice per la gestione responsabile della supply chain, coerentemente con le specificità del settore moda e con il ruolo industriale di HModa lungo la filiera.

Il coinvolgimento nel United Nations Global Compact ha contribuito a rafforzare le competenze interne e a supportare l'evoluzione dei processi di governance e di gestione responsabile del Gruppo.

Sustainable Markets Initiative

Nel corso del 2025, HModa ha aderito in qualità di primo membro della Filiera alla Sustainable Markets Initiative (SMI), piattaforma internazionale che riunisce imprese e istituzioni con l'obiettivo di accelerare la transizione verso modelli economici più sostenibili e resilienti. L'ingresso in SMI rappresenta per HModa un

passo nel rafforzamento del proprio impegno in ambito ESG e nella partecipazione attiva a network globali orientati alla trasformazione responsabile dei mercati.

Durante l'anno, HModa ha preso parte alle attività e ai momenti di confronto promossi dalla Sustainable Markets Initiative, che hanno riunito sia i brand sia i membri della filiera. Le principali attività che si sono svolte hanno avuto come tema principale il contributo ai lavori tematici dedicati alle principali sfide di sostenibilità del settore moda e lusso. In particolare, il coinvolgimento si è concentrato su temi quali la circolarità dei modelli produttivi, la tracciabilità delle filiere e la responsabilità sociale lungo la catena del valore, in un'ottica di condivisione di esperienze e buone pratiche.

La partecipazione a SMI ha favorito il dialogo con attori internazionali del settore e ha supportato l'evoluzione dei progetti di sostenibilità di HModa, rafforzando l'allineamento tra gli obiettivi industriali del Gruppo e le traiettorie di sviluppo sostenibile a livello globale.

HModa considera le partnership e le membership strategiche, come quella con la Sustainable Markets Initiative, un elemento chiave per favorire l'innovazione, la collaborazione e il miglioramento continuo, contribuendo in modo concreto alla transizione sostenibile del settore moda.





Governance



2.1 Struttura e composizione degli organi di controllo



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

Si precisa che al 31.12.2025 il ruolo del Presidente e del CEO confluiscono nella stessa persona e costituiscono la massima carica in materia di Governance aziendale.

Nel suo operato è supportato da un Consigliere Delegato, scelto per le sue competenze specifiche e la sua esperienza, che lo rendono particolarmente adatto a svolgere questa funzione all'interno del Consiglio di Amministrazione. Questa scelta avviene attraverso una valutazione delle sue capacità professionali, della sua conoscenza del settore e della sua capacità di contribuire alla strategia e agli obiettivi del Gruppo. Il CEO, a sua volta, si coordina con il Management per garantire una gestione efficace e coerente con la strategia del Gruppo. Considerando la Strategia, e in particolare quella di sostenibilità, questa è redatta dalla più alta carica in materia

di sostenibilità, la Chief Sustainability Officer (CSO) ed è sottoposta a revisione e validazione da parte del Presidente. Al Management del Gruppo e delle aziende partecipate, invece sono delegate tutte le attività di sviluppo dei progetti, definiti dal Piano Strategico.

Per garantire una governance trasparente ed efficace, nel 2024 è stato implementato il Comitato di Gestione dei Rischi per la Transizione e la Resilienza, a supporto del CdA. Questo comitato ha il compito di informare e orientare il CdA sulle tematiche di sua competenza, assicurando che le decisioni siano ben fondate e in linea con gli obiettivi del Gruppo. Inoltre, il CdA continua a mantenere un dialogo costante con gli investitori, garantendo trasparenza e allineamento con le aspettative degli stakeholder.

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

Nel 2025, il Bilancio di Sostenibilità è soggetto all'approvazione del Consiglio di Amministrazione.

Consiglio di Amministrazione

Amministratori	Ruolo	Età	Genere	Tipologia
Claudio Rovere ³	Presidente	50	M	Esecutivo
Luca Ferraris	Consigliere delegato	>50	M	Esecutivo
Silvia Maria Rovere	Consigliera	>50	F	Non esecutivo

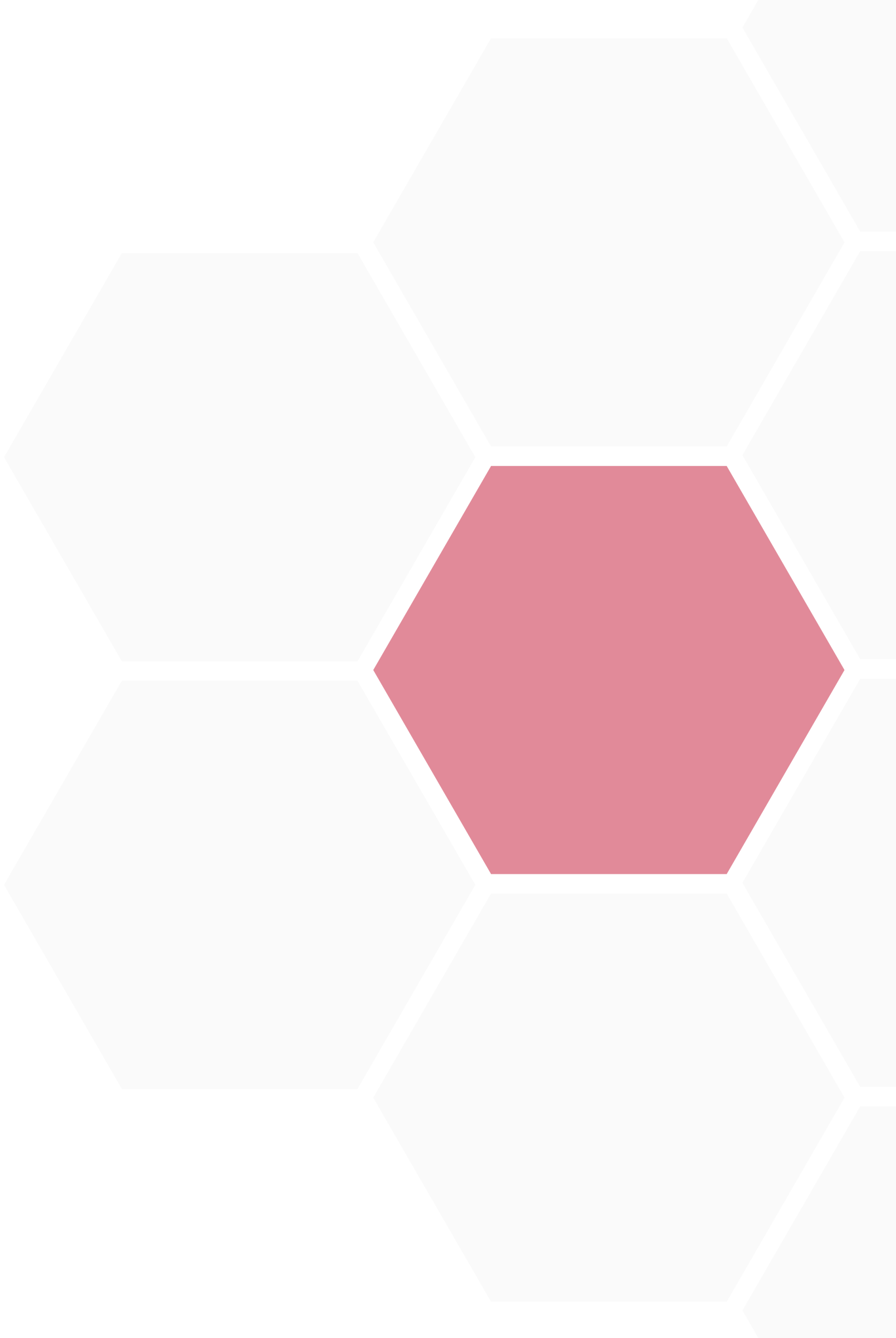
Tabella 1: Composizione del Consiglio di Amministrazione Holding Moda

Società di Revisione Legale

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

Tabella 2: Organo di revisione legale dei conti

³ Il Presidente di HModa è il Presidente del Gruppo ma non è un dirigente.





2.2 Analisi di materialità e gestione dei rischi



Analisi di doppia materialità

Nel 2024, HModa ha segnato un traguardo significativo nel suo percorso di sostenibilità, elaborando la sua prima analisi di doppia materialità. Questa iniziativa rappresenta un'evoluzione sostanziale e strategica rispetto all'anno 2023, in cui l'attenzione era focalizzata principalmente sulla impact materiality (materialità degli impatti). Per la rendicontazione, il Gruppo ha meticolosamente aggiornato l'analisi d'impatto, affinando la valutazione in conformità ai requisiti stringenti previsti dagli ESRS (European Sustainability Reporting Standards). Contestualmente, ha avviato un'analisi approfondita per l'individuazione dei rischi e delle opportunità (financial materiality), in linea con quanto richiesto dalla più recente normativa europea sulla rendicontazione di sostenibilità.

Questa analisi di doppia materialità è un processo cruciale e sistematico che ha permesso a HModa di identificare e valutare gli aspetti più rilevanti per l'azienda. Da un lato, considera gli impatti effettivi e potenziali, sia positivi che negativi, che le attività di HModa generano sull'ambiente e sulla società. Questa dimensione include non solo gli impatti diretti, ma anche quelli correlati alle attività svolte lungo l'intera catena del valore e alle relazioni commerciali, riflettendo la nostra consapevolezza della responsabilità estesa. Dall'altro lato, la valutazione include l'impatto finanziario che i fattori ESG (Ambientali, Sociali e di Governance) possono avere sulla performance economica del Gruppo. Questo si traduce nell'analisi sia degli effetti finanziari diretti sulle attività aziendali, sia di quelli indiretti che possono influenzare gli attori della nostra catena del valore. L'obiettivo primario di questo approccio integrato è anticipare e gestire proattivamente le sfide future, minimizzando gli effetti negativi e massimizzando i benefici per la società, l'ambiente e, in ultima analisi, per la creazione di valore a lungo termine. Tale approccio

contribuisce a garantire la completezza di un quadro esaustivo e bilanciato, permettendo di indirizzare efficacemente le risorse e le strategie verso ciò che è intrinsecamente importante per tutti i nostri stakeholder. HModa ha condotto questa analisi aderendo alle indicazioni dei GRI Standards (Global Reporting Initiative), che promuovono la doppia materialità come principio cardine per una rendicontazione trasparente, significativa e in grado di offrire una comprensione profonda delle interconnessioni tra le performance aziendali e i contesti sociali e ambientali in cui operiamo. L'analisi di doppia materialità è stata sviluppata attraverso un processo metodologico strutturato in tre fasi distinte, garantendo accuratezza e completezza:

1. Comprensione del Contesto: In questa prima e fondamentale fase, è stata definita con estrema chiarezza la catena del valore del Gruppo HModa. Questa suddivisione ha permesso di distinguere in modo netto le attività gestite direttamente da HModa da quelle svolte dai fornitori a monte e a valle, fornendo una visione sistemica. Parallelamente, sono stati individuati e categorizzati i principali stakeholder del Gruppo, includendo azionisti, investitori, dipendenti, fornitori, clienti, Top Management, società controllate, banche, enti formativi e business partner. Questo processo ha consentito di identificare tutti i soggetti che interagiscono quotidianamente con Holding Moda e le loro attività, creando un quadro chiaro delle relazioni, delle dipendenze e delle influenze reciproche.

2. Identificazione degli Impatti, dei Rischi e delle Opportunità: La seconda fase ha visto un'attività intensiva di benchmarking e un'analisi approfondita della documentazione settoriale e aziendale lungo l'intera catena del valore. Questo ha portato all'individuazione di un cluster di topic rilevanti e specifici per il settore in cui il Gruppo opera, garantendo che l'analisi fosse pertinente e mirata. Per l'identificazione dei rischi e delle opportunità, è stata valutata attentamente la loro connessione intrinseca con gli impatti precedentemente individuati, così come le dipendenze da risorse naturali e/o sociali in ogni fase della catena del

valore. Un'attenzione particolare è stata rivolta anche all'influenza degli scenari normativi più attuali e futuri, quali la CSDDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive), il 99100 Regolamento (UE) 2024/1781 (il cosiddetto Regolamento Ecodesign), il Regolamento (UE) 2025/40 sul packaging, la Direttiva (UE) 2024/825 sul Greenwashing e il Piano d'azione UE per l'economia circolare. Questa prospettiva proattiva ci consente di anticipare e integrare le evoluzioni legislative.

3. Valutazione degli Impatti, dei Rischi e delle Opportunità: Nell'ultima fase, il Gruppo ha proceduto a una valutazione rigorosa della significatività degli impatti, dei rischi e delle

opportunità identificati. Tale valutazione è stata condotta considerando due parametri chiave: la probabilità che un evento si verifichi e la severità del suo potenziale impatto. Un elemento cruciale di questa fase è stato il coinvolgimento attivo degli stakeholder interni, attraverso sessioni dedicate e momenti di confronto. Questo approccio partecipativo ha garantito una maggiore validità, accuratezza e completezza dell'analisi, incorporando prospettive diversificate e rilevanti per il business e per gli stakeholder.

A seguire, riportiamo l'analisi di materialità aggiornata all'anno di rendicontazione.

Impatto	Positivo / Negativo	Indiretto / Diretto	Descrizione	Rilevanza	Tema
Emissioni di gas climalteranti	Negativo	Diretto	Emissioni di gas climalteranti e conseguente contribuzione della variazione globale delle temperature medie. Contribuzione al superamento di 2 °C Accordo di Parigi e mancata mitigazione al 1,5°C di limite. Contribuzione all'innalzamento del livello del mare e conseguente acidificazione degli oceani. Abbassamento della qualità dell'aria e della sua salubrità.	Media	Cambiamento climatico
Contributo all'inquinamento locale a causa delle emissioni stazionarie derivante da attività dirette e dei fornitori	Negativo	Diretto e Indiretto - Upstream	Contribuzione all'inquinamento locale a causa delle emissioni stazionarie Scarsità delle risorse non rinnovabili e conseguenti problemi di approvvigionamento e costi	Elevata	Energia Inquinamento dell'aria
Impoverimento del suolo, contaminazione della falda acquifera per sversamenti o cattiva gestione dei rifiuti	Negativo	Diretto	Impoverimento del suolo Contaminazione della falda acquifera in caso di sversamento o cattiva gestione dei rifiuti Possibili cause legali e/o sanzioni	Elevata	Rifiuti

Impatto	Positivo / Negativo	Indiretto / Diretto	Descrizione	Rilevanza	Tema
Consumo eccessivo di materie prime	Negativo	Diretto	Aumento dell'inquinamento dato dallo spreco di alcuni materiali Stoccaggio di scarti in paesi poveri con conseguente aumento dell'inquinamento terrestre e delle falde acquifere Impiego di prodotti chimici aggressivi nelle lavorazioni di recupero degli scarti/capi, con conseguente inquinamento delle acque	Elevata	Materiali in ingresso e in uscita
Inquinamento dell'acqua	Negativo	Indiretto - Upstream	Stoccaggio di scarti in paesi poveri con conseguente aumento dell'inquinamento terrestre e delle falde acquifere Impiego di prodotti chimici aggressivi nelle lavorazioni di recupero degli scarti/capi, con conseguente inquinamento delle acque	Media	Inquinamento dell'acqua Sostanze preoccupanti ed estremamente preoccupanti Microplastiche Impatti sulla perdita di biodiversità
Aumento degli infortuni e delle malattie professionali per i dipendenti	Negativo	Diretto	Aumento degli infortuni e della malattia professionale con conseguente pericolo per i dipendenti Possibili cause legali, chiusura temporanea dell'attività produttiva e ripercussioni sui dipendenti	Elevata	Condizioni di lavoro
Incapacità di garantire la tracciabilità dei prodotti	Negativo	Diretto	Occupazione e condizioni di lavoro dignitose (buone pratiche dei fornitori) Mantenimento delle maestranze del Made in Italy con i rischi/benefici indiretti al posizionamento dell'industria italiana nel settore fashion Promozione dei valori lungo tutta la catena del valore Tutela delle persone e dell'ambiente	Media	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o utilizzatori finali = Clienti
Discriminazione per genere, età, origine	Negativo	Diretto	Rischio di discriminazione per genere, età, origine e di eventuali controversie legali connesse Mancato rispetto dei principi sottoscritti al UNGC Sanzioni e azioni legali commisurate all'inadempienza normativa Mancato rispetto della UNI PdR125 Sospensione dell'attività d'impresa e conseguente disagio economico per stakeholder interni	Elevata	Parità di trattamento

Impatto	Positivo / Negativo	Indiretto / Diretto	Descrizione	Rilevanza	Tema
Sviluppo di patologie connesse al mancato rispetto di standard chimici e fisici dei prodotti	Negativo	Diretto	Sviluppo di patologie connesse ai mancati standard chimici e fisici dei prodotti Sanzioni nazionali e europee Mancanza dei criteri necessari alla riciclabilità/riuso del prodotto	Bassa	Sicurezza dei consumatori e/o utilizzatori finali
Sanzioni e/o stop della produzione dovuti a casi di non compliance	Negativo	Diretto	Sanzioni e/o stop della produzione con conseguente ricaduta sugli stakeholder interni Episodi di non compliance e conseguenti sanzioni e/o stop della produzione possono determinare effetti negativi sugli stakeholder coinvolti nei processi produttivi.	Bassa	Sicurezza dei consumatori e/o utilizzatori finali
Mancata soddisfazione di specifiche esigenze del cliente	Negativo	Diretto	Mancata soddisfazione di specifiche esigenze del Cliente con conseguenti ripercussioni di ritardi e perdita economica su tutta la catena del valore La mancata soddisfazione del cliente può determinare una riduzione delle commesse e influire negativamente sulla capacità di HModa di generare valore lungo la catena di fornitura	Bassa	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o utilizzatori finali = Clienti
Incapacità di garantire un trattamento dignitoso dei capi di bestiame	Negativo	Indiretto - Upstream	Incapacità di garantire un trattamento dignitoso dei capi di bestiame	Bassa	Benessere animale
Comportamenti anticompetitivi	Negativo	Diretto	Sanzioni e/o stop della produzione con conseguente ricaduta sugli stakeholder interni Episodi di non compliance e conseguenti sanzioni e/o stop della produzione possono determinare effetti negativi sugli stakeholder coinvolti nei processi produttivi.	Bassa	Cultura d'impresa
Episodi di corruzione	Negativo	Diretto	Sanzioni e/o stop della produzione con conseguente ricaduta sugli stakeholder interni Episodi di non compliance e conseguenti sanzioni e/o stop della produzione possono determinare effetti negativi sugli stakeholder coinvolti nei processi produttivi.	Media	Corruzione e protezione degli informatori

Impatto	Positivo / Negativo	Indiretto / Diretto	Descrizione	Rilevanza	Tema
Incapacità di garantire la business continuity a causa di uno scarso monitoraggio della supply chain	Negativo	Diretto	Occupazione e condizioni di lavoro dignitose (buone pratiche dei fornitori) Mantenimento delle maestranze del Made in Italy con i rischi/benefici indiretti al posizionamento dell'industria italiana nel settore fashion Promozione dei valori lungo tutta la catena del valore Tutela delle persone e dell'ambiente	Elevata	Gestione dei rapporti con i fornitori, incluse le prassi di pagamento
Engagement dei dipendenti, miglioramento del clima aziendale e aumento del benessere	Positivo	Diretto	Ingaggio dei dipendenti Aumento della produttività Fidelizzazione all'azienda Miglioramento del clima aziendale Aumento del benessere (economico e/o fisico) degli stakeholder interni	Media	Condizioni di lavoro
Sviluppo socioeconomico delle comunità locali	Positivo	Diretto	Incentivo dello sviluppo socioeconomico delle comunità che ospitano le aziende del Gruppo Sviluppo di progetti formativi e di introduzione al lavoro in azienda per i giovanissimi del territorio	Media	Condizioni di lavoro
Occupazione dignitosa (remunerazione, premialità, benessere, inclusione)	Positivo	Diretto	Occupazione dignitosa (remunerazione, premialità, benessere, inclusione) Formazione e crescita lavorativo-personale Riconoscimento dei talenti a tutti i livelli in tutte le occupazioni	Elevata	Condizioni di lavoro
Contributo allo sviluppo della professionalità dei dipendenti	Positivo	Diretto	Occupazione dignitosa (remunerazione, premialità, benessere, inclusione) Formazione e crescita lavorativo-personale Riconoscimento dei talenti a tutti i livelli in tutte le occupazioni	Media	Parità di trattamento
Promozione dell'innovazione, della r&s del settore fashion in ambito di sostenibilità	Positivo	Diretto	Promozione dell'innovazione, della ricerca e dello sviluppo del settore fashion in ambito di sostenibilità Corretta gestione dei materiali, riduzione degli sprechi e condivisione delle trasformazioni di business	Media	Materiali in ingresso e in uscita

Impatto	Positivo / Negativo	Indiretto / Diretto	Descrizione	Rilevanza	Tema
Occupazione e condizioni di lavoro dignitose (buone pratiche dei fornitori)	Negativo	Indiretto - Upstream	Occupazione e condizioni di lavoro dignitose (buone pratiche dei fornitori) Mantenimento delle maestranze del Made in Italy con i rischi/benefici indiretti al posizionamento dell'industria italiana nel settore fashion Promozione dei valori lungo tutta la catena del valore Tutela delle persone e dell'ambiente	Elevata	Diritti umani (catena del valore)
Valorizzazione e tutela del made in Italy	Positivo	Diretto	Trasmissione delle maestranze e del savoir faire del Made in Italy	Elevata	Non-compliance con impatti sulle comunità locali
Condivisione del valore con tutti i nostri stakeholder	Positivo	Diretto	Condivisione del valore con tutti nostri stakeholder	Elevata	Cultura d'impresa
Eccessivo consumo della risorsa idrica	Negativo	Indiretto	La produzione di materie prime come pelle e cotone richiede un notevole consumo di risorse idriche. Il Gruppo si approvvigiona di materie prime che richiedono un elevato consumo di risorse idriche.	Bassa	Risorsa Idrica

Come previsto dallo standard ESRS 1 l'analisi di doppia rilevanza ha due dimensioni: una d'impatto e una finanziaria. A seguito della costruzione dell'analisi di materialità d'impatto, per la rendicontazione 2024 abbiamo portato avanti e predisposto l'analisi per la doppia materialità.

Di seguito riportiamo quanto emerso da questo primo esercizio di analisi, volto all'individuazione di rischi e opportunità.

Rischio/ opportunità	Descrizione	Rilevanza	Time-horizon	Tema
Rischi economici e reputazionali correlati all'incapacità di garantire la Salute e Sicurezza sul Lavoro	Rischio di aumento degli incidenti sul lavoro e del conseguenziale incremento dei tassi infortunistici	Bassa	Breve	Condizioni di lavoro
Rischi economici dovuti a potenziali danni fisici legati al cambiamento climatico (es. eventi meteorologici estremi) che possono impattare sul patrimonio immobiliare del Gruppo	Riduzione della disponibilità di risorse e dell'efficienza degli asset Aumento dei rischi di danni strutturali e dei costi assicurativi	Media	Breve	Cambiamento climatico
Rischio di non compliance ed economico legato al rispetto delle nuove normative in termini di biodiversità.	Sanzioni e danni reputazionali dovuti alla non conformità alle nuove normative sulla biodiversità	Bassa	Breve	Impatti sulla Perdita di biodiversità
Rischi reputazionali correlati all'incapacità di garantire le pari opportunità	Difficoltà nell'attrarre e trattenere talenti Calo della produttività Perdita di fiducia da parte degli stakeholder	Bassa	Breve	Parità di trattamento
Rischi economici e di non compliance per il mancato rispetto di normative ambientali	Rischio di incidenti ambientali dovuti al rilascio di sostanze inquinanti, causati da misure di controllo inefficaci o inadeguate.	Media	Medio-Lungo	Inquinamento dell'aria Inquinamento dell'acqua Sostanze preoccupanti ed estremamente preoccupanti
Rischi operativi e reputazionali correlati a una scarsa professionalità dei dipendenti	Riduzione dell'efficienza operativa Riduzione della soddisfazione dei clienti e della qualità del servizio	Media	Breve	Parità di trattamento
Rischi operativi e reputazionali correlati all'incapacità di garantire un adeguato livello di soddisfazione dei dipendenti	Riduzione della soddisfazione dei dipendenti Aumento della rotazione del personale e difficoltà nel trattenere i talenti	Media	Breve	Condizioni di lavoro

Rischio/ opportunità	Descrizione	Rilevanza	Time-horizon	Tema
Rischi operativi e reputazionali dovuti alla mancata negoziazione con i sindacati	Riduzione dei tempi di attività degli impianti per l'astensione dei lavoratori Aumento dei costi per soddisfare le richieste delle associazioni dei lavoratori	Bassa	Breve	Condizioni di lavoro
Rischi reputazionali dovuti alla mancata aderenza da parte dei fornitori ai valori di HModa	Danni reputazionali dovuti alla percezione di scarsa affidabilità del Gruppo come partner commerciale	Bassa	Breve	Gestione dei rapporti con i fornitori, incluse le prassi di pagamento
Rischi di non compliance, economici e reputazionali dovuti ad una cattiva gestione dei rifiuti	Rischio di sanzioni con impatti finanziari rilevanti e aumento dei costi operativi per garantire la conformità alle normative Possibile perdita di clienti sensibili agli standard ambientali Potenziale danno reputazionale con ripercussioni negative su vendite e fiducia nel marchio	Elevata	Medio-Lungo	Rifiuti
Rischi di non compliance, economici e reputazionali dovuti ad una scarsa gestione degli aspetti ambientali, di salute e sicurezza delle comunità locali	Potenziati danni alla salute e la sicurezza delle comunità locali a causa del rilascio di sostanze chimiche nell'ambiente Sfruttamento e impoverimento delle risorse limitate, sottraendole alla comunità	Bassa	Medio-Lungo	Non-compliance con impatti sulle comunità locali
Rischi economici dovuti a non conformità dei prodotti forniti	Rischio di contenziosi legali e richieste di risarcimento da parte dei clienti La scarsa qualità dei prodotti può compromettere la reputazione aziendale	Bassa	Breve	Sicurezza dei consumatori e/o utilizzatori finali
Opportunità di trasmettere il know how alle nuove generazioni attraverso la creazione di percorsi di specializzazione	Facilitare l'assunzione di personale qualificato Contribuire alla valorizzazione delle maestranze e alla promozione del Made in Italy	Elevata	Breve	Parità di trattamento
Opportunità di acquisire un vantaggio competitivo riducendo il proprio impatto ambientale	Acquisizione di un vantaggio rispetto ai propri competitors, integrando strategie di business volte alla riduzione dell'impatto ambientale delle operations	Bassa	Medio-Lungo	Energia
Rischi di non compliance, economici e reputazionali dovuti all'introduzione di normative più severe sulla ecosostenibilità dei processi produttivi	Mancato rispetto delle normative e dell'adeguamento dei processi operativi	Elevata	Breve	Materiali in ingresso e in uscita

Rischio/ opportunità	Descrizione	Rilevanza	Time-horizon	Tema
Rischi economici e reputazionali correlati all'incapacità di reagire ai cambiamenti del mercato	Perdita di attrattività verso clienti e investitori Possibili impatti negativi sulla conformità ambientale e sulle performance aziendali	Bassa	Medio-Lungo	Cultura d'impresa
Rischi economici e reputazionali correlati all'introduzione di requirement più stringenti in materia di animal welfare	Rischio di subire pressioni da parte di enti e organizzazioni che monitorano e promuovono standard più stringenti per il trattamento degli animali Perdita di fiducia da parte dei clienti sensibili al tema	Bassa	Medio-Lungo	Benessere animale
Rischi operativi correlati all'incapacità di assumere personale qualificato	Riduzione dell'efficienza operativa e la soddisfazione dei clienti Possibilità incrementare i costi per l'esternalizzazione della produzione Possibili effetti negativi sulle prestazioni, sulla capacità di innovazione e sulla competitività	Elevata	Breve	Parità di trattamento
Rischi operativi e reputazionali associati all'incapacità dei fornitori di tutelare i diritti umani	Danni alla reputazione aziendale per il mancato allineamento alle aspettative di responsabilità sociale degli stakeholder Perdita di valore del marchio e di fiducia da parte di clienti e consumatori Possibile esclusione da alcuni mercati	Elevata	Breve	Diritti umani (catena del valore)
Rischi operativi derivanti dalla dipendenza da materie prime o risorse naturali	Per le operazioni aziendali i potenziali effetti relativi alla catena di approvvigionamento possono essere significativi, soprattutto quando si tratta di dipendenza da risorse limitate o sfruttate intensivamente	Elevata	Medio-Lungo	Materiali in ingresso e in uscita
Rischi operativi e reputazionali dovuti al mancato rispetto di standard lavorativi adeguati	Possibili impatti negativi sulla competitività e sulla reputazione aziendale	Media	Breve	Diritti umani (Azienda HModa)
Dipendenza da fornitori imposti dai Brand	Possibile compromissione della continuità e dell'efficienza delle operazioni aziendali	Media	Breve	Gestione dei rapporti con i fornitori, incluse le prassi di pagamento
Rischi operativi e di non compliance dovuti ad una gestione scorretta delle infrastrutture IT	Rischio di compromissione della sicurezza dei dati, dell'integrità dei sistemi IT e della continuità operativa aziendale a causa di misure di protezione informatica insufficienti	Bassa	Breve	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o utilizzatori finali = Clienti
Rischi operativi derivanti dall'incapacità di garantire la tracciabilità dei prodotti	Il Gruppo potrebbe fornire ai propri Clienti informazioni incomplete sui prodotti venduti e non rispettare i requisiti legislativi imposti sull'etichettatura e sulla tracciabilità del prodotto	Bassa	Breve	Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o utilizzatori finali = Clienti

Rischio/ opportunità	Descrizione	Rilevanza	Time-horizon	Tema
Rischi operativi e reputazionali dovuti ad una comunicazione errata o poco veritiera	Sottostimando i possibili effetti di una campagna di comunicazione poco trasparente, alcune società del Gruppo potrebbero divulgare informazioni errate o non del tutto veritiere, determinando possibili conseguenze in termini di non compliance e, in caso di accertamento di eventuali non conformità, ingenti danni operativi e reputazionali	Elevata	Medio-Lungo	Pratiche commercial responsabili
Rischi economici e reputazionali dovuti al mancato raggiungimento di obiettivi di sostenibilità	L'organizzazione potrebbe adottare strategie insufficienti a raggiungere gli obiettivi di sostenibilità del Gruppo e ciò potrebbe determinare una perdita di clienti maggiormente attenti alle tematiche, con riflessi reputazionali	Bassa	Medio-Lungo	Cultura d'impresa
Rischi economici e reputazionali dovuti all'acquisizione di società che contribuiscono negativamente al raggiungimento degli obiettivi strategici di sostenibilità	L'acquisizione di società che non hanno ad oggi adottato strategie di sostenibilità può incidere negativamente sulle performance ESG del Gruppo e influire sulla sua capacità di raggiungere gli obiettivi definiti	Media	Medio-Lungo	Cultura d'impresa
Rischi economici e reputazionali dovuti al mancato rispetto da parte dei fornitori di adeguati standard su salute, sicurezza e ambiente	Possibile aumento degli eventi infortunistici ed episodi significativi con ricadute in termini reputazionali. Gli incidenti (in particolare quelli gravi) possono portare a tempi di inattività e gli stabilimenti potrebbero essere obbligati a chiudere fino a quando un'autorità esterna non conceda loro il permesso di riaprire	Media	Breve	Gestione dei rapporti con i fornitori, incluse le prassi di pagamento Diritti umani (catena del valore)
Rischi operativi dovuti all'esigenza di integrazione delle funzioni verticali nelle singole aziende	Inefficienze operative legate all'accentramento delle funzioni strategiche e sovraccarico delle figure interne delle controllate	Bassa	Medio-Lungo	Cultura d'impresa
Opportunità di creare valore per il Gruppo acquisendo società allineate ai propri obiettivi di sostenibilità e di business	La valutazione di aspetti ESG in fase di due diligence può aiutare l'organizzazione a verificare preventivamente l'eventuale allineamento delle società target	Media	Medio-Lungo	Cultura d'impresa
Rischio di non compliance e reputazionale legato a casi di corruzione e pratiche anti-competitive	Incapacità di conformarsi alle normative anticorruzione e antitrust, comportando sanzioni legali, danni reputazionali e perdite economiche	Bassa	Medio-Lungo	Corruzione e Protezione degli informatori

La gestione dei rischi

Il Comitato di Gestione dei Rischi per la Transizione e la Resilienza rappresenta uno dei presidi centrali del Gruppo nella definizione di una strategia capace di coniugare crescita, sostenibilità e solidità di lungo periodo. Composto da figure chiave provenienti dalle principali funzioni aziendali - tra cui Sostenibilità, Finance, Legal, People, M&A e General Management - il Comitato integra competenze diverse per garantire una lettura completa e multidisciplinare dei rischi e delle opportunità che HModa affronta in un contesto in continua evoluzione.

Il suo ruolo si sviluppa attorno a tre dimensioni fondamentali: comprendere i cambiamenti in atto, monitorarne l'impatto sulle attività aziendali e orientare la strategia di risposta, assicurando che ogni scelta sia allineata al percorso di transizione del Gruppo. Attraverso un lavoro costante di studio e osservazione del contesto, il Comitato analizza l'andamento del business e valuta i possibili scenari futuri, individuando in anticipo le aree di vulnerabilità ma anche i margini di opportunità che possono generare valore.

L'identificazione dei rischi rappresenta un passaggio chiave dell'attività del Comitato. Essa avviene mediante un processo strutturato che combina analisi di dati, interviste ai responsabili delle diverse funzioni e momenti di confronto interno, così da ottenere una mappatura completa e condivisa delle priorità. Una volta individuati i rischi maggiormente rilevanti e la probabilità del loro manifestarsi, il Comitato elabora strategie e progetti di mitigazione, valutati anche sotto il profilo dei costi-benefici, con l'obiettivo di tradurre le analisi in interventi concreti. Parallelamente, vengono definiti indicatori chiave di performance che consentono di monitorare nel tempo i risultati delle azioni intraprese e di verificare la coerenza tra gli obiettivi e i progressi effettivamente raggiunti.

La dimensione operativa del Comitato si articola attraverso incontri periodici, pianificati secondo un calendario annuale, durante i quali vengono condivisi aggiornamenti, analisi e proposte di intervento. Questo ritmo regolare di confronto permette non solo di mantenere allineate le funzioni coinvolte, ma anche di garantire una revisione costante della strategia aziendale, adeguandola dinamicamente alle evoluzioni del contesto normativo, ambientale, sociale e competitivo.

Un elemento distintivo del Comitato è il rapporto diretto con il Presidente, che viene aggiornato con cadenza periodica sugli sviluppi del business, sui principali rischi emergenti e sulle misure adottate. Attraverso queste interazioni, il Comitato svolge un ruolo di supporto e consulenza strategica, contribuendo a rafforzare la governance aziendale e a mantenere un elevato livello di trasparenza nei processi decisionali. Allo stesso modo, collabora con l'organo di controllo e revisione, supportando il presidio della trasparenza e della rendicontazione ESG, e dialoga con il management di HModa, al quale fornisce indicazioni strategiche per garantire continuità operativa e coerenza delle iniziative di mitigazione.

◆ Attività svolte nel 2025

Nel corso del 2025, il Comitato di Gestione dei Rischi per la Transizione e la Resilienza ha concentrato le proprie attività sull'avvio operativo del nuovo modello di governance dei rischi e sull'allineamento del Gruppo ai principali requisiti normativi in materia ESG. L'incontro annuale del Comitato ha rappresentato un momento chiave di consolidamento del percorso intrapreso e ha permesso ai membri di confrontarsi su temi cruciali per l'evoluzione del sistema di gestione del rischio.

Una prima area di approfondimento ha riguardato la presentazione dei risultati dell'analisi di doppia materialità, con particolare attenzione ai cambiamenti emersi nel biennio 2024/2025. Il Comitato ha discusso l'evoluzione dei rischi e delle opportunità del settore,

individuando i fattori maggiormente influenti e le possibili traiettorie future. Tale esercizio ha offerto una base solida per l'aggiornamento delle priorità strategiche del Gruppo e ha favorito una maggiore consapevolezza condivisa tra le funzioni coinvolte.

Ampio spazio è stato dedicato anche al percorso di accompagnamento normativo verso la piena compliance alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e al Regolamento europeo sulla Tassonomia. È stata illustrata la roadmap di adeguamento, evidenziando le principali scadenze, gli obblighi di reporting e le implicazioni operative per le diverse funzioni aziendali. Questo confronto ha permesso di allineare aspettative, ruoli e responsabilità, rafforzando la governance interna e preparando il Gruppo a un sistema di rendicontazione più robusto e integrato.

Un ulteriore momento significativo dell'incontro ha riguardato la definizione delle modalità di costituzione, gestione e formalizzazione del Comitato stesso. Sono state condivise le responsabilità collegiali e individuali dei membri e presentata una panoramica completa del processo di gestione del rischio che guiderà i lavori futuri. Tale processo è stato descritto come un'attività sistematica che parte dall'identificazione dell'universo dei rischi, attraverso analisi dei dati, interviste interne e consultazioni con esperti, per poi proseguire con la loro catalogazione in base alla natura, valutazione secondo impatto e probabilità, definizione delle strategie di trattamento (prevenzione, riduzione, trasferimento o accettazione) e, infine, con un monitoraggio continuo delle misure adottate e della loro efficacia.

A ciascun membro del Comitato è stato richiesto di illustrare la rilevanza strategica della propria funzione e il contributo operativo che può apportare alla gestione integrata del rischio. A partire da questa prospettiva condivisa, il Comitato ha riesaminato l'analisi di materialità finanziaria del Gruppo, concentrandosi sui rischi giudicati più significativi.

Per ciascun rischio individuato e evidenziato come prioritario, il Comitato ha avviato un'analisi qualitativa basata sull'entità, sulla probabilità di accadimento e sulle possibili modalità di trattamento ex ante ed ex post. Questo esercizio si è dimostrato essenziale per gettare le basi del sistema di gestione del rischio di Gruppo che verrà formalizzato nel corso del 2026, consentendo ai membri di identificare con maggiore precisione gli strumenti necessari e le priorità di intervento.

In parallelo, è stata presentata una panoramica dettagliata del Regolamento del Comitato, che definisce missione, visione, criteri di nomina e composizione, ruolo del Presidente, responsabilità operative e modalità di funzionamento.

Successivamente i membri hanno svolto un esercizio di quantificazione dei rischi attraverso analisi qualitative e quantitative, impiego di matrici di rischio, modelli di simulazione e valutazione della sensibilità degli interventi. Tale approfondimento ha permesso di identificare esempi concreti di impatto per le diverse funzioni aziendali e rappresenta il punto di partenza per la costruzione del primo modello condiviso di gestione dei rischi del Gruppo.



2.3 Codice etico



Il Codice Etico di Holding Moda S.r.l., approvato dal Consiglio di Amministrazione il 20 maggio 2022, è un documento fondamentale che definisce i principi e i valori a cui la Società si ispira nelle sue attività quotidiane.

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

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

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

Il Codice Etico prevede specifici meccanismi per la sua applicazione e diffusione. L'Organismo di Vigilanza, in collaborazione con il management aziendale, ha la responsabilità di verificare il rispetto del codice, suggerendo eventuali aggiornamenti e monitorando l'aderenza alle

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

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

Avere un Codice Etico ben definito offre numerosi vantaggi per l'immagine e l'integrità di HModa. Innanzitutto, migliora la reputazione aziendale, dimostrando agli stakeholder l'impegno verso comportamenti responsabili e trasparenti. Questo impegno trasmette ai clienti, fornitori e investitori una maggiore fiducia facilitando le relazioni commerciali e ampliando le opportunità di mercato. Inoltre, contribuisce a creare un ambiente di lavoro positivo, in cui i dipendenti si sentono valorizzati e rispettati, aumentando motivazione e produttività e riducendo il turnover. Un ambiente etico e rispettoso è anche più attraente per i talenti, aiutando l'azienda a reclutare e mantenere i migliori professionisti. Queste norme etiche fungono inoltre da riferimento nelle decisioni aziendali, offrendo un chiaro riferimento per affrontare situazioni complesse, riducendo il

rischio di errori o comportamenti non conformi e proteggendo l'azienda da sanzioni legali e danni reputazionali.

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

Nel 2023 HModa ha avviato un'importante iniziativa per l'implementazione del Modello Organizzativo 231, volto a garantire una gestione etica e conforme alle normative vigenti. Questo progetto ha visto un significativo avanzamento nel 2024, con l'implementazione del Modello nella maggior parte delle aziende del Gruppo, tra cui Beste, Uno Maglia, Albachiara, Alex&Co, RBS, Project, Famar, Rilievi, Gab Group, Seriscreen e Valmor.

Per il prossimo futuro, è prevista un'estensione del Modello 231 anche alle altre aziende del Gruppo, con l'obiettivo di uniformare ulteriormente le pratiche di governance e rafforzare l'impegno verso la conformità normativa e la responsabilità aziendale.

In continuità con l'anno precedente, come modalità principale per la segnalazione di eventuali criticità si è fatto affidamento all'indirizzo e-mail dedicato: info@holdingmoda.it.

Per il prossimo futuro, è prevista l'implementazione di strumenti più avanzati e specificamente progettati per questo scopo, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente il sistema di segnalazione, rafforzare i controlli interni, promuovere una cultura aziendale trasparente e garantire una maggiore tutela degli interessi di tutti gli stakeholder.

Dal 2024, il Gruppo ha raggiunto un ulteriore importante traguardo con l'istituzione di un Ufficio Legale interno, volto a garantire una gestione legale più strutturata ed efficiente.

Attualmente composto da un unico membro, l'Ufficio Legale è impegnato nella mappatura delle aree critiche e nella prevenzione dei rischi legali, assicurando la piena compliance normativa, in particolare negli ambiti regolatori e contrattuali. Per il medio-lungo termine, è previsto lo sviluppo di un team legale più ampio e l'implementazione di tecnologie avanzate, con l'obiettivo di ottimizzare i processi operativi e trasformare il dipartimento in un punto di riferimento strategico per tutte le funzioni aziendali.



2.4 Condivisione e generazione del valore



La generazione e la condivisione del valore sono degli aspetti essenziali e il presupposto per l'attuazione di un'efficace strategia di sostenibilità.

Il valore consolidato della produzione al 31 dicembre 2025 è di circa 278 milioni di euro, la cui ripartizione tra distribuito e trattenuto è nella tabella sottostante.

	Consolidato 2025
Valore economico generato	278.210.859 €
<i>A. Valore della produzione</i>	277.344.572 €
<i>C.16 Altri proventi finanziari</i>	662.860 €
<i>15) Proventi da partecipazioni</i>	189.323 €
<i>17 bis) Utili e perdite su cambi</i>	14.105 €
Valore economico distribuito	270.440.155 €
Costi operativi	184.544.361 €
<i>B.6 Costi per materie prime</i>	88.049.230 €
<i>B.7 Costi per servizi</i>	87.714.145 €
<i>B.8 Costi per godimento di beni di terzi</i>	6.585.686 €
<i>B.11 Variazioni delle rimanenze di materie prime</i>	431.224 €
<i>B.14 Oneri diversi di gestione (al netto delle imposte)</i>	1.764.075 €
<i>E.21 Oneri straordinari</i>	- €
Valore distribuito ai dipendenti	69.734.332 €
<i>B.9 Costi per il personale</i>	69.734.332 €
Valore distribuito ai fornitori di capitale	13.145.937 €
<i>(C.17 + C.17-bis) Interessi ed altri oneri finanziari</i>	13.145.937 €
Valore distribuito alla P.A.	2.759.887 €
<i>20. Imposte (correnti e anticipate) sul reddito</i>	2.598.402 €
<i>B.14 Oneri diversi di gestione (solo il valore di imposte)</i>	161.484 €
Valore distribuito agli azionisti	- €
<i>Dividendi distribuiti</i>	- €
Valore distribuito alla comunità	255.639 €
<i>Liberalità</i>	6.202 €
<i>Sponsorizzazioni</i>	130.840 €
<i>Contributi associativi</i>	118.596 €
Valore economico trattenuto	7.770.704 €
<i>Utile (o perdita) d'esercizio (al netto dei dividendi)</i>	-13.084.101 €
<i>(B.10 + B.12 + B.13 + D.19 + D.18) Ammortamenti / Accantonamenti / Svalutazioni / Rivalutazioni</i>	20.854.805 €
<i>22. Imposte differite</i>	- €

Nel corso del 2025 Holding Moda ha generato un valore economico pari a x milioni di euro. Il conto economico consolidato per il 2025, presentato secondo una logica di creazione e distribuzione del reddito così come previsto dal GRI-201 Performance Economica (GRI Standards), riporta un valore economico trattenuto pari a euro x milioni. Il Gruppo ha adottato un approccio di riclassificazioni delle voci appartenenti al conto economico che ci ha consentito di individuare la percentuale del valore distribuito verso i principali stakeholder che internamente o esternamente hanno contribuito alla creazione del valore generato. I suddetti valori consentono di condividere come HModa è stata in grado di creare valore per i propri portatori d'interesse e identificare i benefici economici generati. In questa sede abbiamo identificato da bilancio i seguenti stakeholder: Fornitori (costi operativi riclassificati), Persone (costi del personale), Finanziatori (oneri finanziari) e Pubblica Amministrazione (imposte).

2.5 Rating ESG

Ecovadis

Ecovadis⁴ rappresenta una piattaforma di riferimento a livello internazionale per la valutazione della sostenibilità aziendale, offrendo un sistema di rating approfondito delle pratiche di sostenibilità in ambito ambientale, sociale ed etico. La società francese è attualmente il maggiore fornitore di valutazioni sulla sostenibilità delle imprese.

Il questionario si basa su 21 criteri di sostenibilità e valuta la performance delle organizzazioni su quattro temi chiave:



Ambiente



Pratiche lavorative e Diritti umani



Etica



Acquisti sostenibili

La compilazione del rating Ecovadis riveste un'importanza strategica, poiché consente alle aziende di ottenere una valutazione dettagliata delle proprie performance sostenibili, evidenziando le aree di miglioramento e permettendo un confronto con gli standard del settore. Per il quarto anno, HModa ha ricevuto da Ecovadis una valutazione complessiva della performance di sostenibilità corrispondente a un punteggio finale di 52 su 100.

La compilazione del questionario ha offerto al Gruppo la possibilità di aumentare la trasparenza e la fiducia con gli stakeholder, migliorare continuamente le proprie pratiche sostenibili e comparare le proprie performance con gli standard del settore.

⁴ <https://ecovadis.com/>



Ambiente



3.1 La gestione dei consumi

Consumi idrici ed energetici

HModa annovera tra le sue priorità la mitigazione dell'impatto ambientale, pertanto, si impegna a gestire i propri consumi in maniera responsabile al fine di minimizzare le esternalità negative. In continuità con l'anno precedente, il 2025 ci ha visto protagonisti nel migliorare la consapevolezza nella gestione dei consumi energetici.

Abbiamo misurato la nostra performance ambientale prendendo in considerazione i consumi idrici ed energetici di tutte le aziende di HModa durante l'intero anno solare. I dati sono stati raccolti su base trimestrale e sottoposti a un monitoraggio periodico per analizzare l'andamento.

I principali consumi imputabili alle attività delle aziende HModa sono costituiti da: energia elettrica⁵, gas naturale e acqua. A questi si aggiungono quelli dei combustibili impiegati dalla flotta aziendale. Di seguito riportiamo il dettaglio dei consumi, generati a livello di Gruppo.

	Elettricità (kWh)	Gas (smc)	Acqua (m ³)
Gruppo Holding Moda	10.532.245	2.220.021	306.451

Tabella 3: Consumi annui suddivisi per azienda

Rispetto all'anno precedente, si è registrato un aumento dei consumi, attribuibile a diverse motivazioni, di natura strutturale e organizzativa. In particolare, l'apertura di nuove sedi operative, l'acquisizione di nuovi rami d'azienda e l'integrazione di realtà aziendali precedentemente non consolidate hanno determinato un ampliamento delle attività e, di conseguenza, un incremento dei fabbisogni energetici e delle risorse complessive. Per maggiori dettagli in merito, si rimanda al perimetro di rendicontazione, presentato nel capitolo 1.

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

- **Acque da attingimento:** acque prelevate da fonti naturali come fiumi, laghi o falde acquifere per l'uso nei processi aziendali;
- **Acque da fognatura/depurazione:** acqua utilizzata che viene successivamente scaricata nel sistema fognario per essere trattata negli impianti di depurazione;
- **Acqua ad uso sanitario:** acqua destinata agli usi igienici e sanitari all'interno delle strutture aziendali.

⁵ Il consumo totale di energia elettrica include l'energia acquistata dalla rete e l'energia autoprodotta e autoconsumata da impianto fotovoltaico. Il dato complessivo pari a 10.532.245 kWh deriva dalla somma di 9.249.676 kWh di energia elettrica acquistata e 1.282.569 kWh di energia elettrica autoconsumata dagli impianti fotovoltaici.



Flotta

La raccolta dei dati relativi agli impatti della flotta aziendale è stata condotta con la stessa metodologia adottata per il monitoraggio dei consumi.

Le emissioni associate ai veicoli del Gruppo sono state calcolate a partire dai consumi di carburante registrati nel periodo di rendicontazione, tenendo conto della tipologia di alimentazione dei mezzi e applicando i relativi fattori di emissione.

	Benzina (l)	Diesel (l)	Metano (l)	HVO (l)	Emissioni flotta (tonCO ₂ e)
Gruppo Holding Moda	39.767	250.899	332	12.190	728

Tabella 4: Emissioni Flotta aziendale

Per quanto riguarda la mobilità elettrica, il Gruppo si attiverà per favorirne lo sviluppo, riconoscendola come un pilastro fondamentale della propria strategia di sostenibilità. La mobilità elettrificata rappresenta infatti una soluzione efficace per ridurre le emissioni di gas serra dirette e l'inquinamento urbano. In quest'ottica, i nostri progetti futuri prevedono l'installazione di infrastrutture di ricarica, la promozione dell'utilizzo di veicoli aziendali elettrici e ibridi tra i dipendenti, nonché la collaborazione con partner tecnologici per lo sviluppo di soluzioni innovative. La nostra visione di lungo periodo è orientata alla creazione di un ecosistema di mobilità sostenibile, contribuendo in modo significativo alla transizione verso un futuro a basse emissioni di carbonio.

Fotovoltaico e cogeneratore

Nel 2025 il Gruppo HModa ha proseguito il proprio percorso di transizione energetica, ampliando la rete di impianti fotovoltaici. Gli impianti fotovoltaici ci permettono di sfruttare l'energia solare, aumentando la nostra indipendenza energetica. Questa tecnologia non solo supporta l'operatività quotidiana, ma riflette anche l'impegno verso pratiche più sostenibili e innovative, contribuendo a un modello di sviluppo industriale rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali. Nel 2025 le aziende HModa hanno autoconsumato 1.282.569 kWh di energia provenienti da 10 società dotate di impianti fotovoltaici dislocati nei vari stabilimenti.

Tra le azioni intraprese per migliorare l'efficienza energetica e ridurre l'impatto ambientale, si distingue l'introduzione del trigeneratore nello stabilimento Beste. Questo impianto, attivo dal 2021, consente la produzione combinata di energia elettrica, termica e frigorifera, ottimizzando l'utilizzo delle risorse e recuperando il calore che altrimenti verrebbe disperso. Il trigeneratore rappresenta una delle soluzioni più efficaci adottate per ridurre i consumi, massimizzare l'efficienza e abbattere le emissioni, confermando l'impegno verso una gestione più responsabile delle attività produttive.



Energia da fonti rinnovabili certificate

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

Nel 2025 sono stati acquistati 7.896.601 kWh di energia da fonti rinnovabili certificate che hanno permesso una riduzione delle emissioni Scope 2 di 2.410 tonCO₂e⁶.

Gestione energetica

Nel 2024 il progetto energia ha assunto un ruolo strategico, diventando una vera e propria funzione all'interno della Holding e del Dipartimento di Sostenibilità. A partire dal 2025, la funzione energia intraprende un percorso di evoluzione volto a rafforzare il presidio dei temi energetici e climatici, in risposta al crescente rilievo strategico della transizione energetica e ai requisiti informativi previsti dallo standard ESRSE1 Climate Change. La funzione assume progressivamente un profilo integrato di Energy & Decarbonization, a supporto delle decisioni aziendali in materia di consumo energetico, rendicontazione delle emissioni e mitigazione dei rischi climatici.

In tale contesto, le attività della funzione si articolano in tre ambiti di competenza principali, tra loro coordinati:

Commodity & Procurement

Quest'area presidia il tema dell'approvvigionamento energetico del Gruppo, con un focus sull'affidabilità delle forniture e sulla coerenza con gli obiettivi di riduzione delle emissioni. Le attività sono orientate a favorire un approccio strutturato e responsabile al procurement energetico, contribuendo in particolare alla gestione delle emissioni associate all'energia acquistata (Scope 2).

Energy Management

L'area di Energy Management è dedicata alla governance dei consumi energetici e al miglioramento continuo delle prestazioni energetiche delle attività aziendali. In quest'ambito rientrano le iniziative di analisi e monitoraggio dei consumi, nonché il rafforzamento di strumenti e processi volti a supportare decisioni informate in materia di efficienza energetica e utilizzo delle risorse. Questo approccio consente una maggiore consapevolezza dei profili di consumo e rappresenta un elemento chiave per la riduzione strutturale degli impatti energetici.

⁶ il dato è stato calcolato moltiplicando la quota di energia elettrica coperta da GO per il fattore di conversione scope 2 location based TERN 2022 per Italia.

Decarbonization

L'area Decarbonization integra la gestione dell'energia con la misurazione e la gestione delle emissioni di gas a effetto serra. Le attività sono orientate al consolidamento dell'inventario delle emissioni e alla definizione di percorsi di riduzione coerenti con la strategia aziendale e con le aspettative degli stakeholder. La funzione supporta inoltre l'integrazione delle considerazioni climatiche nei processi decisionali, contribuendo allo sviluppo di una visione di medio-lungo periodo in tema di transizione climatica.

L'evoluzione della funzione Energy & Decarbonization consente al Gruppo di rafforzare in modo significativo la propria capacità di presidiare i temi energetici e climatici in maniera strutturata e integrata. In particolare, tale sviluppo favorisce una gestione più consapevole e sistematica dei rischi e delle opportunità connessi all'energia e al cambiamento climatico, sostenendo al contempo un progressivo miglioramento dei processi di misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, con riferimento agli Scope 1 e 2 e, in prospettiva, anche allo Scope 3.

La sostituzione dei veicoli sarà effettuata in maniera progressiva nei prossimi esercizi, valutando attentamente le esigenze specifiche di ciascun dipartimento aziendale. Parallelamente, provvederemo all'installazione e alla messa in funzione delle colonnine di ricarica, assicurandoci che siano operative in concomitanza con l'introduzione dei nuovi veicoli.

3.2 L'impronta ambientale

Emissioni in atmosfera

Il percorso di monitoraggio e rendicontazione delle emissioni di HModa, iniziato nel 2021, è proseguito anche durante il 2025. Sono state misurate le emissioni di gas serra direttamente collegate alle attività aziendali (Scope 1 e 2) e quelle indirette che si verificano a monte e a valle dell'organizzazione (Scope 3).

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

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

Per quanto riguarda lo Scope 1, sono stati utilizzati i fattori di conversione pubblicati da DEFRA per l'anno 2025. I calcoli delle emissioni di Scope 2 sono stati effettuati adottando, per i fattori di emissione location based, la fonte TERNA 2022, mentre per i fattori di emissione market based è stata utilizzata la fonte AIB 2025.

	Emissioni Scope 1 (tonCO2e)	Emissioni Scope 2 location- based (tonCO2e)	Emissioni Scope 2 market- based (tonCO2e)	Emissioni Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location- based (tonCO2e)	Totale emissioni market- based (tonCO2e)
Gruppo Holding Moda	5.316	2.897	639	27.407	35.621	33.362

Tabella 5: Emissioni totali Gruppo, Scope 1, Scope 2 location-based, Scope 2 market-based, Scope 3

Scope 1

	Emissioni gas (tonCO ₂ e)	Emissioni flotta (tonCO ₂ e)	Scope 1 (tonCO ₂ e)
Gruppo Holding Moda	4.588	728	5.316

Scope 2

	Energia Elettrica acquista dalla rete (kWh)	Scope 2 location-based (tonCO ₂ e)	Scope 2 market-based (tonCO ₂ e)
Gruppo Holding Moda	9.249.676	2.897	638

Scope 3

Le categorie dello Scope 3 sono progettate per fornire un quadro metodologico preciso per misurare, gestire e ridurre le emissioni nell'intera catena aziendale. Per il 2025 siamo riusciti a rendicontare 6 categorie dello Scope 3, in conformità con il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol). Il protocollo è un approccio standardizzato utilizzato per la creazione di un inventario di rendicontazione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) secondo i principi di rilevanza, completezza, consistenza, trasparenza e accuratezza.

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

- 🔴 **Categoria 1:** Beni e servizi acquistati
- 🔴 **Categoria 2:** Beni capitali
- 🔴 **Categoria 4:** Trasporto a monte e distribuzione
- 🔴 **Categoria 5:** Rifiuti generati nelle operazioni
- 🔴 **Categoria 6:** Viaggi di lavoro
- 🔴 **Categoria 7:** Spostamento dei dipendenti

	Categoria 1 (tonCO ₂ e)	Categoria 2 (tonCO ₂ e)	Categoria 4 (tonCO ₂ e)	Categoria 5 (tonCO ₂ e)	Categoria 6 (tonCO ₂ e)	Categoria 7 (tonCO ₂ e)	Totale
Gruppo Holding Moda	22.148	2.134	296	67	215	2.548	27.407

Per quanto riguarda la categoria 6 e la categoria 7, monitorate anche negli anni passati, queste si riferiscono rispettivamente alle emissioni derivanti dai viaggi di lavoro e a quelle relative al pendolarismo dei dipendenti. La prima categoria è stata calcolata partendo dai documenti di viaggio di tutte le trasferte di lavoro avvenute nel 2025, quantificando le emissioni di aerei, di automobili non appartenenti alla flotta aziendale, oltre che di bus e treni. I fattori di conversione utilizzati sono i DEFRA 2025. La categoria 7 invece, è stata calcolata tracciando il chilometraggio che intercorre tra il domicilio (qualora sia diverso dalla residenza) e le aziende in cui lavorano tutti i dipendenti presenti al 31.12.2025, ipotizzando che gli spostamenti siano avvenuti per tutti i giorni lavorativi dell'anno con un'automobile media diesel. I fattori di conversione utilizzati anche per questa categoria sono i DEFRA 2025.

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

La categoria 5 include le emissioni generate dallo smaltimento e il trattamento di rifiuti prodotti dalle attività del Gruppo. È stata rendicontata considerando il totale di rifiuti prodotti nel 2025 destinati a smaltimento e a recupero per le macrocategorie merceologiche che trattiamo, moltiplicati infine per i fattori emissivi del DEFRA 2025.

Nel corso del 2025 il Gruppo ha avviato attività di pianificazione preliminare finalizzate a strutturare il proprio approccio alla gestione delle emissioni di gas a effetto serra. In tale ambito, sono state definite per il 2026 specifiche attività operative orientate al completamento dell'inventario delle emissioni GHG e alla predisposizione di una prima bozza del Piano di Decarbonizzazione, in conformità con quanto richiesto dallo standard ESRS E1-1. Le attività pianificate prevedono il consolidamento delle informazioni già disponibili sulle emissioni dirette (Scope 1) e sulle emissioni indirette da energia acquistata (Scope 2), nonché l'estensione graduale dell'analisi alle principali categorie di emissioni indirette (Scope 3), sulla base della disponibilità dei dati e della rilevanza delle stesse. L'inventario delle emissioni è inteso come base informativa per l'elaborazione di un Piano di Decarbonizzazione che delinei, in una prima fase, una traiettoria emissiva di riferimento e identifichi aree potenziali di intervento, la cui definizione puntuale sarà oggetto di successivi approfondimenti.



3.3 Il management dei rifiuti e progetti di economia circolare



Rifiuti

La gestione consapevole e responsabile dei rifiuti è diventata una priorità imprescindibile per affrontare gli impatti ambientali generati dalla produzione e dal consumo di abbigliamento.

HModa pone particolare attenzione alla gestione dei rifiuti, destinando la maggior quantità possibile verso soluzioni circolari, come il recupero o il riuso, e minimizzando gli sprechi attraverso un trattamento accurato delle

materie prime. Il monitoraggio dei rifiuti viene effettuato analizzando accuratamente tutta la documentazione di supporto, inclusi le quarte copie e il registro dei rifiuti. Vengono riportate tutte le specifiche dei rifiuti prodotti, compresa la pericolosità, la tipologia, il codice CER e le destinazioni finali, sia per lo smaltimento che per il recupero. Nel 2025, sono state prodotte 1.081 tonnellate di rifiuti, di cui l'89% è stato avviato al recupero.

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

Tipologia rifiuti	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non Pericoloso	982	119
Pericoloso	23	7
Totale	1.005	126

Tabella 6: Destinazione rifiuti pericolosi e non pericolosi

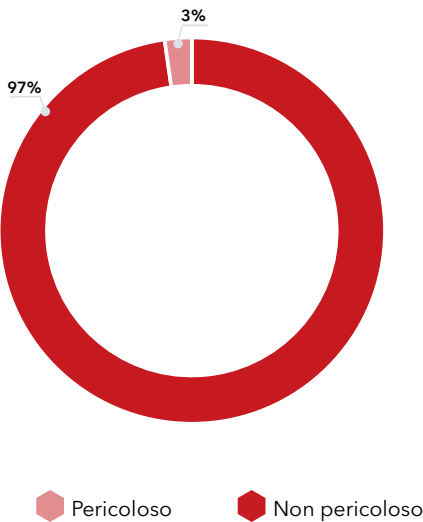


Figura 2: Pericolosità dei rifiuti

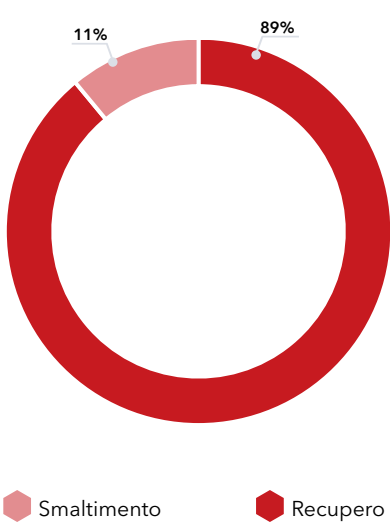


Figura 3: Destinazione dei rifiuti

Packaging e imballaggi

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

I packaging più utilizzati nel settore in cui opera HModa sono quelli per la logistica che

comprendono soprattutto appendini, cartoni, pallets in legno, polybag copriabiti e gli accessori come etichette, cartellini e gadget per il cliente, che a rigore non costituiscono un imballaggio, ma "viaggiano" con esso e, soprattutto, assieme all' imballaggio finiscono tra i rifiuti.

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

Nel corso del 2025 il Gruppo ha consumato i seguenti materiali nelle quantità indicate⁷:

Materiali	kg	m	mq	pz	risme	rotoli	Totale
Carta & Cartone	60.249	500	0	1.297.267	3.229	3	1.361.248
Imballaggi	0	0	0	419.631	0	0	419.631
Packaging	8.245	2.361	300	837.139	1.469	720	850.234
Pallet	0	0	0	1.779	0	0	1.779
Plastica	24.046	1.867	0	383.389	0	0	409.302
Taglio	2.307	0	0	100	0	12	2.419
Totale	94.847	4.728	300	2.939.305	4.698	735	3.044.613

Tabella 7: Carta e imballaggi HModa

Per gli imballaggi in carta e cartone è proseguito il monitoraggio del packaging certificato con standard quali FSC e PEFC che garantiscono materiali derivanti da risorse naturali coltivate e raccolte in modo responsabile, arrivando ad avere circa il 72% sul totale consumato.

⁷ Nel corso del 2025 sono stati impiegati un totale di 68.494 kg di materiali rinnovabili e 34.598 kg di materiali non rinnovabili.

Il Gruppo non è attualmente in grado di calcolare l'indicatore sull'intero perimetro dei materiali utilizzati e si impegna a rafforzare progressivamente i sistemi di raccolta e rendicontazione dei dati al fine di garantirne una misurazione più completa nei prossimi esercizi. Per l'anno di rendicontazione, il calcolo è stato effettuato limitatamente ai materiali in ingresso destinati al packaging. Ai fini della classificazione, sono stati considerati materiali rinnovabili carta, cartone e pallet, mentre tutti gli altri materiali sono stati classificati come non rinnovabili, secondo un approccio prudenziale. L'analisi ha preso in considerazione esclusivamente le quantità di materiale espresse in chilogrammi (kg).

Progetti di economia circolare

HModa Circular

Nel percorso di rafforzamento delle strategie di economia circolare del Gruppo, il progetto HModa Circular, rappresenta l'iniziativa di riferimento per la gestione dei rifiuti e per l'evoluzione dei modelli operativi legati all'economia circolare.

Nel 2025 HModa Circular è entrato in una fase di consolidamento, con l'obiettivo di costruire le basi tecniche, operative ed economiche necessarie a una futura implementazione efficace e scalabile delle attività di separazione e valorizzazione dei rifiuti, con particolare attenzione alle fibre tessili.

Lo scopo principale di HModa Circular è avviare una corretta separazione delle fibre tessili generate dai processi produttivi, al fine di renderne possibile la valorizzazione in nuovi cicli produttivi e progetti di economia circolare. Parallelamente, il progetto mira a:

- Garantire una gestione dei rifiuti più omogenea e conforme a livello di Gruppo;
- Migliorare l'efficienza dei sistemi di raccolta interna, preparare le aziende alle future evoluzioni normative e alle crescenti aspettative dei brand clienti;
- Creare le basi per possibili economie di scala e modelli di gestione centralizzata.

Nel corso del 2025 il progetto ha coinvolto 9 aziende del Gruppo: 4 aziende della Business Unit Pelletteria, 2 della BU Ready To Wear, 3 della Business Unit Calzature, rappresentative di diverse tipologie produttive e processi industriali. Il coinvolgimento di realtà eterogenee ha consentito di analizzare modalità operative differenti e di costruire una visione complessiva e realistica del sistema di gestione dei rifiuti del Gruppo.

Le attività implementate per le aziende coinvolte si sono concentrate principalmente su analisi dello stato attuale delle aziende per comprendere le modalità di gestione rifiuti e definire un piano di azione specifico per ciascuna azienda in ottica di miglioramento.

In particolare, sono stati condotti sopralluoghi presso gli stabilimenti coinvolti con l'obiettivo di:

- Analizzare le fibre tessili lavorate e le relative tipologie di rifiuto;
- Mappare lo stato attuale ("as is") della gestione dei rifiuti speciali nelle singole aziende;
- Analizzare l'organizzazione della raccolta differenziata dei rifiuti speciali aziendali, con particolare attenzione al posizionamento dei contenitori per la differenziazione in relazione alle postazioni di lavoro;
- Valutare l'efficienza operativa dei sistemi di raccolta e le responsabilità lungo le linee produttive;
- Verificare la conformità normativa dei sistemi di gestione esistenti;
- Individuare criticità e opportunità di miglioramento.

L'analisi ha riguardato tutte le tipologie di rifiuto presenti in azienda, con particolare riferimento ai rifiuti tessili identificati dai codici CER 04.01.09 (rifiuti derivanti dalle operazioni di confezionamento e finitura) e 04.02.22 (rifiuti da fibre tessili lavorate). Per questi flussi è stata approfondita la composizione delle fibre e la possibilità di una loro separazione, evidenziando alcune barriere operative, tra cui la presenza di fibre miste e le difficoltà legate ai tempi di lavorazione.

Parallelamente, è stata posta attenzione anche alla gestione dei rifiuti pericolosi, fornendo indicazioni operative per una corretta gestione e stoccaggio, con l'obiettivo di ridurre i rischi e prevenire potenziali incidenti all'interno degli stabilimenti.

A valle delle analisi condotte sul campo, è stata effettuata una mappatura complessiva dei contenitori necessari per garantire una corretta gestione dei rifiuti speciali aziendali e per consentire, in prospettiva, una separazione più efficace delle fibre tessili.

L'attività ha portato all'identificazione di un fabbisogno potenziale complessivo pari a 96 contenitori per le linee interne delle aziende coinvolte. Tale stima, condivisa con le singole aziende attraverso report dettagliati sullo stato "as is" della gestione dei rifiuti, rappresenta la base per le future implementazioni operative. I contenitori saranno gradualmente inseriti nelle aziende in questione, in quanto la loro introduzione è subordinata alla definizione, a valle, di provider e consorzi in grado di accettare e valorizzare le diverse fibre separate, destinandole a progetti di tipo fiber-to-fiber o fiber-to-X.

Parallelamente, HPlanet ha avviato un'attività di mappatura dei contratti in essere con i gestori dei rifiuti, finalizzata a comprendere le modalità operative adottate dalle singole aziende e i costi unitari associati alle attività di trasporto e smaltimento per ciascun codice CER. L'attività ha consentito di costruire una prima baseline economica utile per orientare le future scelte di gestione e centralizzazione dei servizi di gestione dei rifiuti.

Pur non essendo direttamente soggette agli obblighi di Responsabilità Estesa del Produttore (EPR), in quanto operanti prevalentemente in conto terzi, le aziende del Gruppo hanno avviato attraverso HModa Circular un percorso di progressivo allineamento ai modelli organizzativi e gestionali richiesti dalle future evoluzioni normative e dalle crescenti aspettative dei brand clienti. Il progetto si configura pertanto come uno strumento di anticipazione e preparazione.

Nel 2026 il progetto HModa Circular entrerà in una fase maggiormente operativa, articolata in tre ambiti principali:

- Centralizzazione della funzione di waste management, attraverso la gestione coor-

dinata dei contratti e dei rapporti con gestori e intermediari;

- Separazione e valorizzazione degli scarti tessili, con l'avvio dell'implementazione dei contenitori standardizzati a partire da alcune aziende pilota;
- Adesione a un sistema consortile, che metterà a disposizione un sistema informatizzato per la gestione e il monitoraggio dei flussi di rifiuto.

Sono, inoltre, previste attività formative rivolte agli operatori delle linee produttive, con focus sulla corretta gestione dei rifiuti speciali aziendali e sulla separazione delle fibre tessili in ottica di economia circolare.

Scar-To

Il progetto di ricerca-azione "Scarto- Ecosistemi dello Scarto per le filiere moda della Toscana" è stato formalmente avviato dall'Università degli Studi di Firenze in collaborazione con il Gruppo HModa con l'obiettivo strategico di catalizzare la transizione verso un paradigma di produzione circolare. L'iniziativa si prefigge di implementare un protocollo sistemico finalizzato alla mappatura, tracciabilità e valorizzazione dei flussi di materiali e dei residui, identificando traiettorie ottimali di prevenzione, rigenerazione e riuso in ottica closing-the-loop.

L'articolazione metodologica si sviluppa attraverso tre macro-fasi sequenziali. La fase preliminare ha comportato un'approfondita analisi desk e field per la ricognizione e valutazione di provider tecnologici e facilitatori logistici (gestori ambientali, start-up nel riciclo avanzato e best practice aziendali). Successivamente, il progetto è progredito verso l'approfondimento analitico e la quantificazione dei volumi di scarto generati dalle diverse Business Unit. Questa fase ha incluso un'indagine preliminare volta a correlare l'incidenza delle scelte di piazzamento con la tipologia di residuo. Tali risultati si sono

rivelati cruciali per l'indirizzamento delle fasi successive, focalizzate sull'osservazione sistematica e la tracciabilità del materiale lungo l'intero processo produttivo.

La fase di taglio è stata identificata, tramite valutazione empirica, come il processo più critico e il principale generatore di scarti all'inizio della catena del valore. È emerso quanto questo processo funga da vero e proprio "collo di bottiglia" operativo, in quanto manifesta immediatamente le criticità inerenti sia alla fase di design-for-manufacturing dell'oggetto, sia alle caratteristiche intrinseche del material input. Dall'analisi trasversale condotta sulle diverse Business Unit di HModa, è emerso che il settore della pelletteria (BU Pelle) detiene la maggiore importanza in termini di incidenza percentuale dello scarto rispetto al prodotto finito, con particolare riferimento al processo di taglio.

A differenza del settore tessile, dove il material input è dimensionalmente costante e l'ottimizzazione del nesting è gestibile con elevata precisione attraverso sistemi CAD, nel caso della pelle l'elevata eterogeneità del materiale costituisce la sfida predominante. Ciascun pellame presenta, infatti, superficie totale e difettosità dissimili per intensità, dimensione e posizione. Questa variabilità intrinseca rende l'esatta previsione dei consumi significativamente meno precisa rispetto al tessuto. Di conseguenza, le funzioni di sviluppo CAD e di ottimizzazione del materiale sul banco di taglio sono disaccoppiate tra modellista e tagliatore, rendendo l'efficienza complessiva del processo altamente dipendente dall'expertise dell'operatore in situ. Il residuo generato dal taglio si configura non solo come una perdita economica diretta, ma anche come un costo aggiuntivo derivante dall'onere di smaltimento. Laddove il riuso da parte di enti terzi è precluso da vincoli contrattuali di proprietà intellettuale, la via del riciclo della pelle si confronta con l'attuale immaturità della filiera. Per mitigare questa incisiva criticità, il progetto si è focalizzato su interrogativi di ricerca specifici, come le metodologie per l'ottimizzazione del taglio in presenza di materiale eterogeneo e le modalità

di integrazione digitale delle informazioni sulle difettosità del pellame con lo sviluppo del modello CAD.

L'analisi della relazione causale tra design e produzione è stata fondamentale, evidenziando come le criticità siano ascrivibili non solo all'origine naturale del materiale, ma anche a un disallineamento funzionale tra queste due fasi. Il superamento di tale gap, supportato dall'implementazione di tecnologie avanzate quali il potenziamento della digitalizzazione avanzata del piazzamento (nesting) e la tracciabilità in tempo reale del consumo, comporta molteplici benefici strategici. Innanzitutto, l'acquisizione di un registro storico e puntuale dello scarto per ogni specifico prodotto consente una progettazione più consapevole e armonica con la fattibilità produttiva. In secondo luogo, la quantificazione precisa dei residui in relazione ai costi di smaltimento pone le premesse per la messa in discussione della proprietà contrattuale dello scarto.

Questa nuova trasparenza informativa abilita l'istituzione di sinergie strategiche con il cliente/brand, consentendo al Gruppo HModa di proporre attivamente soluzioni per la valorizzazione del residuo. Tali soluzioni includono l'indirizzamento degli scarti a produzioni secondarie o enti di formazione, o l'avvio di un dialogo per l'ottimizzazione congiunta dello sviluppo del design con l'obiettivo di minimizzare i residui alla fonte. Tali indagini stanno ponendo le basi per un'innovazione incrementale di processo che riqualifica il residuo di lavorazione da rifiuto a input di alto valore per la rigenerazione e la creazione di nuove relazioni di valore all'interno della supply chain.

Beredo

Il nome "Beredo" deriva dalla fusione di "Be" (= Beste) e "Re-Do" in inglese, che significa "fare di nuovo", o dal latino "riuso" e "riutilizzo". Il progetto si pone l'obiettivo di recuperare e valorizzare gli scarti tessili generati durante la produzione, trasformandoli in materia prima

seconda per la creazione di prodotti che avranno una nuova vita. La mission del progetto è fornire soluzioni di riciclo per tutti i principali scarti tessili, innescando filiere di recupero totalmente tracciabili. In collaborazione con i principali brand della moda-lusso, vengono individuate le composizioni tessili da riciclare per sviluppare prodotti circolari.

Il primo passo consiste nell'organizzare la raccolta differenziata del materiale tessile per garantire un ampio ventaglio di opzioni di recupero. Beredo si avvale di una continua ricerca intensiva su tecnologie di riciclo e recupero, sia esistenti sia innovative, messe a disposizione dei brand. Nella fase preconsumer (o pre-industrial) si stima che almeno un 20% del tessuto venga scartato durante la confezione. Oltre agli sfridi, Beredo può gestire altri livelli di scarto, come tessuti invenduti e capi finiti invenduti o difettosi. Il progetto ha stabilito contatti con diversi brand, con molte altre potenziali collaborazioni in fase di sviluppo.

Beredo offre una vasta gamma di prodotti derivati, tra cui le fibre laniere riciclate, il cotone rigenerato, le fibre naturali polverizzate come la carta rigenerata e la viscosa rigenerata, oltre alle fibre sintetiche polverizzate come il poliestere riciclato e il nylon rigenerato. La produzione include anche seta rigenerata, ottenuta sia da fiocchi che da materiale polverizzato, con la possibilità di creare filati cardati e filati open-end per la produzione di tessuti innovativi. Sebbene il tessuto realizzato con fibra riciclata incontri spesso difficoltà nell'aderire agli attuali standard qualitativi richiesti per l'utilizzo in capi finiti dei brand del lusso, si dimostra, allo stesso tempo, altamente adatto per applicazioni nel packaging tessile. Queste applicazioni includono shoppers, sacchi porta scarpe o abiti, offrendo soluzioni sostenibili e rispettose dell'ambiente. Le potenzialità si estendono anche ad altre filiere, con risultati promettenti. Tra le alternative esplorate, il packaging di carta si presenta come un'opzione per la realizzazione di scatole completamente personalizzabili. Inoltre, l'utilizzo di compositi multifibra e multimateriale si rivela efficace per la creazione di arredamenti per negozi, ad

esempio, contribuendo a valorizzare i materiali riciclati in nuovi contesti. Per assicurare una scelta sostenibile e trasparente, Beredo offre la possibilità di seguire tutti gli ordini passo dopo passo attraverso il proprio sito web grazie alla tecnologia Temera. Il sistema offre la possibilità di monitorare la spedizione dei materiali dalla loro trasformazione fino al prodotto finito, assicurando un'accurata tracciabilità. Beredo opera come interlocutore unico per i propri clienti, offrendo un servizio completo di ritiro, trasporto e gestione dei rifiuti tessili. Questo approccio consente di abbattere completamente i costi di smaltimento dei rifiuti tessili, stimati a circa 250-300 euro per tonnellata.

Nel corso del 2025 Beredo ha consolidato e ampliato le proprie attività lungo diverse direttrici produttive, tecnologiche e organizzative.

Sul fronte produttivo, sono stati infatti sviluppati e prodotti un'ampia gamma di tessuti in cotone e lana, testandone la resa e la fattibilità industriale. I volumi generati confermano la solidità del lavoro svolto. Parallelamente, sono stati avviati nuovi sviluppi per la realizzazione di tessuti destinati a borse e fodere, attualmente in fase di valutazione da parte dei clienti.

MetaSfera

L'innovazione rappresenta uno dei pilastri fondamentali della filosofia del Gruppo, alla base del nostro progresso e sviluppo sostenibile.

Nell'ottobre 2022, nasce MetaGAB, la divisione interna a GAB, dedicata alla modellizzazione 3D e alla renderizzazione dei prototipi e dei prodotti finiti, successivamente conosciuta come MetaSfera. Questo approccio avanzato consente di migliorare l'efficienza dei processi produttivi, accelerare lo scambio di informazioni e ridurre l'impatto ambientale grazie a prototipi virtuali e prove di lavorazione totalmente digitali. L'utilizzo di tecnologie all'avanguardia, come gli avatar

3D, contribuisce a migliorare la precisione e la produttività, favorendo la missione del Gruppo di contribuire all'integrazione di innovazione e sostenibilità.

Il progetto supporta, infatti, i committenti nelle diverse fasi della produzione, della creazione degli schizzi, della realizzazione dei primi volumi in 3D, fino alla concretizzazione del prototipo finale nella fase di render virtuale. Inizialmente, il progetto si è concentrato sulla realizzazione di prototipi virtuali di accessori di pelletteria e piccola pelletteria, espandendosi successivamente all'abbigliamento di diverse categorie merceologiche.

La prototipia virtuale, se considerata parte integrante dell'evoluzione del mondo della moda, rende il processo produttivo più sostenibile, veloce ed efficiente. Sempre più clienti richiedono questa tipologia di servizi e MetaSfera vuole essere tra i primi ad introdurre questa avanguardia nel mondo dell'artigianato, contribuendo a rendere il legame tra Made in Italy e innovazione sempre più forte ed indissolubile.

Sociale





4.1 Bilancio Sociale

Il Bilancio Sociale 2025 fornisce un quadro strutturato e trasparente delle politiche, delle pratiche e dei principali programmi riferiti alla dimensione Sociale della gestione aziendale del Gruppo HModa. Il capitolo si inserisce nel percorso di consolidamento di un modello di impresa responsabile, orientato alla tutela delle persone, al rispetto dei diritti umani e alla promozione di condizioni di lavoro eque e sicure lungo l'intera catena del valore.

Attraverso questa rendicontazione, HModa intende informare in modo chiaro e completo i propri stakeholder in merito agli impegni assunti, ai risultati conseguiti e alle principali aree di miglioramento, rafforzando un dialogo fondato su criteri di responsabilità, affidabilità e trasparenza. Le tematiche sociali rappresentano un ambito sempre più rilevante della strategia del Gruppo e orientano le relazioni con dipendenti, collaboratori, partner, clienti e comunità locali.

Le Persone costituiscono un elemento centrale per la competitività e la crescita sostenibile del Gruppo. HModa riconosce il valore del capitale umano e ne promuove lo sviluppo attraverso politiche orientate al rispetto, alla valorizzazione delle competenze e alla creazione di un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo. I valori condivisi, quali rispetto, responsabilità e collaborazione, guidano l'operato quotidiano e le scelte organizzative.

In tale contesto, il Gruppo investe in iniziative di formazione e sviluppo professionale, finalizzate alla continuità delle competenze e alla trasmissione del know-how tecnico e produttivo. Particolare attenzione è rivolta all'inserimento delle nuove generazioni attraverso stage, tirocini e percorsi di alternanza scuola-lavoro, rivolti a studenti universitari e delle scuole secondarie, al fine di favorire un ingresso consapevole nel mondo del lavoro e rafforzare il legame con i territori in cui HModa opera.



Il Gruppo promuove inoltre la collaborazione con professionalità e competenze internazionali, riconoscendo il contributo della diversità culturale allo sviluppo organizzativo e allo scambio di conoscenze in un contesto produttivo sempre più globale.

Nel 2025, HModa presenta il terzo Bilancio Sociale, redatto facendo riferimento alle linee guida della norma SA8000, standard volontario riconosciuto a livello internazionale per la tutela dei diritti dei lavoratori e delle condizioni di lavoro lungo la catena di fornitura. Sebbene la certificazione sia attualmente limitata ad alcune società partecipate (Famar e Rilievi India), il Gruppo considera i principi dello standard SA8000 un riferimento utile per l'orientamento delle proprie politiche e per la promozione di pratiche coerenti a livello di Gruppo.

La norma si basa su principi internazionalmente riconosciuti, tra cui la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e le normative nazionali in materia di lavoro. Il presente capitolo ne riprende i requisiti principali e fornisce informazioni qualitative e quantitative in relazione ai seguenti ambiti:

- ◆ **Lavoro infantile**
- ◆ **Lavoro forzato e obbligato**
- ◆ **Salute e sicurezza sul lavoro**
- ◆ **Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva**
- ◆ **Discriminazione**
- ◆ **Pratiche disciplinari**
- ◆ **Orario di lavoro**
- ◆ **Retribuzione**

Attraverso la rendicontazione di tali aspetti, HModa conferma il proprio impegno al miglioramento continuo delle condizioni di lavoro, alla tutela dei diritti fondamentali delle persone e al rafforzamento di una cultura aziendale responsabile, in coerenza con i valori del Gruppo e con le aspettative degli stakeholder.



Lavoro minorile

HModa rifiuta categoricamente qualsiasi forma di lavoro infantile e minorile, assicurando che ogni nuova assunzione avvenga nel pieno rispetto della normativa vigente.

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

Nell'anno 2025 non sono pervenute segnalazioni di impiego di lavoro minorile, né sono emerse durante le attività di audit dei subfornitori.

Si precisa che nel corso del 2025, non sono state impiegate persone al di sotto dei 18 anni all'interno del Gruppo.

Numero di dipendenti per fascia d'età	Femmine	Maschi	Totale
dai 18 ai 30 anni	237	220	457
dai 31 ai 40 anni	258	338	596
dai 41 ai 50 anni	331	260	591
dai 51 ai 60 anni	354	228	582
oltre ai 61 anni	65	44	109
Totale	1.245	1.090	2.335

Tabella 8: Numero di dipendenti HModa per fascia d'età

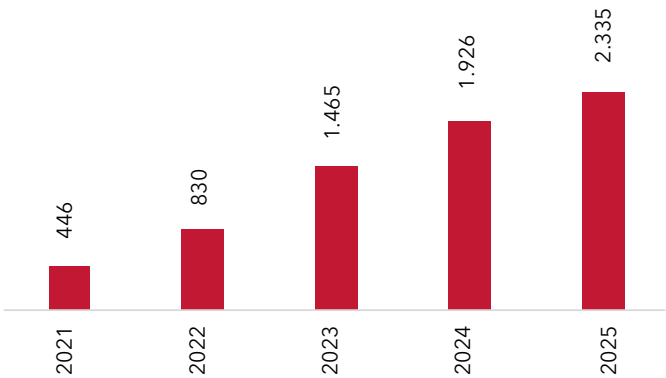


Figura 4: Andamento numero di dipendenti HModa dal 2021 al 2025

Lavoro forzato

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

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

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

Salute e sicurezza

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

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

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

HModa si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro e salubre, fornendo ai dipendenti libero accesso a bagni, servizi igienici, spogliatoi

e acqua potabile in tutti gli stabilimenti. Inoltre, sono presenti aree appositamente destinate al ristoro dei lavoratori.

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

Ogni azienda pone particolare attenzione alla valutazione dei rischi, alla formazione del personale e alla sorveglianza sanitaria. Vengono regolarmente svolte riunioni periodiche di coordinamento tra le figure aziendali con ruoli attivi nella promozione della sicurezza aziendale, quali il Datore di Lavoro, il Responsabile del Servizio di Promozione

e Protezione (RSPP), il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza e il Medico Competente. Queste figure, in particolare, garantiscono un monitoraggio efficace e continuo dell'applicazione delle normative di legge e la costante implementazione di miglioramenti.

Le nuove assunzioni vengono formate sulla sicurezza generale e specifica del luogo di

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

Ore di formazione in materia di salute e sicurezza

Gruppo Holding Moda	6.180
----------------------------	--------------

Tabella 9: Ore di formazione in materia di Salute e Sicurezza delle aziende HModa

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

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

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

Nel corso del 2025, all'interno del Gruppo si sono verificati due casi di malattie professionali. Al fine di prevenire ulteriori episodi e mitigare il rischio associato, il Gruppo si impegna nell'implementazione di una serie di misure preventive:

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

Infotuni sul lavoro	Numero infotuni	Tasso di infotuni (%)⁸
Decessi a seguito di infotuni sul lavoro registrati nel 2025	-	-
Infotuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2025	-	-
Infotuni registrati sul lavoro nel corso del 2025	19	5,97
Infotuni registrati in itinere nel corso del 2025	8	2,51
Numero ore lavorate	3.184.204,5	

Tabella 10: Infotuni e tasso di infotuni aziende HModa

⁸ Il tasso di infotuni è stato calcolato su una base di un milione di ore lavorative

Libertà di associazione

Il Gruppo HModa rispetta pienamente la libertà di ogni individuo di aderire o formare associazioni sindacali a propria scelta. Nei casi in cui siano presenti rappresentanti sindacali all'interno delle aziende del Gruppo, essi hanno il diritto di comunicare con i lavoratori durante l'orario di lavoro e di convocare riunioni sindacali. A tal fine, sono state istituite bacheche nelle sedi aziendali al fine di diffondere informazioni e comunicazioni utili per la partecipazione alla vita sindacale dell'azienda.

La direzione aziendale non ostacola né interferisce con la volontà dei lavoratori di aderire a manifestazioni o scioperi indetti dalle organizzazioni sindacali. Inoltre, viene garantita la libera attività dei rappresentanti sindacali senza alcun tipo di ostacolo.

Alla fine del 2025, la percentuale di dipendenti, operanti in Italia, iscritti al sindacato rappresenta circa il 14% della popolazione aziendale.

	Isritti ai sindacati	Percentuale rispetto alla popolazione aziendale (%)
Gruppo Holding Moda	329	14

Tabella 11: Isritti ai sindacati e percentuale rispetto ai dipendenti nelle Aziende del Gruppo

Discriminazione

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

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

Episodi di discriminazione	2025
Numero di episodi di discriminazione	0
Stato episodi	/

Tabella 12: Episodi di discriminazione registrati in HModa

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

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

	Femmine	Maschi	Totale
Gruppo Holding Moda	1.245	1.090	2.335

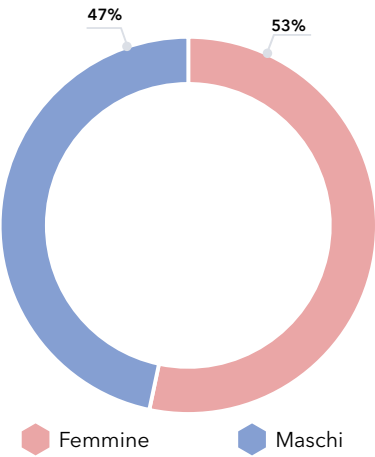


Figura 5: Presenza femminile nel Gruppo HModa

HModa riconosce e affronta la sfida della disparità di genere all'interno della sua struttura aziendale, evidenziando una maggiore presenza femminile nei ruoli operativi e amministrativi, mentre i ruoli dirigenziali e del top management sono prevalentemente ricoperti da uomini. L'azienda è consapevole di questa disparità e si impegna attivamente a promuovere la parità di genere mediante l'implementazione di programmi di successione volti a favorire lo sviluppo e l'avanzamento delle donne nella propria carriera. In questo contesto, nel corso dell'anno HModa ha avviato le procedure per conseguire la certificazione UNI PdR:125 sulla Parità di genere, riconoscendo il valore di standard rigorosi per favorire un ambiente di lavoro equo e inclusivo. Annualmente, l'azienda

rivede le proprie performance aziendali e stabilisce obiettivi specifici per ridurre qualsiasi divario di genere che potrebbe emergere.

Inoltre, la maggior parte della nostra popolazione aziendale è composta da dipendenti assunti a tempo indeterminato, poiché crediamo fortemente nello sviluppo e nella fidelizzazione dei talenti. Le nuove generazioni che entrano a far parte dell'azienda sono spesso inserite attraverso contratti di apprendistato, essendo necessari periodi di formazione e affiancamento con risorse più esperte per diventare le maestranze del futuro. Questo approccio non solo favorisce lo sviluppo delle nuove risorse, ma contribuisce anche a mantenere e trasferire il know-how aziendale alle future generazioni.

Tipologia di contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	69	53	122
DTD	190	272	462
DTI	986	765	1751
Totale	1.245	1.090	2.335

Tabella 13: Tipologia di contratto dipendenti HModa

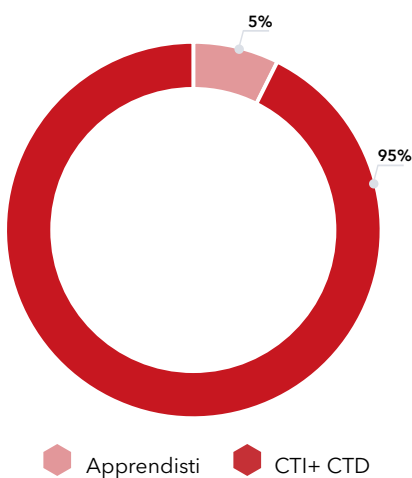


Figura 6: Apprendisti sul totale dei dipendenti

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

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

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

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

	dai 0 ai 5 anni	dai 6 ai 10 anni	dai 11 ai 15 anni	dai 16 ai 20 anni	dai 21 ai 30 anni	oltre ai 31 anni	Totale
Gruppo Holding Moda	1.716	289	140	71	93	26	2.335

Tabella 14: Anzianità lavorativa nelle aziende HModa

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

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

Turnover e tasso di turnover dei dipendenti durante l'anno ⁹	Turnover	Tasso di turnover (%)
Per genere	748	32%
Maschi	483	44%
Femmine	265	21%
Per fasce di età		
Età compresa tra 18 e 30 anni	167	37%
Età compresa tra i 31 e i 50 anni	420	35%
Età superiore ai 51 anni	161	23%

Tabella 15: Tasso di turnovers nel Gruppo HModa

In continuità con l'anno precedente, nel 2025, il Gruppo ha dimostrato un forte impegno nei confronti delle questioni relative alla maternità e alla paternità, nonché al benessere dei lavoratori in generale, attraverso l'adozione della politica di lavoro remoto¹⁰. Tale politica consente ai neogenitori e ai lavoratori con particolari esigenze di salute di usufruire del lavoro remoto per un massimo di 3 giorni a settimana fino al terzo anno di vita del bambino.

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

Tale iniziativa, implementata dalla capogruppo e presentata a tutte le aziende controllate, è attualmente oggetto di valutazione per l'adozione individuale da parte di ciascuna azienda. L'obiettivo è fornire ai dipendenti la flessibilità necessaria per bilanciare equamente la vita professionale e personale, soprattutto durante fasi cruciali come il periodo post-nascita di un figlio.

⁹ Il tasso di turnover è stato calcolato rapportando il numero di dipendenti cessati nel corso dell'anno (fino al 30.12.2025) al numero di dipendenti in forza al 31.12.2025.

Il tasso di turnover complessivo è stato determinato considerando, al denominatore, il totale dei dipendenti in forza a fine anno. I tassi di turnover per genere sono stati invece calcolati rapportando il numero di cessazioni riferite a ciascun genere al corrispondente numero di dipendenti in forza al 31.12.2025.

¹⁰ Questa policy è applicabile compatibilmente con le mansioni svolte; l'adesione può variare in base al ruolo specifico all'interno dell'azienda. Il numero totale di lavoratori dipendenti "nuovi assunti" con data inizio rapporto lavorativo compresa tra il 1/01/2025 e il 31/12/2025 è di 1.010 (390 femmine e 620 maschi).

Giorni di congedo parentale	Femmine	Maschi	Totale
Gruppo Holding Moda	8.177	174	8.351

Tabella 16: Giorni di congedo parentale nel Gruppo HModa

Pratiche disciplinari

HModa rigetta qualsiasi forma di disciplina non autorizzata o non contemplata dalla legge e dai contratti collettivi nazionali di lavoro applicati all'interno del Gruppo.

Nel 2025 sono state adottate misure disciplinari nei confronti dei dipendenti. Nello specifico, nel corso dell'anno si sono registrate 69 contestazioni, riguardanti la violazione di tematiche legate ai CCNL di riferimento e al codice di condotta.

Orario di lavoro

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

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

	Full-time	Part-time	Totale
Gruppo Holding Moda	2.272	63	2.335

Tabella 17: Divisione contratti part-time e full-time

Retribuzione

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

Le condizioni contrattuali e la retribuzione annua lorda vengono comunicate ai lavoratori al momento dell'assunzione, e viene loro fornita una copia del contratto firmato. I salari vengono sempre pagati tramite bonifico bancario per garantire la tracciabilità dei pagamenti regolari.

Nel caso di cambiamenti di mansioni o avanzamenti di livello, la Direzione Aziendale, in collaborazione con la funzione HR, valuta il cambiamento e la necessità di adeguamenti salariali in conformità con quanto previsto dal CCNL.

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

Tutte le nostre risorse sono coperte da Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL), tra cui il CCNL Commercio, CCNL Tessile Moda Abbigliamento, il CCNL Calzature, CCNL Uniontessile Confapi, il CCNL Editoria e Grafica, CCNL Metalmeccanica Industria e CCNL Dirigenti.¹¹ HModa garantisce ai suoi dipendenti il diritto di libera adesione ad organizzazioni sindacali e favorisce gli incontri con le rappresentanze presso le sedi del Gruppo.

Azienda	Apprendisti (Femmine)	Apprendisti (Maschi)	CTD (Femmine)	CTD (Maschi)	CTI (Femmine)	CTI (Maschi)	Totale
Gruppo Holding Moda	69	53	190	272	986	765	2.335

Tabella 18: Numero di dipendenti suddivisi per genere e contratto

¹¹ Tutti i dipendenti sono integralmente coperti dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro. Si precisa che dal calcolo di tale copertura sono stati esclusi i dipendenti di Rilievi India e HModa France, in quanto la normativa applicabile nel loro paese differisce da quella italiana.

Formazione

La formazione rappresenta da sempre una priorità centrale per HModa, considerata cruciale per il cambiamento ed essenziale per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. È imperativo garantire un continuo aggiornamento delle competenze attraverso un'ampia gamma di corsi formativi, progettati per coprire tutte le fasi della carriera professionale in cui è necessario mantenere un alto livello di competenza. La formazione è accessibile a tutti i livelli di lavoratori, senza alcuna distinzione che possa limitarne la partecipazione. Nel 2025, il Gruppo ha erogato 9.643 ore di formazione, di cui il 69% rappresentano ore di formazione obbligatoria e il restante 31% ore di altra formazione, come attività di accrescimento delle competenze e formazione operativa.

Abbiamo implementato corsi personalizzati su misura per le esigenze individuali dei dipendenti, tra cui percorsi specifici di sostenibilità, promuovendo la crescita e il miglioramento costante delle competenze in questo ambito. In aggiunta ai corsi tradizionali in aula, abbiamo introdotto corsi online sia sincroni che asincroni, consentendo una maggiore erogazione di ore formative e offrendo flessibilità agli impiegati.

Stiamo valutando ulteriormente le opportunità nel campo della formazione digitale, riconoscendo l'importanza di migliorare costantemente le competenze professionali e promuovere la crescita professionale all'interno dell'azienda. Il Gruppo promuove la partecipazione a eventi e convegni di settore, con particolare attenzione a quelli che trattano temi di interesse rilevante e che possono contribuire allo sviluppo di nuove competenze e conoscenze nei partecipanti.

Argomento trattato	Ore di formazione obbligatoria
Salute e sicurezza	6.179,5
Apprendistato	40
Sociale	475
Totale	6.694,5

Tabella 19: Ore di formazione obbligatoria delle aziende HModa considerando i lavoratori in forza al 31.12.2025

Argomento trattato	Ore di formazione non obbligatoria
Cultura aziendale	200
Legale	108
Lingue	626
Operativa	117,5
Salute e Sicurezza	79
Sociale	411
Sostenibilità	985
Tecnologia	2
IT	200
Soft Skills	220
Totale	2.984,5

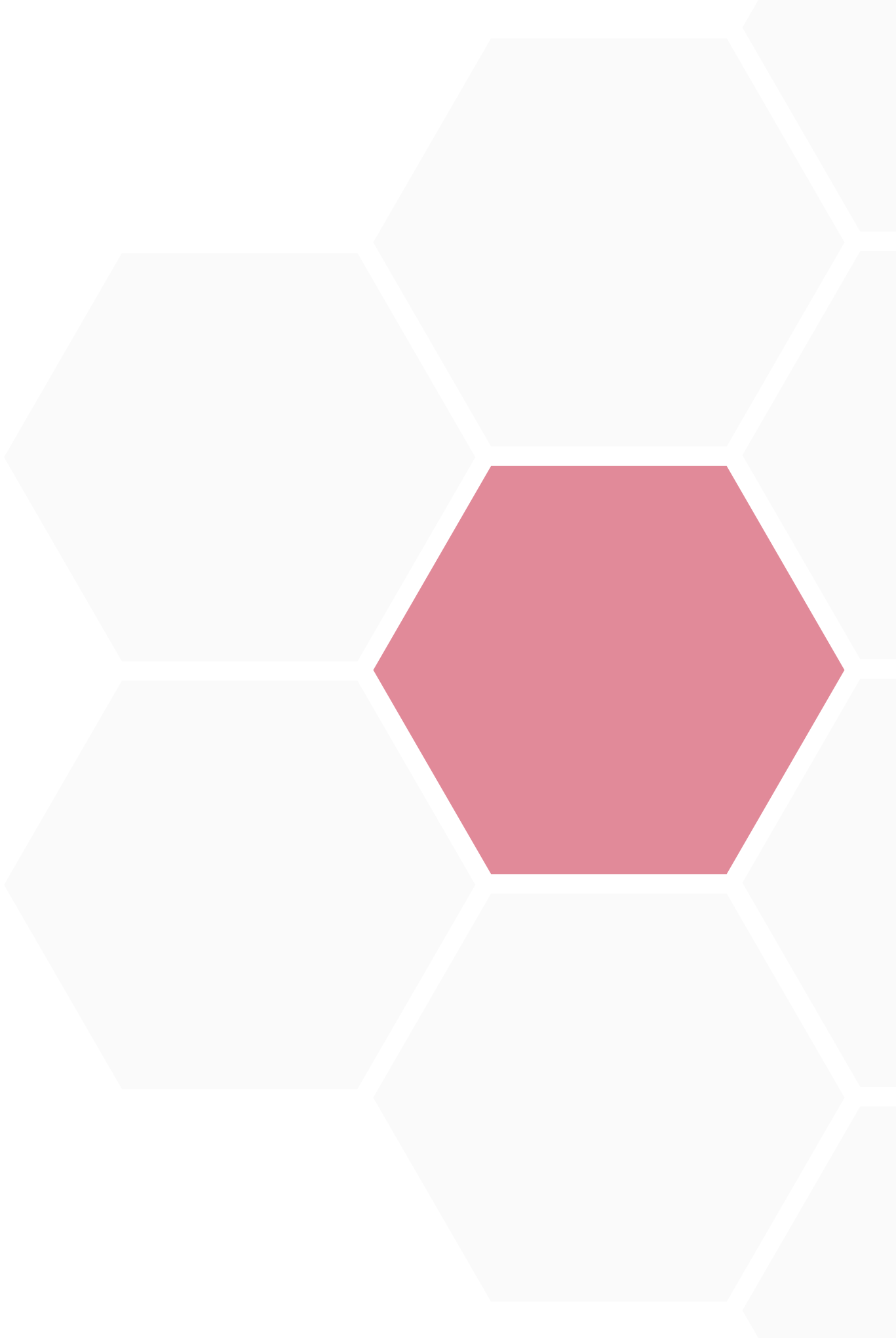
Tabella 20: Ore di formazione non obbligatoria delle aziende HModa considerando i lavoratori in forza al 31.12.2025

Le ore di formazione non obbligatoria sono state erogate sia a lavoratori dipendenti sia a lavoratori non dipendenti quali collaboratori, lavoratori somministrati e tirocinanti. Limitando l'analisi ai soli dipendenti ed in forza al 31.12.2025, il totale delle ore di formazione obbligatoria e non obbligatoria ammonta a 9.243. I dipendenti coinvolti sono stati 1.479, pari al 63% del totale dei dipendenti a fine anno. Ne deriva una media di 4 ore di formazione non obbligatoria per dipendente.

Per quanto riguarda la formazione in ambito legale e in particolare sul Modello 231, nel 2025 le attività sono state erogate come da programma presso la società Uno Maglia, mentre l'attività era già stata svolta su altre del Gruppo. La formazione sul Modello 231 ha raggiunto complessivamente 112 lavoratori, pari all'82% della popolazione aziendale di Uno Maglia. Sono previsti, per il futuro, ulteriori interventi formativi dedicati, estesi progressivamente alle altre società del Gruppo.

Come Gruppo, poniamo la massima attenzione alle tematiche legate alla sostenibilità, impegnandoci costantemente nella formazione puntuale del nostro personale. Nel 2024, in collaborazione con l'*Institut Français de la Mode* (IFM), tramite Accademia HModa, abbiamo organizzato workshop e incontri formativi che hanno approfondito in modo particolare i temi della sostenibilità e dell'innovazione della filiera produttiva. Questi momenti hanno offerto ai partecipanti l'opportunità di esplorare le sfide e le opportunità legate a una gestione responsabile delle risorse, all'integrazione di nuove tecnologie e all'importanza della responsabilità sociale d'impresa, con l'obiettivo di coniugare eccellenza, creatività e rispetto per l'ambiente.

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





4.2 L'impegno verso la Comunità



Come Gruppo, siamo convinti che le nostre azioni possano realmente contribuire a costruire un mondo più equo e inclusivo. Nel 2025 abbiamo promosso iniziative virtuose, con l'obiettivo di generare un cambiamento tangibile verso un futuro più responsabile e attento ai bisogni della collettività.

Accademia HModa

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

Oltre allo sviluppo di percorsi formativi avanzati, come i programmi di apprendistato duale e i corsi tecnici, Accademia HModa integra attività di orientamento mirate a guidare studenti e giovani talenti nella scelta consapevole del proprio percorso professionale nel settore moda. Questa sinergia tra formazione e orientamento si concretizza attraverso collaborazioni strutturate con le aziende del Gruppo, esperienze pratiche in contesti lavorativi reali e strumenti di mentoring, garantendo un approccio integrato che valorizza l'acquisizione di competenze tecniche e la crescita personale, in linea con le esigenze dinamiche del settore moda e del tessuto produttivo.

I corsi offerti spaziano tra diverse categorie merceologiche, partendo dalla calzatura, pelletteria e abbigliamento, fino ad includere

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

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. Accademia HModa Calzatura

Accademia HModa Calzatura

AccademiaHModaCalzatura, 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.

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 modellistica 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.

The Future in Hand

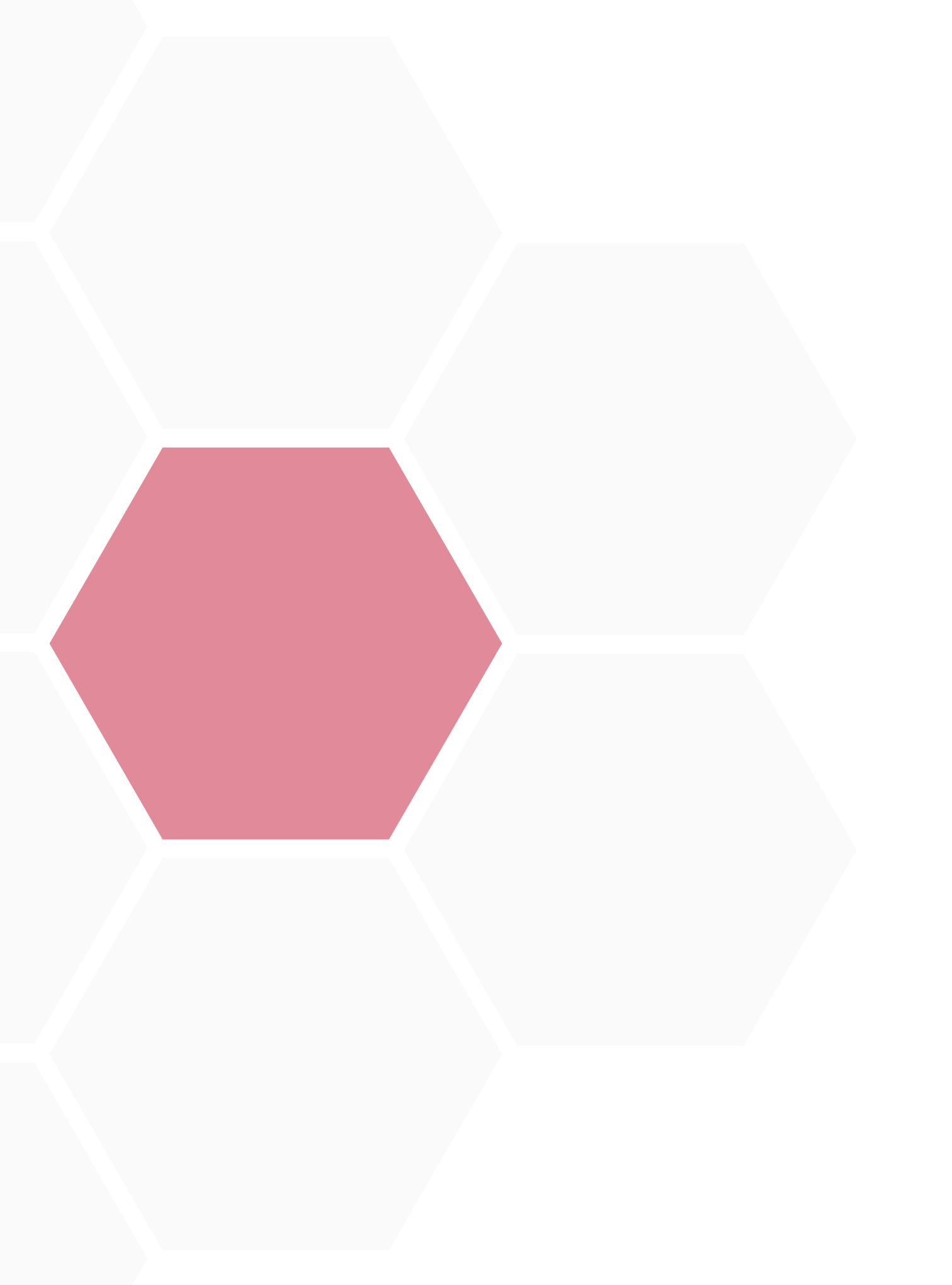
In occasione delle festività invernali, nel 2024 il Gruppo HModa ha scelto di sostenere il progetto "The Future in Hand", sviluppato in collaborazione con Caritas Children ETS e GRAM, organizzazioni attive da anni nella promozione di percorsi educativi e di inclusione sociale rivolti a persone in condizioni di vulnerabilità. L'iniziativa rientra nel più ampio impegno del Gruppo nel generare valore sociale nei territori in cui opera, favorendo opportunità di formazione, autonomia e sviluppo socio-economico.

Nel corso del 2025 il Gruppo ha fornito strumenti, attrezzature e materiali tecnici, tra cui macchine da cucire e kit professionali, necessari per l'avvio operativo del programma. A partire dal secondo trimestre 2025, è iniziata la fase attuativa delle attività formative, rivolte in questa prima edizione a un gruppo selezionato di donne provenienti da contesti socio-economici svantaggiati.

Il progetto ha portato alla realizzazione della "House of Hope", un laboratorio di sartoria con finalità formativa e sociale, che nel biennio 2025-2026 offrirà a circa 30 beneficiarie l'opportunità di acquisire competenze professionali, avviare percorsi di auto-imprenditorialità e contribuire alla riduzione della povertà nella propria comunità. I moduli formativi includono sia attività pratiche di taglio e confezionamento, sia sessioni dedicate a temi di prevenzione e salute della donna nei luoghi di lavoro, con l'obiettivo di sensibilizzare la comunità locale e promuovere una maggiore consapevolezza dei diritti e delle tutele in ambito occupazionale.

L'avanzamento del progetto è monitorato attraverso una reportistica periodica: nel 2025 è stato redatto un report intermedio che documenta le ore di formazione erogate, la partecipazione delle beneficiarie e i risultati conseguiti.

La "House of Hope" rappresenta un modello concreto di collaborazione tra imprese, enti del Terzo Settore e comunità locali, capace di generare un impatto sociale duraturo. Attraverso il sostegno a iniziative come "The Future in Hand", il Gruppo HModa conferma il proprio impegno nello sviluppo di progetti orientati alla promozione del talento, al rafforzamento dell'inclusione e alla creazione di opportunità economiche sostenibili, nella convinzione che la formazione sia uno strumento fondamentale per costruire un futuro più equo e inclusivo.





**Compliance, Filiera
e Tracciabilità**



5.1 Compliance e certificazioni

La gestione delle sostanze chimiche

La gestione delle sostanze chimiche rappresenta un ambito strategico per il Gruppo HModa, in quanto strettamente connesso alla qualità del prodotto, alla tutela ambientale e alla responsabilità lungo la catena del valore. Tale impegno si inserisce nel più ampio percorso intrapreso dal Gruppo per contribuire alla tutela della biodiversità e alla riduzione degli impatti ambientali lungo la catena del valore. In particolare, l'adozione del protocollo ZDHC e il progressivo rafforzamento della gestione delle sostanze chimiche risultano coerenti con gli obiettivi europei 2050 in materia di ambiente, energia e clima e con il Target 15 del Global Biodiversity Framework ('Ridurre l'inquinamento a livelli non dannosi per la biodiversità'). Sebbene il Gruppo non abbia ancora definito specifici target e obiettivi finalizzati ad arrestare e invertire la perdita di biodiversità, le azioni intraprese rappresentano un primo passo concreto verso l'identificazione, la prevenzione e la mitigazione degli impatti potenziali sulla biodiversità associati alle proprie attività.

In un contesto industriale caratterizzato da attività produttive eterogenee e da una filiera articolata, il presidio della chimica di processo costituisce un elemento centrale della governance ESG del Gruppo. La capacità di monitorare, qualificare e migliorare l'utilizzo delle sostanze chimiche nelle diverse fasi produttive consente di mitigare il rischio ambientale e reputazionale, garantendo al contempo il rispetto dei requisiti normativi e delle specifiche richieste dai brand clienti.

Nel triennio 2023-2025 HModa ha sviluppato e consolidato un sistema strutturato di Chemical Management, fondato sull'implementazione del protocollo 4Sustainability® 4s CHEM e progressivamente integrato con gli standard del programma internazionale ZDHC - Zero Discharge of Hazardous Chemicals.

Il percorso è stato impostato come iniziativa di Gruppo, con coordinamento centrale e

progressiva estensione alle società operative, in un'ottica di armonizzazione dei presidi e di rafforzamento delle competenze interne.

L'approccio adottato integra:

- definizione di procedure comuni
- qualifica tecnica dei fornitori
- monitoraggio dei Chemical Inventory
- audit chimici in loco
- verifica analitica tramite testing di prodotto
- monitoraggio di KPI di controllo del sistema

Il sistema non si configura come adempimento formale, ma come processo evolutivo di miglioramento continuo, volto a eliminare progressivamente le sostanze pericolose dai processi produttivi, incrementare la tracciabilità e rafforzare la trasparenza verso stakeholder e partner commerciali. L'approccio adottato dal si fonda su criteri di gestione preventiva del rischio chimico e sull'applicazione di standard tecnici che, in diversi ambiti, risultano più restrittivi rispetto ai limiti normativi vigenti, anticipando le richieste dei brand clienti e delle principali iniziative internazionali di settore.

Il 2025 rappresenta un anno di consolidamento di questo percorso, con un ampliamento del perimetro di applicazione, un miglioramento strutturale dei rating di qualifica e un rafforzamento del controllo analitico sui materiali.

Evoluzione del sistema 2023-2025

L'implementazione del Chemical Management System (CMS) è avvenuta per fasi progressive, con un'estensione graduale del perimetro societario.

Nel 2025 il sistema ha coinvolto 13 società operative appartenenti alle diverse Business Unit, inclusa la BU Tessuti, la BU Calzature e Pelletteria, BU RtW e le realtà con lavorazioni esternalizzate.

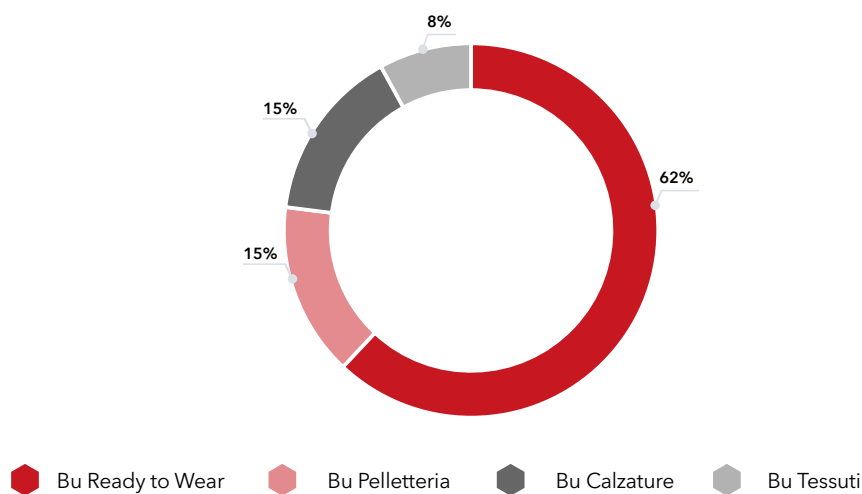


Figura 7: Chemical Management System presente nelle BU

La struttura del Chemical Management System nel 2025 coinvolge 13 società operative distribuite tra quattro Business Unit. La BU Ready To Wear rappresenta il 62% del perimetro, seguita da Pelletteria e Calzature (15% ciascuna) e dalla BU Tessuti (8%). L'organizzazione del presidio chimico riflette la configurazione industriale del Gruppo, con un coordinamento centrale e responsabilità operative distribuite per Business Unit.

L'ampliamento del perimetro ha richiesto un lavoro strutturato di armonizzazione metodologica, adattando il CMS a contesti produttivi con diverso livello di rischio chimico.

Nel triennio sono stati formati 12 Chemical Manager secondo standard ZDHC, creando una rete tecnica interna stabile.

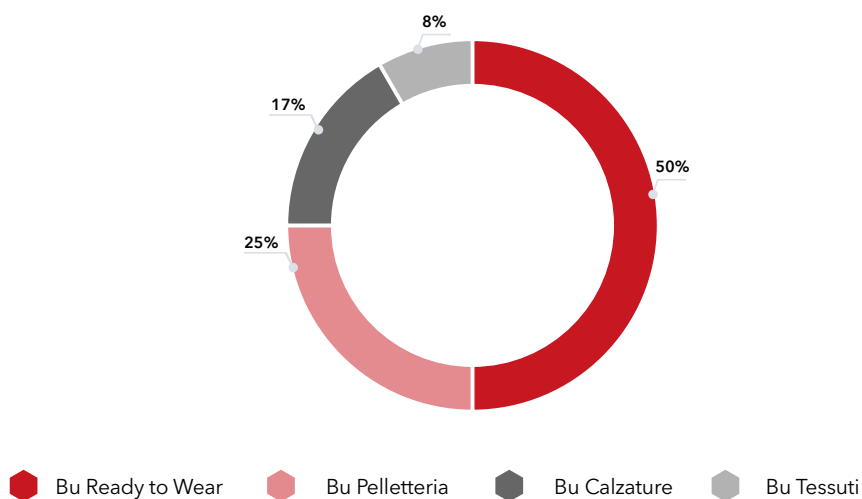


Figura 8: Distribuzione Chemical Manager HModa

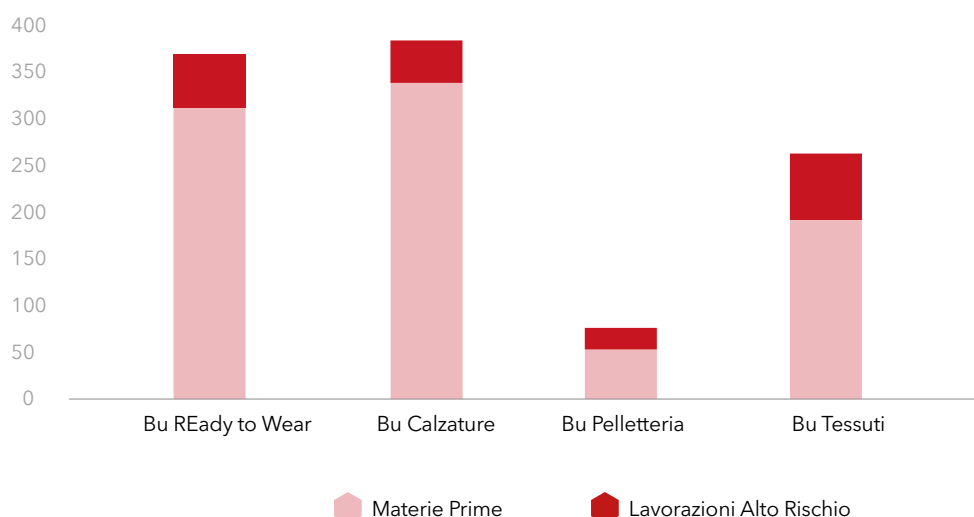


Figura 9: Estensione del presidio di filiera a rischio chimico

Nel 2025 il perimetro del Chemical Management System ha incluso complessivamente 1.071 fornitori tra materie prime e lavorazioni ad uso di chimica, oggetto di monitoraggio strutturato tramite KPI, audit e strumenti di tracciabilità dedicati.

Parallelamente al rafforzamento dei presidi interni, nel 2025 è stata consolidata l'attività di auditing chimico presso la filiera a rischio.

Nel corso dell'esercizio sono stati eseguiti 16 audit chimici in loco presso i terzisti con utilizzo di sostanze chimiche, selezionati sulla base del livello di rischio e della rilevanza economica.

Le verifiche hanno riguardato in particolare:

- l'adozione della MRSL ZDHC come standard produttivo;
- la presenza e il livello di completezza del Chemical Inventory;
- la tracciabilità dei prodotti chimici in uso;
- la gestione delle schede di sicurezza (SDS) e dei requisiti H&S;
- l'eventuale esecuzione di test strutturati su prodotto.

In tutti i casi sono stati rilasciati verbali di audit e definiti Action Plan con tempistiche di adeguamento. Le non conformità rilevate sono risultate prevalentemente di natura documentale o organizzativa e non hanno evidenziato criticità sistemiche rispetto alla gestione del rischio chimico.

L'attività di auditing rappresenta uno strumento centrale del Chemical Management System, in quanto consente di integrare il monitoraggio documentale con verifiche operative sul campo, rafforzando il presidio tecnico lungo la filiera.

Performance Assurance 4s CHEM

Il 2025 rappresenta il terzo anno di applicazione del protocollo 4Sustainability® 4s CHEM e segna un consolidamento significativo del livello di maturità del Chemical Management System del Gruppo.

Nel triennio 2023-2025 il punteggio medio di Assurance ha registrato un incremento del +17% rispetto al biennio precedente, con un ulteriore +11% di miglioramento della media rating nel terzo anno di applicazione. Questo dato riflette una progressiva integrazione del Chemical Management System nei processi operativi delle società del Gruppo.

Il protocollo 4Sustainability® 4s CHEM prevede un sistema di valutazione strutturato su diversi livelli di maturità nell'implementazione del Chemical Management System. In particolare, il modello distingue tre livelli principali: Basic, Advanced ed Excellence, che riflettono il grado di integrazione dei presidi di gestione chimica nei processi aziendali.

Il livello Basic identifica aziende che hanno avviato l'implementazione del sistema e adottato i principali strumenti di monitoraggio e controllo. Il livello Advanced indica una gestione più strutturata, con l'integrazione sistematica dei KPI chimici e delle attività di monitoraggio lungo la filiera. Il livello Excellence rappresenta il più alto grado di maturità del sistema, con una piena integrazione del Chemical Management nei modelli organizzativi e nei processi decisionali aziendali.

Nel 2025 il perimetro analizzato evidenzia una distribuzione più equilibrata dei livelli di maturità nell'applicazione del sistema di Chemical Management. Due aziende hanno raggiunto il livello Excellence del protocollo 4s CHEM, con punteggi pari al 97% (Beste) e all'85% (Uno Maglia), confermando un'elevata integrazione dei presidi chimici nei rispettivi modelli organizzativi. Il raggiungimento del livello Excellence al terzo anno rappresenta un indicatore significativo della stabilità e dell'efficacia del sistema implementato.

Cinque aziende si collocano al livello Advanced del protocollo, con punteggi compresi tra il 65% e il 78%. In particolare, Alex&Co (65%), Calzaturificio Dema (71%) e GAB (73%) sono passate dal livello Basic al livello Advanced nel 2025, mentre RBS (78%) e Valmor (73%) hanno consolidato il proprio livello di implementazione. Questo passaggio evidenzia una maggiore sistematicità nella gestione dei KPI chimici.

Tre aziende rimangono al livello Basic. In alcuni casi, come per Project (83%) e Rilievi (90%), il punteggio percentuale risulta elevato; tuttavia, l'assenza dei requisiti tecnici minimi abilitanti - in particolare sul livello di condivisione dei KPIs chimici dei fornitori della filiera - non ha consentito il riconoscimento formale del livello superiore. Seriscreen registra nel 2025 un punteggio del 57%, con una flessione rispetto all'anno precedente (-11%), evidenziando la necessità di interventi mirati sui KPI chimici.

Parallelamente, il percorso di integrazione con il programma Supplier to Zero (StZ) di ZDHC conferma la crescente strutturazione del sistema. Nel 2025 cinque aziende hanno raggiunto o mantenuto il Level 2 StZ (Alex&Co, Beste, RBS, Uno Maglia e Valmor), a cui si aggiunge Albachiera, che ha ottenuto il Level 2 attraverso attività di assessment documentale e verifica dei requisiti tecnici.

Si attestano al Level 1 StZ GAB, Project e Seriscreen, insieme a Famar e Manrico, che hanno riscattato il livello attraverso assessment e review documentale. Calzaturificio Dema risulta in fase di riscatto del Level 2, mentre Rilievi è in fase di riscatto del Level 1.

L'analisi complessiva evidenzia una dinamica chiara: il superamento della soglia percentuale di punteggio del sistema 4s CHEM non è sufficiente, di per sé, per l'accesso ai livelli superiori in assenza dei requisiti tecnici minimi previsti dal programma ZDHC. Risultano determinanti:

- il raggiungimento di almeno il 65% di qualifica del Chemical Inventory (prodotti Level 1-2-3 ZDHC);

- il completamento minimo di tre Performance InCheck;
- il presidio dei KPI di Wastewater Management, ove applicabili;
- la piena conformità alla MRSL ZDHC.

Il 2025 conferma dunque un miglioramento strutturale del sistema di Chemical Management del Gruppo, con casi di eccellenza e performance consolidate, ma anche con la consapevolezza che la piena maturità del modello dipende in gran parte dal livello di collaborazione della filiera produttiva impiegata in processi a rischio chimico..

Il percorso intrapreso nel triennio ha rafforzato la governance aumentato la capacità di presidio interno e reso più sistematico il dialogo con i fornitori. Le aree di consolidamento individuate costituiscono la base per l'evoluzione prevista nel 2026, in un'ottica di miglioramento continuo e allineamento progressivo all'evoluzione degli standard di ZDHC.

Test chimici e controllo analitico

Nel corso del 2025 il Gruppo ha consolidato il piano di testing chimico come parte integrante del proprio Chemical Management System, eseguendo 46 verifiche analitiche su materiali appartenenti alle diverse Business Unit. L'attività, avviata nel 2024, è entrata nella sua seconda annualità con un'impostazione più strutturata e progressivamente integrata nel processo di qualifica e monitoraggio.

La selezione dei campioni è avvenuta secondo criteri definiti in base al livello di rischio chimico associato ai materiali e ai processi produttivi, nonché alle richieste specifiche dei brand clienti. Il testing ha interessato principalmente pelli, materiali tessili e componenti, con applicazione dei requisiti previsti dalla PRSL 4Sustainability 2024 e in coerenza con il framework ZDHC.

Le analisi hanno confermato la conformità dei campioni rispetto ai limiti normativi applicabili e ai requisiti dei clienti. In alcuni casi sono stati rilevati superamenti rispetto a soglie interne più restrittive adottate dal Gruppo nella propria PRSL. Tali evidenze hanno attivato l'iter di gestione previsto dal Chemical Management System, con approfondimenti tecnici e confronto con i fornitori coinvolti, senza impatti sulla conformità normativa dei prodotti.

L'attività di testing è stata coordinata a livello centrale dalla Holding, garantendo uniformità metodologica, tracciabilità documentale e coerenza nell'applicazione degli standard lungo l'intero perimetro societario. I risultati analitici sono stati integrati nel sistema di monitoraggio, contribuendo alla revisione delle specifiche tecniche e al rafforzamento del processo di qualifica della filiera.

Indicatore	Valore
Numero totale test eseguiti	46
Standard di riferimento	PRSL 4Sustainability 2025
Materiali testati	Pelli, tessili, componenti
Conformità rispetto a limiti normativi e cliente	100%
Superamenti rispetto a soglie interne più restrittive	Gestiti tramite iter CMS

L'adozione di soglie interne più restrittive rispetto ai limiti normativi rappresenta una scelta volontaria di presidio preventivo, coerente con l'impegno del Gruppo.

Ingresso nel programma ZDHC come

Vendor

Nel mese di aprile 2025 HModa ha formalizzato il proprio ingresso come Vendor nel programma internazionale ZDHC - Zero Discharge of Hazardous Chemicals.

L'adesione rappresenta la naturale evoluzione del percorso di strutturazione del Chemical Management System e consolida l'allineamento del Gruppo a ZDHC in materia di gestione responsabile della chimica di processo.

L'integrazione dei requisiti ZDHC nel modello di governance interna rafforza la tracciabilità delle informazioni, la qualità del monitoraggio e il dialogo tecnico con i brand clienti, contribuendo a consolidare un sistema oggi pienamente integrato nella strategia ESG del Gruppo.

Prospettive di sviluppo

Il percorso sviluppato nel triennio 2023-2025 ha posto le basi per un sistema di gestione chimica strutturato e coordinato. Nel 2026 l'attenzione sarà rivolta al consolidamento del livello di maturità del Chemical Management System attraverso un approccio ciclico di pianificazione, attuazione, verifica e miglioramento continuo.

La pianificazione delle attività sarà orientata secondo un principio di risk-based approach, con aggiornamento della mappatura dei processi a rischio chimico e definizione di

un piano annuale di implementazione del CMS, comprensivo di obiettivi misurabili e tempistiche definite.

Sul piano operativo proseguiranno le attività di aggiornamento del Chemical Inventory e della piattaforma InCheck nelle aziende del Gruppo con uso di chimica, la qualifica periodica dei fornitori a rischio chimico, l'esecuzione dei test chimici e il rafforzamento delle attività formative interne ed esterne. Il piano di testing sarà ulteriormente strutturato attraverso un affinamento dei criteri di selezione dei campioni e un'integrazione sistematica dei risultati analitici nei processi decisionali e di qualifica della filiera. Le soglie interne più restrittive continueranno a rappresentare uno strumento di presidio preventivo del rischio chimico, consentendo di intercettare eventuali scostamenti prima del superamento dei limiti normativi o dei requisiti cliente.

Il sistema di verifica sarà ulteriormente strutturato attraverso il consolidamento dell'attività di auditing chimico dei fornitori in collaborazione con il Team Filiera del Gruppo; la checklist chimica proprietaria già integrata nella metodologia di audit sarà applicata a tutti i fornitori a rischio chimico prioritari (80% del fatturato) con attività di monitoraggio svolte in loco.

In parallelo, continueranno le verifiche da parte di ente terzo, includendo attività periodiche di review documentale, Assessment e Assurance del sistema con il rilascio di piani di miglioramento (CAP).

ISO 14001 e 45001

Nel quadro di un settore manifatturiero caratterizzato da elevata complessità operativa e da crescenti aspettative in termini di responsabilità ambientale e sociale, il Gruppo Holding Moda ha scelto di strutturare il proprio impegno in ambito HSE (Health, Safety & Environment). La gestione sistematica delle tematiche di salute, sicurezza e ambiente è considerata un fattore abilitante per la continuità del business, la tutela delle persone e la riduzione degli impatti ambientali connessi alle attività produttive.

Le azioni intraprese in ambito HSE rispondono alla convinzione che la prevenzione dei rischi e il rispetto della normativa vigente rappresentino il punto di partenza per costruire organizzazioni più resilienti, consapevoli e orientate al miglioramento continuo. In questa prospettiva, il Gruppo ha avviato un percorso strutturato volto a superare una gestione frammentata delle tematiche HSE, favorendo invece l'adozione di un modello condiviso, capace di garantire coerenza, controllo e progressiva crescita delle performance.

A partire dal 2023, Holding Moda ha dato avvio a un programma di estensione dei sistemi di gestione ambientale e di salute e sicurezza sul lavoro, coinvolgendo progressivamente le società del Gruppo. Nel corso del 2024, il percorso ha interessato inizialmente la capogruppo e sei aziende - Uno Maglia, Alex&Co, Albachiara, GAB, Seriscreen e Rilievi che sono state certificate entro la metà dell'anno. Successivamente il percorso ha visto l'estensione del suo scopo ad altre 6 ragioni sociali, dapprima con una prima fase di analisi preventiva, finalizzata alla verifica della conformità normativa in materia ambientale e di salute e sicurezza. Attraverso audit interni strutturati, il Gruppo ha potuto individuare eventuali aree di miglioramento e definire priorità di intervento, assicurando che l'implementazione dei sistemi di gestione si basasse su una valutazione puntuale delle condizioni operative delle singole aziende.

Sulla base delle evidenze emerse, è stato quindi sviluppato e implementato un sistema di gestione conforme alle norme ISO 14001 e ISO 45001. Il sistema si articola in una Politica HSE di Gruppo, in un insieme di procedure operative e in strumenti di monitoraggio e registrazione, concepiti per garantire un presidio uniforme delle tematiche HSE, pur nel rispetto delle specificità organizzative e produttive delle diverse società. A fine 2025, il sistema è stato ulteriormente affinato attraverso il confronto con gli stakeholder, quali gli organismi di vigilanza e con il management delle singole aziende. Questo dialogo ha consentito di rivedere alcune procedure, rendendole maggiormente aderenti ai processi delle business unit e favorendo una più efficace integrazione delle responsabilità HSE nelle attività quotidiane. Questa attività di revisione avrà luogo principalmente nel corso del 2026, anno nel quale le procedure e le modifiche saranno effettivamente rese disponibili.

Gli audit di certificazione condotti da enti terzi hanno confermato l'adeguatezza del modello di gestione adottato. L'assetto organizzativo definito, basato su una ripartizione di ruoli tra la capogruppo e le società operative, consente di garantire un controllo costante delle tematiche HSE per ciascuna azienda tramite l'attribuzione ad un referente aziendale e di monitorare nel tempo l'evoluzione degli obiettivi di miglioramento.

Parità di genere (Pdr 125)

La parità di genere rappresenta per HModa un elemento della propria strategia di sostenibilità e un fattore abilitante per la creazione di valore. Operando in un settore ad alta intensità di capitale umano come quello della moda, il Gruppo riconosce che la qualità delle relazioni professionali, l'equità nei percorsi di crescita e la valorizzazione delle diversità siano condizioni essenziali per favorire l'innovazione.

L'impegno sulla parità di genere nasce dalla consapevolezza che una presenza numericamente equilibrata tra generi non è di per sé sufficiente a garantire pari opportunità. È necessario intervenire sui modelli organizzativi e sulla cultura aziendale affinché tutte le persone possano esprimere pienamente il proprio potenziale, indipendentemente dal genere in cui si riconoscono. In questo senso, la parità di genere è strettamente connessa ai principi di dignità della persona, giustizia sociale e sviluppo umano, ed è pienamente coerente con l'SDG 5 dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, adottato da HModa come obiettivo prioritario.

Questo orientamento si inserisce nel più ampio impegno del Gruppo verso i principi del Global Compact delle Nazioni Unite, sottoscritti dal 2021, e nel percorso di integrazione dei temi ESG nella governance e nei processi operativi delle aziende.

Coerentemente con questa visione, HModa ha scelto di adottare la Prassi di Riferimento UNI/PdR 125:2022 come strumento per tradurre i propri valori in un sistema di gestione strutturato, misurabile e verificabile. La certificazione, avvenuta ad aprile 2025 ha previsto un approccio comune e omogeneo agli approcci tra le diverse società del Gruppo e l'introduzione di indicatori oggettivi di monitoraggio delle performance sociali.

Nel corso del 2025 si è concluso l'iter ufficiale di certificazione che ha coinvolto la capogruppo HModa e dieci Società del perimetro - Uno

Maglia, Alex&Co, RBS, Albachiara, GAB, Project, Valmor, Famar, Seriscreen e Rilievi - per un totale di oltre 800 persone interessate. Il percorso, avviato nel 2023, ha riguardato sei ambiti chiave:

- **Cultura e strategia:** presenza di un piano strategico strutturato, accompagnato da politiche e iniziative di comunicazione e sensibilizzazione interna sui temi della parità di genere;
- **Governance:** definizione di organi e responsabilità dedicati al presidio della parità di genere, con obiettivi chiari e processi volti a individuare e prevenire situazioni di non inclusività;
- **Processi HR:** adozione di processi a supporto della gestione e dello sviluppo delle risorse umane, garantendo un accesso equo e paritario a percorsi di valorizzazione, crescita e formazione;
- **Opportunità di crescita e inclusione:** monitoraggio della presenza femminile all'interno dell'organizzazione e nei ruoli apicali. Nel 2025, HModa registra almeno il 40% di donne responsabili di unità organizzative in tutte le aziende medio-grandi del Gruppo nel perimetro della parità di genere (Albachiara, Famar, GAB, RBS, Project, Uno Maglia, Valmor);
- **Equità retributiva:** impegno a garantire l'equità salariale tra generi a parità di ruolo, responsabilità e livello;
- **Conciliazione vita-lavoro:** implementazione di misure a supporto del bilanciamento tra vita professionale e personale, tra cui iniziative per il rientro dalla maternità e paternità e il monitoraggio dell'utilizzo dei congedi parentali.

Le Società coinvolte hanno superato la soglia minima dei KPI previsti dalla Prassi UNI PdR 125:2022, con risultati particolarmente significativi in alcune realtà che hanno raggiunto livelli di conformità compresi tra l'80% e il 90% dei KPI richiesti.

A supporto del percorso, è stata formalmente adottata la Politica per la Parità di Genere, che esplicita gli impegni del Gruppo, definisce i principi di riferimento e fornisce linee guida comuni a tutte le Società. La Politica rappresenta uno strumento fondamentale per garantire coerenza, trasparenza e responsabilizzazione lungo l'intera organizzazione.

È stato inoltre istituito un Comitato Guida per la Parità di Genere, composto dagli imprenditori delle società coinvolte e dalle funzioni corporate di Presidenza, Sostenibilità, Risorse Umane e Legal. Il Comitato ha il compito di indirizzare e monitorare il Piano Strategico per la Parità di Genere, articolato in dodici obiettivi condivisi sulle sei aree previste dalla Prassi. Le riunioni periodiche consentono di valutare l'avanzamento delle azioni e individuare ulteriori opportunità di miglioramento da parte di tutti i membri.

Consapevole che il cambiamento culturale sia un fattore determinante per l'efficacia delle politiche di parità, nel 2025 il Gruppo ha avviato un programma di formazione diffusa, rivolto a tutte le aziende in fase di certificazione. La formazione, erogata in modalità ibrida, è stata resa accessibile a tutte le persone del Gruppo e ha affrontato temi quali:

- il contesto normativo europeo e italiano;
- la parità salariale;
- il funzionamento del sistema di gestione UNI/PdR 125;
- il ruolo dei KPI e del Comitato Guida;
- un approfondimento specifico sulle molestie nei luoghi di lavoro.

Al termine del percorso formativo è stata somministrata una survey interna con l'obiettivo di raccogliere il punto di vista delle persone, valutare il livello di consapevolezza sui temi della parità di genere e individuare spunti utili per lo sviluppo di future iniziative. Questo approccio riflette la volontà del Gruppo di integrare l'ascolto attivo come parte integrante

dei propri processi di miglioramento continuo.

Il processo di Audit per il conseguimento della certificazione si è svolto tra febbraio e aprile 2025 e si è concluso con l'ottenimento della certificazione a fine aprile. L'assenza di non conformità finali rappresenta per noi un risultato significativo, a conferma dell'impegno dei risultati ottenuti.

Per HModa, la certificazione UNI/PdR 125 non costituisce un punto di arrivo, ma l'inizio di un percorso evolutivo. Il Gruppo intende monitorare nel tempo il raggiungimento degli obiettivi definiti, rafforzare ulteriormente la cultura dell'equità e valutare l'estensione della certificazione ad altre Società, nella convinzione che la parità di genere sia una leva importante per una crescita sostenibile e responsabile della filiera moda.

5.2 Filiera

In un contesto in cui la filiera moda-lusso italiana è sotto forte pressione per mancata trasparenza, subappalti non controllati e casi di sfruttamento del lavoro, HModa ha scelto di investire in modo sostanziale su governance, team, strumenti digitali, audit, tracciabilità e presidio operativo per diventare un partner industriale di lungo periodo per i brand.

La manifattura italiana di alta gamma rappresenta un patrimonio unico, ma è caratterizzata da una forte polverizzazione della base fornitori, da una stratificazione di subfornitura e da una circoscritta visibilità lungo i livelli più profondi della supply chain. In questo contesto, negli ultimi anni è cresciuta in modo significativo l'attenzione dei brand rispetto ai rischi legati alla gestione della filiera: dalla difficoltà di presidio operativo ai rischi reputazionali connessi a pratiche non conformi, fino ai temi sempre più rilevanti di trasparenza, responsabilità sociale e tracciabilità.

Non solo un produttore, quindi, ma un soggetto capace di garantire controllo, trasparenza, affidabilità e accountability lungo la catena di fornitura. La vision di HModa è quella di garantire un modello industriale integrato, trasparente e data-driven ed essere una piattaforma industriale trasparente e controllata al servizio dei brand del lusso.

È all'interno di questo scenario che si inserisce il percorso intrapreso da HModa. Il Gruppo ha scelto di investire in modo significativo per trasformare la gestione della filiera da attività di controllo a vera e propria leva strategica, con l'obiettivo di offrire ai brand un modello industriale capace di coniugare eccellenza produttiva e piena affidabilità della supply chain.

Nel corso del 2025, HModa ha completato una trasformazione strutturale della gestione della propria filiera, evolvendo da un approccio prevalentemente orientato alla verifica della conformità a un modello industriale integrato, fondato su governance, dati, gestione del rischio e controllo operativo. La filiera non è più considerata un perimetro da monitorare, ma un asset strategico da governare.

In questo contesto, il Gruppo ha sviluppato un sistema capace di coniugare sostenibilità, qualità, continuità operativa e trasparenza, con l'obiettivo di rafforzare la resilienza industriale e rispondere in modo sempre più strutturato alle aspettative dei clienti e del mercato.

Il 2025 rappresenta un punto di discontinuità: per la prima volta tutte le aziende del Gruppo operano all'interno di un framework unico, condiviso e armonizzato, che consente una lettura trasversale della supply chain e una gestione proattiva dei rischi. HModa ha così consolidato il proprio posizionamento come piattaforma industriale evoluta, capace di rispondere a una delle principali sfide del lusso contemporaneo: garantire controllo, trasparenza e affidabilità in una filiera produttiva per sua natura complessa, frammentata e diffusa.

🔴 **Vision e nuovo posizionamento**

🔴 **Strategia di filiera**

🔴 **Evoluzione 2022-2025**

🔴 **Tools utilizzati**

🔴 **Benefici per i brand**

🔴 **Obiettivi futuri**

🔴 **Dati**

Vision e posizionamento

HModa come piattaforma industriale trasparente e presidiata per il lusso

Nel contesto attuale del settore moda-lusso, la gestione della filiera rappresenta uno dei principali fattori critici di successo e, al contempo, una delle aree di maggiore esposizione al rischio. La crescente attenzione da parte dei brand, dei regolatori e dell'opinione pubblica rispetto ai temi di trasparenza, responsabilità sociale e controllo delle condizioni produttive ha profondamente trasformato il ruolo della supply chain all'interno del modello industriale.

In questo scenario, la tradizionale frammentazione della filiera manifatturiera italiana - caratterizzata da una rete estesa di piccole e medie imprese, spesso organizzate su più livelli di subfornitura - pone sfide rilevanti in termini di visibilità, presidio e accountability. La difficoltà nel tracciare in modo puntuale i flussi produttivi e nel garantire un controllo effettivo lungo tutta la catena del valore rappresenta oggi uno dei principali elementi di criticità per i brand del lusso. È all'interno di questo contesto che HModa ha definito e consolidato il proprio nuovo posizionamento.

Nel corso del 2025, il Gruppo ha compiuto un'evoluzione significativa, affermandosi non solo come aggregatore di eccellenze manifatturiere, ma come piattaforma industriale strutturata, in grado di offrire ai brand un modello di produzione strutturalmente presidiato, trasparente e governato.

La visione alla base di questo posizionamento è quella di una filiera in cui ogni fase - dalla selezione del fornitore alla realizzazione del prodotto - sia tracciabile, verificabile e gestita secondo criteri condivisi. In questo modello, HModa si pone come interfaccia unica tra brand e sistema produttivo, assumendo un ruolo attivo nel garantire non solo la qualità del prodotto, ma anche l'integrità del processo che lo genera.

Questo implica un cambio di paradigma sostanziale. La filiera non è più considerata come un perimetro esterno da controllare, ma

come una componente integrante del sistema industriale, da governare attraverso strumenti, processi e competenze dedicate. Il valore per i brand si sposta quindi dalla semplice capacità produttiva alla capacità di offrire affidabilità, trasparenza e riduzione del rischio.

Il posizionamento di HModa si fonda su un investimento concreto e continuativo: nella costruzione di un team specializzato, nello sviluppo di strumenti proprietari, nella digitalizzazione dei processi e nella definizione di un framework di Gruppo che consente di gestire la filiera in modo strutturato e scalabile.

In questo senso, HModa si configura come un abilitatore di fiducia per i brand del lusso. Un partner in grado di trasformare la complessità della manifattura italiana in un sistema industriale leggibile, controllato e coerente con gli standard richiesti dai principali player internazionali.

La strategia di filiera

Dalla gestione reattiva alla governance integrata e preventiva

A supporto del proprio posizionamento, HModa ha sviluppato nel 2025 una strategia di filiera fondata su un principio chiave: il controllo effettivo della supply chain non può essere ottenuto attraverso verifiche episodiche o approcci esclusivamente documentali, ma richiede un sistema continuo, integrato e guidato dai dati.

La strategia adottata rappresenta il superamento di un modello tradizionale, basato su controlli ex-post e su una visione parziale della filiera, a favore di un approccio che integra in modo strutturale sostenibilità, operations e gestione del rischio.

Elemento centrale di questo modello è l'introduzione di una logica risk-based. Ogni fornitore viene valutato attraverso un'analisi multidimensionale che considera non solo gli aspetti di conformità sociale e normativa, ma anche elementi legati alla solidità organizzativa, alla capacità produttiva e alla gestione operativa. Questo consente di costruire una mappa

dinamica della filiera e di orientare in modo mirato le attività di monitoraggio e intervento.

Parallelamente, la strategia si distingue per una forte integrazione tra dimensione ESG e dimensione industriale. Le attività di audit e verifica sono state progressivamente estese per includere aspetti che incidono direttamente sulla reale gestione della produzione, come la pianificazione, l'allocazione delle lavorazioni e la coerenza tra capacità dichiarata e output effettivo.

Questo approccio consente di affrontare in modo concreto uno dei nodi più critici della filiera moda: la presenza di livelli di subfornitura non sempre visibili e il rischio di esternalizzazioni non controllate. Attraverso un presidio più profondo e operativo, HModa è in grado di aumentare significativamente il livello di trasparenza e di ridurre le aree di opacità.

Un ulteriore pilastro della strategia è rappresentato dalla standardizzazione dei processi. In un contesto di crescita e integrazione di realtà diverse, la definizione di un framework comune è stata essenziale per garantire coerenza, comparabilità e scalabilità. Tutte le aziende del Gruppo operano oggi secondo criteri condivisi, utilizzando strumenti uniformi e metodologie allineate.

La strategia si fonda inoltre su una forte centralità del dato. La raccolta sistematica e periodica delle informazioni consente di disporre di una base conoscitiva solida e aggiornata, che supporta sia le attività operative sia le decisioni strategiche. Il dato non è più solo un elemento di reporting, ma diventa uno strumento di gestione attiva della filiera.

Infine, un elemento distintivo del modello è rappresentato dall'investimento nella costruzione di competenze e nella strutturazione di un team dedicato. La presenza di risorse specializzate, unite a processi chiari e strumenti evoluti, consente di garantire continuità, profondità di analisi e capacità di intervento.

Nel loro insieme, queste direttrici delineano una strategia che consente a HModa di passare da

un ruolo di controllo a un ruolo di governance industriale della filiera, offrendo ai brand un sistema capace non solo di monitorare, ma di presidiare in modo concreto e continuativo l'intero processo produttivo.

Evoluzione del modello (2022–2025)

Dalla frammentazione alla costruzione di un'infrastruttura industriale di filiera

L'attuale configurazione della funzione Filiera di HModa è il risultato di un percorso di trasformazione rapido ma profondamente strutturato, che ha accompagnato la crescita del Gruppo e ne ha progressivamente ridefinito il modello operativo.

Nel 2022, la gestione della filiera si collocava ancora all'interno di un approccio tipico del settore: un sistema prevalentemente basato su autovalutazioni dei fornitori, verifiche puntuali e strumenti non pienamente armonizzati tra le diverse realtà. Il presidio era presente, ma non ancora in grado di restituire una visione completa e integrata della supply chain. In particolare, la capacità di leggere in profondità le dinamiche operative e i livelli più articolati della subfornitura risultava limitata, riflettendo una condizione diffusa nell'intero comparto manifatturiero.

A partire dal 2023, HModa ha avviato un percorso di progressiva strutturazione, introducendo audit più approfonditi, ampliando il perimetro di analisi e sviluppando i primi strumenti proprietari. Questa fase ha rappresentato un passaggio fondamentale: per la prima volta, la filiera ha iniziato a essere osservata non solo come insieme di relazioni, ma come sistema da analizzare e comprendere in modo più rigoroso.

Nel biennio 2023–2024 si è inoltre consolidata una maggiore consapevolezza rispetto ai limiti degli approcci tradizionali. La crescente complessità della supply chain, unita all'evoluzione delle richieste dei brand, ha reso evidente la necessità di superare modelli basati su controlli episodici per adottare una logica più strutturata e continuativa.

È nel 2025 che questo percorso trova una piena maturazione.

Il Gruppo compie un salto di scala, introducendo un framework unico di gestione della filiera, condiviso da tutte le aziende e fondato su criteri, metodologie e strumenti omogenei. Questo passaggio segna il superamento definitivo della frammentazione: la filiera non viene più gestita per singola entità, ma come un sistema integrato, leggibile e governabile in modo trasversale.

Parallelamente, cambia in modo sostanziale la natura stessa delle attività di presidio. Gli audit si evolvono in termini di profondità, durata e contenuto, includendo non solo aspetti di compliance ma anche elementi legati alla reale gestione operativa. La raccolta dati diventa sistematica e strutturata, consentendo di costruire una base informativa solida e aggiornata. La valutazione del rischio assume un ruolo centrale, guidando le priorità e le modalità di intervento.

Questa evoluzione non rappresenta soltanto un rafforzamento del controllo, ma una vera e propria trasformazione del ruolo della funzione Filiera all'interno del Gruppo. Da attività prevalentemente reattiva, essa diventa una componente chiave della governance industriale, capace di supportare le decisioni, orientare le scelte operative e contribuire in modo diretto alla creazione di valore.

Nel contesto della filiera moda-lusso, dove la capacità di garantire trasparenza e presidio rappresenta un elemento sempre più distintivo, questo passaggio consente a HModa di posizionarsi su un livello di maturità significativamente superiore rispetto agli standard medi del settore.

I tools della trasformazione

Un'infrastruttura integrata per il governo della complessità

La trasformazione realizzata nel 2025 si fonda su un elemento abilitante fondamentale: la costruzione di un'infrastruttura operativa e

digitale capace di sostenere, nel tempo, un modello di gestione della filiera realmente efficace.

In un contesto caratterizzato da elevata complessità e da una forte articolazione della supply chain, il controllo non può essere affidato a singoli strumenti o iniziative isolate. Richiede invece un sistema coerente, in cui ogni componente contribuisce a costruire una visione completa e integrata.

Il punto di partenza è rappresentato dal sistema di Risk Assessment, che consente di leggere la filiera attraverso una lente strutturata e multidimensionale. La classificazione dei fornitori sulla base del rischio non è solo un esercizio analitico, ma diventa il principio guida dell'intero modello: orienta le attività di audit, definisce le priorità di intervento e consente di allocare le risorse in modo efficace.

Accanto alla valutazione del rischio, la raccolta sistematica dei dati assume un ruolo centrale. Attraverso campagne periodiche, HModa garantisce un aggiornamento continuo delle informazioni relative ai fornitori, costruendo una base conoscitiva che rappresenta il fondamento di tutte le attività di monitoraggio e governance. In questo contesto, la qualità del dato diventa un elemento strategico, in quanto abilita la capacità di leggere e interpretare le dinamiche della filiera.

Un passaggio chiave nella strutturazione del modello è rappresentato dall'introduzione della piattaforma Audit Manager, che consente di gestire in modo integrato l'intero processo di audit. Dalla pianificazione alla raccolta delle evidenze, dalla gestione delle non conformità al monitoraggio delle azioni correttive, tutte le fasi sono tracciate e standardizzate. Questo non solo aumenta l'efficienza operativa, ma garantisce anche coerenza e comparabilità a livello di Gruppo.

Particolare rilevanza assume lo sviluppo degli strumenti dedicati alla tracciabilità operativa, che rappresentano uno degli elementi più distintivi del modello HModa. Attraverso analisi dirette dei flussi produttivi e verifiche sulla

reale esecuzione delle lavorazioni, il Gruppo è in grado di superare una logica puramente documentale e di entrare nel merito delle dinamiche industriali. Questo consente di ridurre in modo significativo le aree di opacità e di intercettare eventuali criticità legate alla gestione della subfornitura.

In questo contesto si inserisce anche il sistema di Capacity & Capability Assessment, che introduce una dimensione tipicamente industriale nella gestione della filiera. La verifica della capacità produttiva, dell'organizzazione e della coerenza tra carico di lavoro e output consente di prevenire situazioni di sovraccarico o di ricorso a lavorazioni esterne non presidiate, rafforzando ulteriormente il controllo complessivo.

Infine, l'avvio dei progetti di digitalizzazione avanzata e tracciabilità digitale, tra cui le soluzioni basate su RFID, rappresenta un'evoluzione naturale del modello. Questi strumenti aprono la strada a un livello ancora più elevato di visibilità, consentendo di tracciare in modo puntuale i flussi di prodotto e di integrare sempre più strettamente la dimensione fisica e quella informativa della supply chain.

Nel loro insieme, questi strumenti non costituiscono un semplice supporto operativo, ma una vera e propria infrastruttura industriale, che consente a HModa di governare la complessità della filiera in modo strutturato, continuo e scalabile.¹²

Sistema di rating dei fornitori e gestione degli impatti

A supporto delle attività di monitoraggio e qualificazione della supply chain, HModa adotta un sistema strutturato di valutazione dei fornitori basato sugli esiti degli audit sociali, ambientali e operativi. Il sistema attribuisce a ciascun fornitore un rating che riflette il livello di conformità rispetto agli standard del Gruppo e consente di indirizzare in modo proporzionato le attività di monitoraggio, miglioramento e controllo.

Il modello di valutazione prevede quattro possibili livelli di rating (A, B, B* e C), assegnati sulla base della tipologia e della gravità delle non conformità rilevate durante le attività di audit. I rating più elevati identificano fornitori che presentano un livello di conformità sostanzialmente allineato ai requisiti del Gruppo oppure non conformità limitate, mentre i rating intermedi evidenziano la necessità di azioni correttive e di un monitoraggio rafforzato. I fornitori classificati con rating B* sono soggetti a un presidio più frequente e a specifici piani di miglioramento in cui vengono accompagnati per una rapida risoluzione.

Il rating C rappresenta il livello più critico del sistema di valutazione e identifica situazioni caratterizzate dalla presenza di non conformità gravi o non tollerabili rispetto agli standard sociali, ambientali, etici e operativi adottati da HModa. Ai fini della gestione degli impatti, HModa considera i fornitori con rating C come quelli maggiormente associati a potenziali impatti negativi sulle persone e sull'ambiente.

In conformità alle procedure di Gruppo e agli standard Holding Moda, l'assegnazione di un rating C comporta l'attivazione immediata di specifiche misure di gestione del rischio che possono includere la sospensione del rapporto commerciale, la definizione di azioni correttive vincolanti e nei casi più gravi o in assenza di adeguato miglioramento, l'esclusione del fornitore dalla filiera produttiva o la mancata qualifica in caso di nuovi fornitori.

Il sistema di rating è integrato con il modello proprietario di Risk Assessment, che combina informazioni ESG e operative per valutare il livello di affidabilità e di rischio associato ai partner della supply chain. Tale approccio consente di individuare tempestivamente le aree maggiormente esposte a potenziali impatti negativi, orientando le attività di audit e di monitoraggio verso i fornitori che richiedono un presidio prioritario e contribuendo al miglioramento continuo delle performance sociali e ambientali della filiera.

¹² Nel 2025 sono stati auditati 191 fornitori. Per tutti i fornitori con rating C sono state attuate immediatamente misure di contenimento del rischio.

Benefici per i brand

Trasformare la complessità della filiera in un vantaggio competitivo

Il modello di filiera sviluppato da HModa nel 2025 si traduce in un insieme di benefici concreti per i brand del lusso, che vanno ben oltre il perimetro tradizionale della compliance.

In un contesto in cui la gestione della supply chain rappresenta una delle principali aree di esposizione al rischio, HModa offre ai propri partner un sistema in grado di trasformare una criticità strutturale del settore in un elemento di controllo e, progressivamente, in un vantaggio competitivo.

Il primo elemento distintivo è rappresentato dal livello di presidio effettivo della filiera. Attraverso un approccio integrato che combina audit, analisi operativa, raccolta dati e valutazione del rischio, HModa è in grado di offrire una visibilità concreta sulle dinamiche produttive, riducendo in modo significativo le aree di opacità tipiche della supply chain moda. Questo consente ai brand di superare una logica basata su dichiarazioni e documentazione, accedendo a un livello di conoscenza più profondo e affidabile.

A questo si affianca un secondo beneficio fondamentale: la riduzione del rischio reputazionale. In un settore sempre più esposto all'attenzione di media, consumatori e regolatori, la capacità di dimostrare la tracciabilità e il controllo della filiera rappresenta un elemento centrale. Il modello HModa consente ai brand di rafforzare la propria accountability, garantendo che i processi produttivi siano coerenti con gli standard richiesti e riducendo il rischio di situazioni non conformi legate, ad esempio, a subfornitura non dichiarata o a pratiche non allineate.

Un ulteriore elemento di valore riguarda la continuità e l'affidabilità operativa. La conoscenza strutturata della base fornitori, unita alla capacità di monitorarne la solidità e la capacità produttiva, permette di prevenire criticità legate a saturazione, inefficienze o

interruzioni. Questo si traduce in una maggiore stabilità della produzione e in una migliore capacità di pianificazione.

Il modello contribuisce inoltre a un processo di qualificazione progressiva della filiera. Attraverso audit, monitoraggio e piani di miglioramento, HModa accompagna i fornitori in un percorso di crescita, elevando nel tempo il livello medio della supply chain. Questo genera un beneficio diretto per i brand, che possono contare su una base produttiva sempre più strutturata e allineata agli standard richiesti.

Particolarmente rilevante è anche la semplificazione della governance per i brand. In un contesto tradizionalmente caratterizzato da una molteplicità di interlocutori, HModa si propone come punto di accesso unico, in grado di aggregare, presidiare e rendere leggibile la complessità della filiera. Questo consente ai brand di ridurre il carico gestionale, mantenendo al contempo un elevato livello di controllo.

Infine, il modello sviluppato nel 2025 introduce un elemento spesso sottovalutato ma sempre più centrale: la trasparenza come leva di relazione. La disponibilità di dati, informazioni e strumenti condivisi permette di costruire un rapporto più solido e collaborativo tra HModa e i brand, basato su evidenze e su un allineamento continuo.

Nel loro insieme, questi elementi definiscono una proposta di valore chiara: HModa non offre soltanto capacità produttiva, ma un sistema industriale che consente ai brand di produrre con maggiore sicurezza, controllo e visibilità.

Obiettivi e sviluppi futuri

Verso una filiera sempre più tracciata, digitale e predittiva

Il percorso intrapreso nel 2025 rappresenta un punto di arrivo in termini di strutturazione, ma soprattutto un punto di partenza per un'ulteriore evoluzione del modello.

In un contesto in cui le aspettative dei brand sono destinate a crescere, HModa ha definito una traiettoria di sviluppo chiara, orientata a rafforzare ulteriormente il proprio posizionamento come piattaforma industriale di riferimento per il lusso.

Una prima direttrice riguarda l'estensione della tracciabilità digitale. L'obiettivo è evolvere verso un sistema in cui i flussi di prodotto e le fasi produttive siano sempre più integrati all'interno di strumenti digitali, consentendo una visibilità puntuale e in tempo reale lungo tutta la filiera. Le iniziative avviate nel 2025, incluse le soluzioni basate su RFID, rappresentano i primi passi di questo percorso.

Parallelamente, HModa intende rafforzare la propria capacità di analisi e interpretazione dei dati, evolvendo verso modelli sempre più predittivi. La disponibilità di una base informativa strutturata permetterà non solo di monitorare lo stato della filiera, ma di anticipare potenziali criticità, supportando in modo proattivo le decisioni operative e strategiche.

Un ulteriore ambito di sviluppo riguarda l'integrazione sempre più stretta tra filiera e pianificazione industriale. L'obiettivo è rendere il controllo della supply chain una componente pienamente integrata nei processi decisionali, contribuendo a migliorare l'efficienza complessiva e a ottimizzare l'allocazione delle risorse.

Allo stesso tempo, il Gruppo prevede di estendere progressivamente il perimetro di monitoraggio ai livelli più profondi della filiera, aumentando il grado di visibilità anche sui subfornitori e rafforzando ulteriormente il presidio complessivo.

Infine, HModa continuerà a investire nello sviluppo di competenze, strumenti e processi, con l'obiettivo di consolidare un modello scalabile, in grado di accompagnare la crescita del Gruppo e di rispondere alle esigenze dei principali player internazionali del lusso.

In questa prospettiva, la filiera non è più soltanto un elemento da gestire, ma una leva strategica attraverso cui costruire valore nel lungo periodo. La capacità di garantire trasparenza, controllo e affidabilità rappresenterà sempre più un fattore distintivo, e HModa intende posizionarsi come uno dei principali attori in grado di offrire questo livello di presidio.

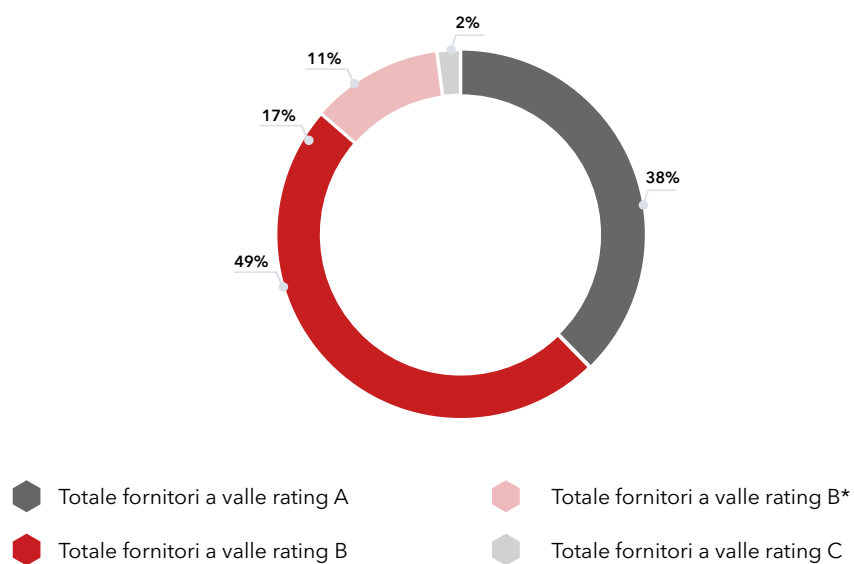


Figura 10: Fornitori a valle auditati suddivisi per rating

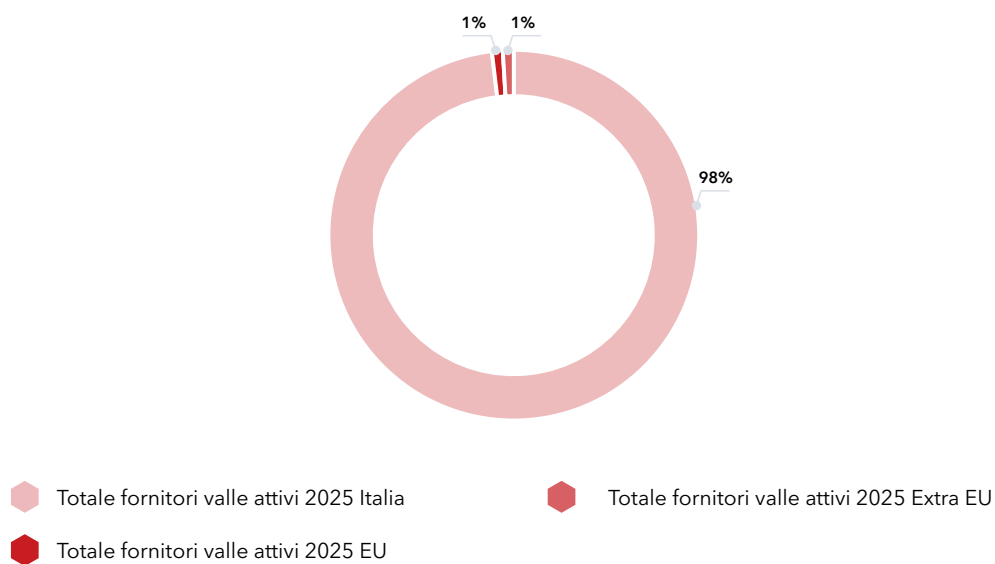


Figura 11: Fornitori a valle auditati suddivisi per rating

5.3 Tracciabilità

Per il settore moda, la tracciabilità rappresenta un prerequisito essenziale per la sostenibilità e per una crescita solida e responsabile delle filiere. Non è possibile parlare di modelli produttivi sostenibili senza azioni concrete e continuative orientate alla tracciabilità dei processi, dei flussi produttivi e dei soggetti coinvolti lungo la catena del valore. In questo senso, la tracciabilità non risponde esclusivamente alle richieste dei clienti o agli obblighi normativi emergenti, né si limita a prevenire o contrastare situazioni potenzialmente critiche, ma costituisce una leva strategica di integrazione del business.

Per HModa, la tracciabilità è infatti un elemento abilitante che connette in modo strutturale sostenibilità, filiera e modello industriale, ambiti che non possono più essere considerati separatamente ma come dimensioni intrinsecamente interdipendenti. Garantire la conoscenza puntuale dell'origine dei prodotti, dei luoghi di lavorazione e degli spostamenti dei semilavorati significa rafforzare la governance operativa, migliorare la gestione del rischio e supportare decisioni industriali più consapevoli.

Il percorso strutturato di HModa come Gruppo prende avvio nel 2025, sebbene molte delle Società controllate avessero già implementato, negli anni precedenti, sistemi interni di tracciabilità con livelli di maturità differenti. La sfida principale è stata quindi quella di progettare un sistema di tracciabilità di Gruppo capace di tenere conto delle diverse realtà operative e organizzative, garantendo al contempo un controllo operativo centralizzato da parte della Holding. L'obiettivo è quello di poter conoscere in modo continuo e affidabile dove si trovano i semilavorati, quale sia la genesi del prodotto e in quale fase del processo produttivo esso si collochi prima dell'immissione sul mercato.

Per supportare questo percorso, HModa ha valorizzato le competenze interne in ambito Operations, consapevole che la tracciabilità richiede una profonda conoscenza delle specificità produttive delle diverse categorie merceologiche. È stata quindi istituita una task

force di Gruppo, composta dal Presidente, dalla Chief Sustainability Officer e da un Business Unit Leader per ciascuna BU, selezionati tra le realtà best in class di Ready to Wear, Pelletteria e Calzature. Il ruolo della task force è quello di supportare la Holding nella comprensione delle dinamiche operative specifiche e di promuovere l'implementazione delle migliori pratiche di tracciabilità all'interno delle aziende. In quest'ottica, HModa ha assunto un ruolo attivo nel favorire l'adozione di processi, procedure e strumenti operativi unificati, sviluppati in stretta collaborazione con le funzioni Operations delle singole aziende. Sono stati individuati i principali punti di controllo lungo i processi produttivi, al fine di monitorare l'avanzamento delle lavorazioni e i trasferimenti da e verso i subfornitori, garantendo coerenza, trasparenza e presidio delle fasi più critiche.

L'implementazione di un sistema efficace di tracciabilità ha richiesto anche un cambio di mindset, basato su un approccio strutturato di gestione del rischio e su un'evoluzione del modello di business, orientata al passaggio da una logica prevalentemente artigianale a una ossatura industriale, in grado di supportare la complessità delle filiere contemporanee.

Il percorso non ha riguardato esclusivamente le aziende del Gruppo, ma ha coinvolto in modo diretto anche i partner di filiera, chiamati ad allinearsi a standard operativi comuni. Il lavoro è partito da un'analisi approfondita della situazione "as-is", con particolare focus sulla Business Unit Ready to Wear, individuata come prioritaria in ragione del livello di rischio e del numero di fornitori esterni coinvolti. HModa ha analizzato i processi interni già esistenti in termini di tracciabilità, valutando strumenti, procedure, responsabilità e sistemi di controllo. A valle di questo primo assessment, sono stati elaborati report di Operational Traceability, finalizzati a evidenziare le best practice e le aree di miglioramento. Parallelamente, sono stati avviati audit di tracciabilità presso i principali subfornitori, con l'obiettivo di verificare che le commesse e i semilavorati fossero effettivamente localizzati presso le strutture dichiarate. In coerenza con le aspettative dei clienti e con i requisiti di

governance del Gruppo, HModa ha ribadito il principio del divieto assoluto di subappalto non autorizzato, rafforzando i controlli operativi sui luoghi di produzione. L'approccio adottato non è stato esclusivamente ispettivo, ma anche collaborativo: ai subfornitori sono stati messi a disposizione strumenti operativi e supporti concreti, come template per la mappatura dei macchinari e per il monitoraggio delle commesse in lavorazione, con l'obiettivo di favorire una tracciabilità efficace nel tempo.

L'obiettivo finale è quello di garantire controlli continui sulla produzione e offrire ai clienti la massima garanzia di una produzione responsabile, trasparente e conforme agli standard condivisi. Questo percorso implica anche un significativo avanzamento in termini di digitalizzazione, elemento chiave per assicurare accuratezza, affidabilità e tempestività delle informazioni. In tale contesto, HModa ha avviato un percorso graduale per l'introduzione, a partire dal 2026, di soluzioni tecnologiche quali sistemi RFID e piattaforme digitali dedicate, a supporto della tracciabilità lungo l'intera filiera.



Appendice



6.1 GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	Holding Moda S.r.l. ha presentato una rendicontazione "In accordance" rispetto agli Standard GRI per il periodo 01.01.2025 - 31.12.2025
Utilizzo GRI 1	GRI 1: Principi Fondamentali 2021
Standard di settore pertinenti	-

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
GRI 2 Informativa generale 2021	L'organizzazione e le pratiche di reporting		
	Informativa 2-1 Dettagli organizzativi	8-9; 13-17	
	Informativa 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	8-9	
	Informativa 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	8-9	
	Informativa 2-4 Revisione delle informazioni	9	
	Informativa 2-5 Assurance esterna	9	
	Attività e lavoratori		
	Informativa 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	15-24	
	Informativa 2-7 Dipendenti	15; 130-188	
	Informativa 2-8 Lavoratori non dipendenti	189	
	Governance		
	Informativa 2-9 Struttura e composizione della governance	82-84	
	Informativa 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	83	
	Informativa 2-11 Presidente del massimo organo di governo	83-84	
	Informativa 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	83	
	Informativa 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	59-60; 83	
	Informativa 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	83	
	Informativa 2-15 Conflitti d'interesse	63-65 https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf	
	Informativa 2-16 Comunicazione delle criticità	63-65 https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf	
	Informativa 2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	83	
	Informativa 2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	63-65	
	Informativa 2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	63-65	
	Informativa 2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	64-65	

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
GRI 2 Informativa generale 2021	Informativa 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale		L'omissione riguarda tutto l'indicatore. La ragione è l'indisponibilità/incompletezza delle informazioni. Tali informazioni non sono disponibili o sono incomplete in quanto Holding Moda al momento non è dotata di sistemi di raccolta dei dati e delle informazioni interessate
	Informativa 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	67-79	
	Informativa 2-23 Impegno in termini di policy	63-65	
	Informativa 2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	63-65	
	Informativa 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	63-65 86-99	
	Informativa 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	63-65	
	Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti	190 https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf	
	Informativa 2-28 Appartenenza ad associazioni	77-79	
	Stakeholder engagement		
	Informativa 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	8,77-79, 87-88	
	Informativa 2-30 Contratti collettivi	142	
GRI 3 Temi materiali 2021	Disclosure sui temi materiali		
	Informativa 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	86-99	
	Informativa 3-2 Elenco di temi materiali	86-99	
GRI 3 Temi materiali 2021	Performance economiche		
	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
	Informativa 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	103	
GRI 201 Performance economica 2016	Informativa 201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici	190-191	
	Informativa 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	191	
GRI 3 Temi materiali 2021	Presenza sul mercato		
	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
	Informativa 202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	192	

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
Prassi di approvvigionamento			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 204 Prassi di approvvigionamento 2016	Informativa 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	192	
Anticorruzione			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 205 Anticorruzione 2016	Informativa 205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione	87-98 https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf	
	Informativa 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	192	
	Informativa 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	192	
Energia			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 302 Energia 2016	Informativa 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	193	
	Informativa 302-3 Intensità energetica	193	
Acqua ed affluenti			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 303 Acqua e effluenti 2018	Informativa 303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	195	
	Informativa 303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	195	
	Informativa 303-3 Prelievo idrico 11	195	
	Informativa 303-4 Scarico idrico 14	195	
	Informativa 303-5 Consumo idrico	195	
Emissioni			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 305 Emissioni 2016	Informativa 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	193	
	Informativa 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	117-118	
	Informativa 305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	118	
	Informativa 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	196	

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
Rifiuti			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 306 Rifiuti 2020	Informativa 306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	120-123	
	Informativa 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	120-123	
	Informativa 306-3 Rifiuti generati	196	
	Informativa 306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	196	
	Informativa 306-5 Rifiuti conferiti in discarica	197	
Valutazione ambientale dei fornitori			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016	Informativa 308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	172-174	
Talent retention			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 401 Occupazione	GRI 401-1 Assunzione nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	140	
Salute e sicurezza dei lavoratori			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018	Informativa 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	134-135, 164	
	Informativa 403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	134-135, 164	
	Informativa 403-3 Servizi per la salute professionale	134-135, 164	
	Informativa 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	134-135, 164	
	Informativa 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	134-135, 164	
	Informativa 403-6 Promozione della salute dei lavoratori	134-135, 164	
	Informativa 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	134-135, 164	
	Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro	134-135, 164, 198	
	Informativa 403-10 Malattia professionale	134-135, 164	
Diversità e pari opportunità			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 405 Diversità e pari opportunità	Informativa 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	133,199	

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
Non discriminazione			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 406 Non discriminazione	Informativa 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	199	
Valutazione sociale dei fornitori			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 414 Valutazione sociale dei fornitori	Informativa 414-2 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	172-174	
Privacy dei clienti			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	63-79	
GRI 418 privacy dei clienti	Informativa 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	199	
Impatti sulla perdita di biodiversità			
GRI 101: Biodiversity 2024	GRI 101-1 Policy per arrestare e invertire la perdita di biodiversità	158-163	
Materiali utilizzati per peso o volume			
GRI 301: Materials 2017	GRI 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	122	
Condizioni di lavoro			
GRI 404: Training and Education 2016	GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	198	

Informativa 2-7 Dipendenti

Le cifre sono da considerarsi per i soli lavoratori dipendenti al 31.12.2025. I dipendenti appartenenti alla regione geografica Italia sono imputabili alle aziende presenti sul territorio italiano, la ragione sociale Rilievi India ha dipendenti situati nella regione geografica India (Mumbai) mentre la ragione sociale HModa France ha dipendenti situati in Francia. La variazione dei dipendenti è imputabile alle nuove acquisizioni aziendali.

2025

Numero totale di dipendenti per genere e area geografica	u.m	M	F	Altro	Non dichiarato	Totale
Italia	n	814	1.160	0	0	1.974
Estero - India+Francia	n	276	85	0	0	361
Numero totale di dipendenti	n	1.090	1.245	0	0	2.335

2025

Numero totale di dipendenti per tipologia di contratto di lavoro e genere	u.m	M	F	Altro	Non dichiarato	Totale
Numero di dipendenti permanenti (DTI) - di cui Full Time	n	759	936	0	0	1.695
Numero di dipendenti permanenti (DTI) - di cui Part Time	n	6	50	0	0	56
Numero di dipendenti permanenti (DTI)	n	765	986	0	0	1.751
Numero di dipendenti a contratto determinato (DTD) - di cui Full Time	n	270	185	0	0	455
Numero di dipendenti a contratto determinato (DTD) - di cui Part Time	n	2	5	0	0	7
Numero di dipendenti a contratto determinato (DTD)	n	272	190	0	0	462
Numero di dipendenti con contratto di apprendistato - di cui Full Time	n	53	69	0	0	122
Numero di dipendenti con contratto di apprendistato - di cui Part Time	n	0	0	0	0	0
Numero di dipendenti con contratto di apprendistato	n	53	69	0	0	122
Numero di dipendenti - di cui Full Time	n	1.082	1.190	0	0	2.272
Numero di dipendenti - di cui Part Time	n	8	55	0	0	63
Numero totale di dipendenti	n	1.090	1.245	0	0	2.335

Informativa 2-8 Lavoratori non dipendenti

	Collaboratori e Amministratori	Tirocinanti	Lavoratori interinali/Somministrati	Totale
n. totale dei lavoratori non dipendenti	28	18	26	72

La forza lavoro del Gruppo comprende diverse tipologie di lavoratori non dipendenti che contribuiscono attivamente alle attività dell'organizzazione:

- **Collaboratori:** sono generalmente gli imprenditori rimasti in azienda con un ruolo direzionale, offrono la loro esperienza e competenza della gestione dei business;
- **Tirocinanti Extra-Curricolari:** operano in diversi reparti, imparando l'arte di numerose lavorazioni e fornendo un supporto fondamentale alle operazioni aziendali;
- **Lavoratori interinali/Somministrati:** contribuiscono alla gestione del flusso di lavoro durante i periodi di picco dell'attività e sovente vengono assunti come lavoratori dipendenti.

Il numero totale dei lavoratori non dipendenti al 31.12.2025 è di 72.

Informativa 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale

Nel calcolo della retribuzione dei lavoratori è stato preso in considerazione esclusivamente il personale dipendente in forza al 31 dicembre 2025. Le altre tipologie di lavoratori, nonché coloro che hanno cessato il rapporto di lavoro prima di tale data, non sono stati inclusi poiché non hanno maturato il 100% della retribuzione annua a causa dell'uscita dall'azienda prima della fine dell'anno. Di conseguenza, tali lavoratori potrebbero non aver ottenuto premi o altri benefit riservati a chi rimane in forza per l'intero anno.

È stato creato un aggregato comprendente tutti i lavoratori, successivamente suddiviso in:

- Lavoratori dipendenti
- Lavoratori non dipendenti, amministratori e collaboratori

Dal calcolo della retribuzione variabile sono stati esclusi:

- I lavoratori di Rilievi India, poiché sottostanno a una legislazione differente e non possono essere paragonati con gli equivalenti italiani;
- I lavoratori interinali, in quanto non sono dipendenti delle società del Gruppo, ma di società esterne con cui il Gruppo ha rapporti commerciali;
- Gli stagisti, poiché il loro servizio non è configurabile come lavoro dipendente, ma come periodo di formazione. Per questi, il rimborso spese può variare da azienda ad azienda in quanto il minimo di rimborso spese è stabilito dalle regioni di appartenenza;

- Gli amministratori ed i collaboratori delle società del Gruppo, ove i dati dei compensi non siano stati comunicati dalle aziende.

I dati retributivi dei lavoratori che hanno iniziato la loro prestazione di servizio presso le società nel corso del 2025 sono stati riparametrati al fine di ottenere un importo equivalente a una retribuzione annua completa.

La parte variabile della retribuzione differisce da azienda a azienda, in quanto l'attribuzione di bonus ai lavoratori è una scelta aziendale, comportando così possibili variazioni significative tra le diverse imprese.

Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti

Non conformità a leggi e normative	u.m.	2025
Casi in cui il Gruppo è incorso in una sanzione monetaria	n	0
Casi in cui il Gruppo ha ricevuto una sanzione non monetaria	n	0
Numero totale di casi di non conformità a leggi e normative	n	0

Informativa 2-28 Appartenenza ad associazioni

HModa è associata tramite la holding principale HIND a United Nation Global Compact, Unione Industriali di Torino, Sistema Moda Italia, Confindustria (tramite le aziende Famar, Valmor). Holding Moda ha inoltre aderito al Monitor for Circular Fashion promosso da SDA Bocconi e a Slow Fiber.

Informativa 201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici

L'importo del TFR è legato allo stipendio del lavoratore, il quale ogni matura una determinata somma accantonata dal proprio datore di lavoro. Si tratta in pratica di una retribuzione differita riconosciuta al dipendente per ogni mese di lavoro, in quanto non viene pagata subito ma quando si interrompe il rapporto lavorativo con l'azienda. Spesso il TFR viene anche chiamato comunemente liquidazione, indicando il pagamento del trattamento di fine rapporto da parte del datore di lavoro, quando effettua la liquidazione del TFR in base a quanto maturato dal lavoratore fino a quel momento. Il TFR viene pagato quando avviene la cessazione del rapporto di lavoro, a prescindere dalla motivazione. Questo emolumento, infatti, viene corrisposto in tutti i seguenti casi:

- Licenziamento del lavoratore
- Dimissioni volontarie del dipendente
- Raggiungimento dell'età pensionabile

In queste circostanze il lavoratore ha diritto a ricevere il compenso maturato; quindi, il datore di lavoro deve realizzare il calcolo del TFR e versare quando dovuto al dipendente. La rivalutazione del TFR avviene su base annuale, tenendo conto di una serie di indici di riferimento previsti dalle normative di legge. La somma però viene maturata mensilmente, quindi i lavoratori devono ricevere il TFR anche se hanno prestato servizio per un periodo inferiore a 12 mesi. Il calcolo del TFR prevede

innanzitutto il conteggio della retribuzione annua, un valore da dividere per un coefficiente di 13,5. Successivamente l'importo ottenuto è soggetto alla rivalutazione del TFR in base all'inflazione registrata durante l'anno. Per farlo si impiegano appositi indici, con una rivalutazione standard del 75% rispetto all'inflazione rilevata dall'Istat. A questa somma bisogna poi aggiungere un tasso fisso dell'1,5%, ottenendo dunque il valore del trattamento di fine rapporto spettante al lavoratore. Le due opzioni per un lavoratore dipendente sono lasciare il TFR in azienda o investirlo in un fondo pensione. Entro sei mesi dall'assunzione, infatti, il lavoratore deve decidere come gestire questo emolumento, aderendo a un fondo complementare pensionistico oppure tenendo l'importo maturato all'interno dell'azienda. Nel primo caso si tratta di una scelta che non può essere revocata, nel secondo invece è possibile decidere successivamente di destinare il TFR a un fondo complementare. Quando il TFR viene lasciato in azienda, se l'impresa ha meno di 50 dipendenti è il datore di lavoro responsabile della gestione dell'emolumento, mentre per le attività con più di 50 dipendenti il TFR viene conferito automaticamente al Fondo di Tesoreria dell'INPS. In questo caso viene applicata una tassazione di almeno il 23%, rendendo poco attrattivo mantenere il TFR nell'impresa al giorno d'oggi, considerando anche la rivalutazione minima obbligatoria piuttosto bassa (1,5% fisso più 75% del tasso di inflazione rilevato dall'Istat). Molti dipendenti infatti scelgono di aderire a un fondo pensione, utilizzando il TFR maturato per versare i contributi periodici. Si tratta di una forma di previdenza complementare, con la possibilità di ricevere al raggiungimento dell'età pensionabile il pagamento del capitale in un'unica soluzione oppure tramite una rendita. Inoltre, nei fondi pensione il TFR può rivalutarsi in modo maggiore rispetto ai minimi di legge, oltre a beneficiare di una tassazione agevolata; tuttavia, è fondamentale scegliere con attenzione i fondi giusti con il supporto di un consulente esperto¹³.

Informativa 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo

Nel 2025 il Gruppo non ha beneficiato di alcuna forma di assistenza dal governo.

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

Al 31.12.2025 il 100% dei principals delle aziende Holding Moda risultano essere a livello locale, ovvero sono della stessa nazionalità del paese in cui lavorano (Italia e, esclusivamente per Rilievi India, India, per HModa France, Francia).

A differenza dell'anno di rendicontazione precedente, in cui i principals rendicontati facevano diretto riferimento agli imprenditori delle aziende, per l'anno in corso risulta significativo riportare i dirigenti, ossia i senior manager assunti direttamente dalle Società del Gruppo.

¹³ <https://quifinanza.it/lavoro/come-funziona-il-tfr-calcolo-tassazione-e-liquidazione/595878/>

Informativa 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali

Le aziende sono strettamente legate al territorio italiano in cui operano, sia per quanto riguarda i fornitori a monte sia per quelli a valle.

Paese	Percentuale approvvigionamento
EU	9%
Extra EU	5%
Italia	87%
Totale	100%

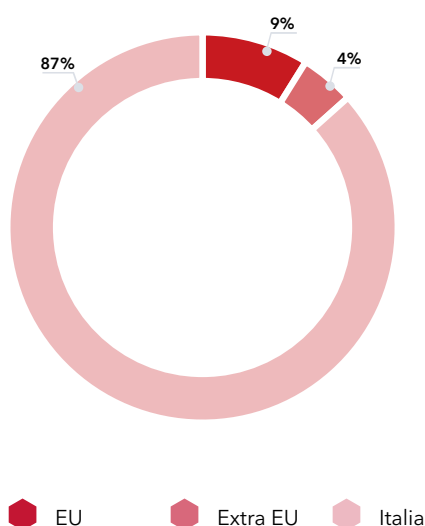


Figura 12: Grafico - Holding Moda distribuzione geografica dei fornitori a monte in base al valore economico.

Informativa 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione

Il numero di membri dell'organo di governo e dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione è pari a 0. A tutti i membri del CdA sono state comunicate le normative e le procedure anticorruzione del Gruppo, il codice etico è condiviso con tutti i dipendenti ed è esposto in tutte le aziende, nonché sul sito internet, dove è consultabile anche dai partner aziendali.

Informativa 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate

Incidenti confermati di corruzione

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

Incidenti confermati di corruzione

Numero totale di incidenti confermati per i quali sono stati rescissi o non sono stati rinnovati contratti stipulati con partner aziendali a causa di violazioni correlate a corruzione.	0
Casi legali di dominio pubblico riguardanti corruzione intentati contro l'organizzazione o suoi dipendenti durante il periodo di rendicontazione e gli esiti di tali casi.	0

Informativa 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione

Consumo totale di combustibili nell'organizzazione derivanti da fonti di energia non rinnovabile, in joule o multipli, e includendo i tipi di combustibili utilizzati	91.449,15
i. Consumo di benzina	1.284,09
ii. Consumo di gasolio	8.934,50
iii. Consumo di gas naturale	81.230,56
Consumo totale di combustibili nell'organizzazione derivanti da fonti di energia rinnovabile, in joule o multipli, e includendo i tipi di combustibili utilizzati	418,36
i. Consumo di Bio diesel	-
ii. Consumo di HVO	418,36
In joule, wattora o multipli, il totale dei seguenti consumi:	33.398,83
i. Consumo di energia elettrica	37.916,08
ii. Consumo di energia di riscaldamento	-
iii. Consumo di energia di raffreddamento	-
iv. Consumo di energia di vapore	-
In joule, wattora o multipli, il totale delle seguenti energie:	n.d.
i. Energia elettrica venduta	n.d.
ii. Energia di riscaldamento venduta	-
iii. Energia di raffreddamento venduta	-
iv. Energia di vapore venduta	-
Il consumo totale di energia interno all'organizzazione, in joule o multipli.	129.791,67
Fonte dei fattori di conversione utilizzati	DEFRA 2025

Informativa 302-3 Intensità energetica

L'intensità energetica 2025 di Holding Moda ammonta a 0,00049 GJ consumati/fatturato. Nel calcolo dei kWh si è preso in considerazione l'intero fabbisogno di energia elettrica, gas naturale e carburante nell'anno.

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

In tutte le aziende HModa l'acqua viene impiegata ai soli fini sanitari che sono equiparabili al consumo ad uso domestico. Prelievo idrico e scarico sono normati da quanto previsto dall'acquedotto regionale per ciascuna azienda. Le aziende Beste e Manrico invece dispongono di processi ad acqua ed è dotata di un depuratore di cui si riportano i consumi nel 2025.

Informativa 303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua

Tutta l'acqua che viene acquistata viene scaricata in fognatura. Prelievo idrico e scarico sono normati da quanto previsto dall'acquedotto regionale per ciascuna azienda.

Informativa 303-3 Prelievo idrico

Holding Moda preleva acqua al 100% dall'acquedotto, la quantità di acqua totale prelevata è pari a 306,45 ML ed appartiene interamente alla categoria "Altra acqua". Si riporta inoltre che il prelievo idrico avviene da aree a forte stress idrico.

Informativa 303-4 Scarico idrico

Scarico idrico totale in tutte le aree in megalitri e ripartizione di tale totale per i seguenti tipi di destinazione, se applicabile: • Acque superficiali; • Acque sotterranee; • Acqua di mare; • Acqua di terze parti e il volume di questo totale inviato per l'uso ad altre organizzazioni	0
Una ripartizione dello scarico totale di acqua da ciascuna delle fonti elencate nelle Informative 303-3-a e 303-3-b in mega litri per le seguenti categorie: • Acqua dolce (>1.000 mg/L di solidi totali disciolti); • Altra acqua (>1.000 mg/L di solidi totali disciolti).	0

Informativa 303-5 Consumo idrico

Totale del consumo idrico in tutte le aree in megalitri utilizzati	306,45
Totale del consumo idrico in tutte le aree soggette a stress idrico in megalitri	306,45
Modificazioni nello stoccaggio idrico in megalitri, se tale operazione risulta avere un impatto significativo in relazione alle risorse idriche	n.a.

Informativa 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)

L'intensità delle emissioni di gas a effetto serra calcolate sul fatturato è pari a:

0,00013 tCO₂e/euro fatturato (location-based)

0,00013 tCO₂e/euro fatturato (market-based)

Le emissioni incluse nel calcolo sono Scope 1, Scope 2 e Scope 3. Le emissioni Scope 3 comprendono le categorie beni e servizi acquistati, beni capitali, rifiuti generati dalle operazioni, spostamenti casa-lavoro, viaggi di lavoro e trasporti upstream. I fattori di conversione utilizzati sono: TERNA, AIB, DEFRA ed EPA secondo le più recenti versioni disponibili adottate per la rendicontazione 2025.

Informativa 306-4 Rifiuti non destinati allo smaltimento

Nel 2025 il Gruppo ha avviato a recupero complessivamente 1.005,17 tonnellate di rifiuti, di cui 981,92 tonnellate di rifiuti non pericolosi e 23,25 tonnellate di rifiuti pericolosi.

Le principali tipologie di rifiuti destinate a recupero sono rappresentate da carta e cartone, fibre tessili, plastiche, metalli, imballaggi misti e legno, che costituiscono i flussi derivanti dalle attività produttive e di supporto. Le restanti tipologie sono ricomprese nella categoria "Altri", che include, tra l'altro, apparecchiature fuori uso (RAEE), componenti elettronici, mozziconi di prodotti da fumo, gas in contenitori a pressione, rifiuti organici, imballaggi contaminati, solventi, oli esausti, pitture e vernici di scarto e altre tipologie residuali.

Rifiuti non destinati allo smaltimento	Non Pericolosi (t)	Pericolosi (t)	Totale (t)
Carta e cartone	422,41	0	422,41
Fibre tessili	278,74	0,73	279,47
Plastiche	139,49	0	139,49
Metalli	47,24	0,09	47,33
Imballaggi misti	39,54	0	39,54
Legno	32,01	0	32,01
Rifiuti liquidi	3,66	1,70	5,36
Materiali da costruzione	4,08	0,02	4,1
Assorbenti e materiali filtranti	0	4,29	4,29
Toner	0,24	0	0,24
Altri (comprensivi di RAEE)	14,50	16,42	30,92
Totale	981,92	23,25	1.005,17

Nella categoria "altro" rientrano:

- tra i rifiuti pericolosi: adesivi e sigillanti di scarti, assorbenti, materiali filtranti e imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose, estintori, tubi fluorescenti, miscele bituminose, carbone attivo esaurito e oli;

- tra i rifiuti non pericolosi: imballaggi misti e rifiuti delle operazioni di confezionamento e ripulitura, rifiuti ingombranti e materiali da costruzione a base di gesso.

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

Informativa 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento

Nel 2025 il Gruppo ha destinato a smaltimento 125,94 tonnellate di rifiuti, di cui 118,61 tonnellate di rifiuti non pericolosi e 7,33 tonnellate di rifiuti pericolosi.

I principali flussi destinati a smaltimento sono costituiti da rifiuti derivanti dalle operazioni di confezionamento e finitura, rifiuti indifferenziati, imballaggi misti, rifiuti liquidi e, per la componente pericolosa, da materiali da costruzione contenenti sostanze pericolose, assorbenti e materiali filtranti contaminati e altre tipologie residuali ricomprese nella categoria "Altri".

Rifiuti destinati allo smaltimento	Non Pericolosi (t)	Pericolosi (t)	Totale (t)
Altri	57,87	2,3	60,17
Fibre tessili	51,78	0	51,78
Imballaggi misti	5,96	0	5,96
Rifiuti liquidi	2,94	0,31	3,25
Materiali da costruzione	0	3,09	3,09
Assorbenti e materiali filtranti	0	1,62	1,62
Metalli	0,06	0	0,06
Totale	118,61	7,33	125,94

Nella categoria "altro" rientrano:

- tra i rifiuti pericolosi: adesivi e sigillanti di scarti contenenti residui di sostanze pericolose, materiali filtranti, altri materiali isolante, carbone attivo esaurito e imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze;
- tra i rifiuti non pericolosi: rifiuti indifferenziati o da materiali compositi e soluzioni acquose di scarto, rifiuti da operazioni di confezionamento e finitura.

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

Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro

Di seguito si riporta il dettaglio degli infortuni registrati per i lavoratori non dipendenti.

Infortuni sul lavoro	Numero infortuni	Tasso di infortuni (%)
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2025	-	-
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2025	-	-
Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2025	0	0
Infortuni registrati in itinere nel corso del 2025	0	0
Numero ore lavorate	131.904	

Si precisa che nel perimetro 'non dipendenti' rientrano sia i collaboratori che i lavoratori somministrati. I collaboratori, avendo un rapporto di natura autonoma, non sono soggetti alla rilevazione oraria; i lavoratori somministrati, essendo dipendenti delle agenzie di somministrazione, non sono tenuti a comunicare direttamente all'azienda il dettaglio delle ore lavorate, salvo diversa disposizione prevista nei contratti in essere tra le agenzie e le aziende del Gruppo. Pertanto, non disponendo di dati puntuali per tutte le Società, il valore riportato per le ore lavorate è una stima basata sull'ipotesi che ogni lavoratore non dipendente in forza al 31.12.2025 abbia lavorato 8 ore per 229 giorni lavorativi.

Informativa 404-1 Formazione e istruzione

Ore medie di formazione annua per dipendente	Numero medio di ore di formazione
Per genere	
Maschi	4
Femmine	4
Per tipologia di dipendenti	
Dirigenti	2
Quadri	6
Impiegati	5
Intermedi	10
Operai	3

Le ore medie di formazione sono state calcolate rapportando il totale delle ore di formazione obbligatoria e non obbligatoria erogate nel corso del 2025 al numero di dipendenti in forza al 31.12.2025. L'indicatore è presentato con dettaglio per genere e categoria professionale.

Informativa 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti

Categoria di diversità	Organi di governance (%)
Genere	
Maschi	66,67
Femmine	33,33
Fascia di età	
Sotto i 30 anni	0
Tra i 30 e i 50 anni	33,33
Oltre i 50 anni	66,67

Informativa 406-1 Episodi di discriminazione e le azioni correttive adottate

Numero totale di episodi di discriminazione confermati	0
--	---

Informativa 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati

Reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti o perdita di loro dati	
Numero totale di fondati reclami ricevuti da terze parti e comprovati dall'organizzazione	0
Numero totale di fondati reclami ricevuti da organi normativi	0

6.2 Interoperabilità GRI-ESRS

Nel corso del 2025, HModa ha continuato il percorso volontariamente e in via anticipata di avvicinamento alle direttive della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), già avviato nel corso del 2024.

Questa iniziativa riflette il nostro impegno proattivo verso una maggiore trasparenza e un'evoluzione delle nostre pratiche di rendicontazione di sostenibilità. A tal fine, abbiamo avviato un'analisi preliminare degli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), proposti dall'EFRAG, al fine di comprenderne la struttura, i requisiti nonché le nuove aree di disclosure che richiederanno la nostra attenzione nelle prossime rendicontazioni. La tabella che segue è frutto di questo primo approfondimento e illustra, ove possibile, una prima panoramica delle aree di interoperabilità tra gli attuali indicatori GRI (Global Reporting Initiative) contenuti nel nostro Content Index e le nuove metriche ESRS. Attraverso l'elaborazione dell'analisi di doppia materialità, abbiamo condotto una gap analysis mirata a identificare le informazioni da integrare o le aree che necessitano di un maggiore sviluppo per allinearci ai futuri requisiti che consentiranno ai nostri prossimi bilanci di sostenibilità di evolversi. Con la presente mappatura, intendiamo condividere con i nostri stakeholder le direzioni su cui stiamo già lavorando attivamente, sui ci stiamo formando e in cui desideriamo dimostrare il nostro impegno nell'adozione delle nuove metodologie di rendicontazione e nel rafforzamento delle nostre performance di sostenibilità. Siamo pienamente consapevoli che il quadro normativo relativo agli ESRS è in continua evoluzione e soggetto ad aggiornamenti, come dimostrato dai recenti sviluppi e dalle future implementazioni. Per questo motivo, il parallelismo tra i nostri indicatori GRI e gli ESRS qui presentato non ha la pretesa di essere esaustivo o definitivo. Si tratta piuttosto di un esercizio esplorativo, volto a identificare le potenziali aree di sovrapposizione e interoperabilità tra gli standard che attualmente adottiamo e quelli che diventeranno il riferimento per la rendicontazione di sostenibilità in Europa. Il nostro obiettivo è informare gli stakeholder sul nostro approccio metodologico e sulle direzioni di lavoro intraprese, riconoscendo la complessità del contesto e la necessità di adattamenti continui nel nostro percorso di allineamento. La tabella seguente è stata elaborata sulla base del documento "GRI-ESRS Interoperability Index.pdf", disponibile sul sito ufficiale di EFRAG all'indirizzo: <https://www.efrag.org/en/sustainability-reporting/esrs-workstreams/interoperability>.

GRI disclosures and requirements	ESRS disclosure requirements
2-1 Organizational details	See requirements of Directive 2013/34/EU
2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	ESRS 1 5.1; ESRS 2 BP-1 §5 (a) and (b) i
2-3 Reporting period, frequency and contact point (2-3-a and 2-3-b)	ESRS 1 §73
2-4 Restatements of information	ESRS 2 BP-2 §13, §14 (a) to (b)
2-5 External assurance	See external assurance requirements of Directive (EU) 2022/2464
2-6 Activities, value chain and other business relationships	ESRS 2 SBM-1 §40 (a) i to (a) ii, (b) to (c), §42 (c)
2-7 Employees	ESRS 2 SBM-1 §40 (a) iii; ESRS S1 S1-6 §50 (a) to (b) and (d) to (e), §51 to §52
2-8 Workers who are not employees	ESRS S1 S1-7 §55 to §56
2-9 Governance structure and composition (2-9-a [for public-interest entities only], 2-9-b, 2-9-c-i, c-ii, c-v to c-viii)	ESRS 2 GOV-1 §21, §22 (a), §23; ESRS G1 §5 (b) See also corporate governance statement requirements of
2-10 Nomination and selection of the highest governance body	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
2-11 Chair of the highest governance body	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	ESRS 2 GOV-1 §22 (c); GOV-2 §26 (a) to (b); SBM-2 §45 (d); ESRS G1 §5 (a)
2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	ESRS 2 GOV-1 §22 (c) i; GOV-2 §26 (a); ESRS G1 G1-3 §18 (c)
2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	ESRS 2 GOV-5 §36; IRO-1 §53 (d)
2-15 Conflicts of interest	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
2-16 Communication of critical concerns	ESRS 2 GOV-2 §26 (a); ESRS G1 G1-1 AR 1 (a); G1-3 §18 (c)
2-17 Collective knowledge of the highest governance body	ESRS 2 GOV-1 §23
2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
2-19 Remuneration policies (2-19-a [for listed undertakings only] and 2-19-b)	ESRS 2 GOV-3 §29 (a) to (c); ESRS E1 §13 See also remuneration report requirements of Directive (EU) 2017/828 for listed undertakings

GRI disclosures and requirements	ESRS disclosure requirements
2-20 Process to determine remuneration <i>[for listed undertakings only]</i>	ESRS 2 GOV-3 §29 (e) See also remuneration report requirements of Directive (EU) 2017/828 for listed undertakings
2-21 Annual total compensation ratio <i>(2-21-a and 2-21-c)</i>	ESRS S1 S1-16 §97 (b) to (c)
2-22 Statement on sustainable development strategy	ESRS 2 SBM-1 §40 (g)
2-23 Policy commitments <i>(2-23-a-i and a-iv; 2-23-b, 2-23-d, 2-23-e, 2-23-f)</i>	ESRS 2 GOV-4; MDR-P §65 (b) to (c) and (f); ESRS S1 S1-1 §19 to §21, and §AR 14; ESRS S2 S2-1 §16 to §17, §19, and §AR 16; ESRS S3 S3-1 §14, §16 to §17 and §AR 11; ESRS S4 S4-1 §15 to §17, and §AR 13; ESRS G1 G1-1 §7 and §AR 1 (b)
2-24 Embedding policy commitments	ESRS 2 GOV-2 §26 (b); MDR-P §65 (c); ESRS S1 S1-4 §AR 35; ESRS S2 S2-4 §AR 30; ESRS S3 S3-4 §AR 27; ESRS S4 S4-4 §AR 27; ESRS G1 G1-1 §9 and §10 (g)
2-25 Processes to remediate negative impacts	ESRS S1 S1-1 §20 (c); S1-3 §32 (a), (b) and (e), §AR 31; ESRS S2 S2-1 §17 (c); S2-3 §27 (a), (b) and (e), §AR 26; S2-4 §33 (c); ESRS S3 S3-1 §16 (c); S3-3 §27 (a), (b) and (e), §AR 23; S3-4 §33 (c); ESRS S4 S4-1 §16 (c); S4-3 §25 (a), (b) and (e), §AR 23; S4-4 §32 (c)
2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	ESRS S1 S1-3 §AR 32 (d); ESRS S2 S2-3 §AR 27 (d); ESRS S3 S3-3 §AR 24 (d); ESRS S4 S4-3 §AR 24 (d); ESRS G1 G1-1 §10 (a); G1-3 §18 (a)
2-27 Compliance with laws and regulations	ESRS 2 SMB-3 §48 (d); ESRS E2 E2-4 §AR 25 (b); ESRS S1 S1-17 §103 (c) to (d) and §104 (b); ESRS G1 G1-4 §24 (a)
2-28 Membership associations	'Political engagement' is a sustainability matter for G1 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity-specific metric to be disclosed according to ESRS 1 §11 and pursuant to MDR-M.

GRI disclosures and requirements	ESRS disclosure requirements
2-29 Approach to stakeholder engagement	ESRS 2 SMB-2 §45 (a) i to (a) iv; ESRS S1 S1-1 §20 (b); S1-2 §25, §27 (e) and §28; ESRS S2 S2-1 §17 (b); S2-2 §20, §22 (e) and §23; ESRS S3 S3-1 §16 (b); S3-2 §19, §21 (d) and §22; ESRS S4 S4-1 §16 (b); S4-2 §18, §20 (d) and §21
2-30 Collective bargaining agreements	ESRS S1 S1-8 §60 (a) and §61
3-1 Process to determine material topics	ESRS 2 BP-1 §AR 1 (a); IRO-1 §53 (b) ii to (b) iv
3-2 List of material topics	ESRS 2 SBM-3 §48 (a) and (g)
3-3 Management of material topics	ESRS 2 SBM-1 §40 (e); SBM-3 §48 (c) i and (c) iv; MDR-P, MDR-A, MDR-M, and MDR-T; ESRS S1 S1-2 §27; S1-4 §39 and AR 40
	(a); S1-5 §47 (b) to (c); ESRS S2 S2-2 §22; S2-4 §33, §AR 33 and §AR 36 (a); S2-5 §42 (b) to (c); ESRS S3 S3-2 §21; S3-4 §33, §AR 31, §AR 34 (a); S3-5 §42 (b) to (c); ESRS S4 S4-2 §20, S4-4 §31, §AR 30, and §AR 33 (a); S4-5 §41 (b) to (c) See below for additional linkages to specific topics.
201-1 Direct economic value generated and distributed	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	ESRS 2 SBM-3 §48 (a), and (d) to (e); ESRS E1 §18; E1-3 §26; E1-9 §64
201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
201-4 Financial assistance received from government	This topic is not covered by the list of sustainability matters in ESRS 1 AR §16.
202-2 Proportion of senior management hired from the local community	'Communities' economic, social and cultural rights' is a sustainability matter for S3 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity- specific metric to be disclosed

GRI disclosures and requirements	ESRS disclosure requirements
204-1 Proportion of spending on local suppliers	'Communities' economic, social and cultural rights' is a sustainability matter for S3 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity-specific metric to be disclosed according to ESRS 1 §11 and pursuant to MDR-M.
205-1 Operations assessed for risks related to corruption	ESRS G1 G1-3 §AR 5
205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	ESRS G1 G1-3 §20, §21 (b) and (c) and §AR 7 and 8
205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	ESRS G1 G1-4 §25
302-1 Energy consumption within the organization (302-1-a, b, c, e and g)	ESRS E1 E1-5 §37; §38; §AR 32 (a), (c), (e) and (f)
302-3 Energy intensity	ESRS E1 E1-5 §40 to §42
303-1 Interactions with water as a shared resource	ESRS 2 SBM-3 §48 (a); MDR-T §80 (f); ESRS E3 §8 (a); §AR 15 (a); E3-2 §15, §AR 20
303-2 Management of water discharge-related impacts (303-2-iv)	ESRS E2 E2-3 §24
303-3 Water withdrawal	'Water withdrawals' is a sustainability matter for E3 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity-specific metric to be disclosed according to ESRS 1 §11 and pursuant to MDR-M.
303-4 Water discharge	'Water discharges' is a sustainability matter for E3 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity-specific metric to be disclosed according to ESRS 1 §11 and pursuant to MDR-M.
303-5 Water consumption	ESRS E3 E3-4 §28 (a), (b), (d) and (e)
305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	ESRS E1 E1-4 §34 (c); E1-6 §44 (a); §46; §50; §AR 25 (b) and (c); §AR 39 (a) to (d); §AR 40; AR §43 (c) to (d)

GRI disclosures and requirements	ESRS disclosure requirements
305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	ESRS E1 E1-4 §34 (c); E1-6 §44 (b); §46; §49; §50; §AR 25 (b) and (c); §AR 39 (a) to (d); §AR 40; §AR 45 (a), (c), (d), and (f)
305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	ESRS E1 E1-4 §34 (c); E1-6 §44 (c); §51; §AR 25 (b) and (c); §AR 39 (a) to (d); §AR 46 (a) (i) to (k)
305-4 GHG emissions intensity	ESRS E1 E1-6 §53; §54; §AR 39 (c); §AR 53 (a)
306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	ESRS 2 SBM-3 §48 (a), (c) ii and iv; ESRS E5 E5-4 §30
306-2 Management of significant waste-related impacts (306-2-a and c)	ESRS E5 E5-2 §17 and §20 (e) and (f); E5-5 §40 and §AR 33 (c)
306-3 Waste generated	ESRS E5 E5-5 §37 (a), §38 to §40
306-4 Waste diverted from disposal (306-4-a, b, c, e)	ESRS E5 E5-5 §37 (b), §38 and §40
306-5 Waste directed to disposal (306-5-a, b, c, e)	ESRS E5 E5-5 §37 (c), §38 and §40
308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken (308-2-c)	ESRS 2 SBM-3 §48 (c) i and iv
401-1 New employee hires and employee turnover (401-1-b)	ESRS S1 S1-6 §50 (c)
403-1 Occupational health and safety management system (403-1-a)	ESRS S1 S1-1 §23
403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation (403-2-b)	ESRS S1 S1-3 §32 (b) and §33
403-3 Occupational health services	'Health and safety' and 'Training and skills development' are sustainability matters for S1 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity-specific metric to be disclosed according to ESRS 1 §11 and pursuant to MDR-M.
403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	
403-5 Worker training on occupational health and safety	

GRI disclosures and requirements	ESRS disclosure requirements
403-6 Promotion of worker health	'Social protection' is a sustainability matter for S1 covered by ESRS 1 §AR 16. Hence this GRI disclosure is covered by MDR-P, MDR-A, MDR-T, and/or as an entity-specific metric to be disclosed according to ESRS 1 §11 and pursuant to MDR-M.
403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	ESRS S2 S2-4 §32 (a)
403-9 Work-related injuries (403-9-a-i, a-iii, b-i, b-iii, c-iii, d, e)	ESRS S1 S1-4, §38 (a); S1-14 §88 (b) and (c); §AR 82
403-10 Work-related ill health (403-10-a-i, a-ii, b-i, b-ii, c-iii)	ESRS S1 S1-4, §38 (a); S1-14 §88 (b) and (d); §89; §AR 82
405-1 Diversity of governance bodies and employees (405-1-a-i and iii, 405-1-b)	ESRS 2 GOV-1 §21 (d); ESRS S1 S1-6 §50 (a); S1-9 §66 (a) to (b); S1-12 §79
406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	ESRS S1 S1-17 §97, §103 (a), §AR 103
414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken (414-2-c)	ESRS 2 SBM-3 §48 (c) i and iv
418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	ESRS S4 S4-3 §AR 23; S4-4 §35



6.3 Sintesi degli impatti ambientali e sociali delle nostre aziende



Con l'obiettivo di aumentare il livello di trasparenza e fornire una rappresentazione sempre più puntuale delle performance di sostenibilità del Gruppo, il Bilancio di Sostenibilità 2025 introduce una sezione dedicata alla sintesi degli impatti ambientali e sociali delle singole società che compongono il Gruppo HModa. Per ciascuna società vengono presentati i principali indicatori ambientali relativi ai consumi energetici e idrici, alle emissioni di gas a effetto serra, alla mobilità aziendale e alla gestione dei rifiuti. Parallelamente, vengono riportati alcuni indicatori sociali riguardanti la composizione della popolazione aziendale, la distribuzione per genere, la tipologia contrattuale, l'anzianità lavorativa e le principali caratteristiche dell'organico.

I dati riportati nelle tabelle fanno riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025 e sono stati raccolti secondo le metodologie descritte nella Nota Metodologica del presente Bilancio di Sostenibilità. Gli indicatori ambientali e sociali sono stati elaborati in coerenza con i GRI Standards adottati dal Gruppo e tenendo conto delle più recenti attività di interoperabilità tra GRI Standards ed European Sustainability Reporting Standards (ESRS), al fine di favorire una maggiore comparabilità e integrazione delle informazioni di sostenibilità.

Gli indicatori ambientali riportano i consumi di risorse, le emissioni e i rifiuti generati nel corso dell'esercizio 2025. Le emissioni di gas a effetto serra sono rendicontate secondo la metodologia descritta nel capitolo ambientale e includono, ove applicabile, le emissioni Scope 1, Scope 2 (location-based e market-based) e Scope 3. Eventuali valori pari a zero indicano l'assenza di consumi o impatti registrati nel periodo di rendicontazione oppure la non applicabilità dell'indicatore alla specifica società.

I dati sociali rappresentano invece una fotografia della popolazione aziendale alla data del 31 dicembre 2025 e descrivono la composizione dell'organico in termini di fascia di età, genere, tipologia contrattuale, anzianità lavorativa e regime orario di lavoro. I valori riportati fanno pertanto riferimento alla situazione in essere alla chiusura dell'esercizio e non alla media annua della popolazione aziendale.

Uno Maglia

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Uno Maglia	489.857	136.821	5.785	2.987

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	H VO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Uno Maglia	230	34.629	363	0	90

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Uno Maglia	101	150	0	3.090	3.341	3.191

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	53	0
Pericoloso	0	0
Totale	53	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Uno Maglia	31	19	32	45	10	137

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Uno Maglia	114	23	137

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	8	1	9
DTD	7	1	8
DTI	99	21	120
Totale	114	23	137

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Uno Maglia	65	39	14	6	9	4	0	137

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	106	23	129
Part-time	8	0	8
Totale	114	23	137

Alex&Co

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Alex&Co	72.768	0	0	1.043

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Alex&Co	105	4.394	0	0	12

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Alex&Co	12	22	0	912	945	923

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	3	0
Pericoloso	0	0
Totale	3	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Alex&Co	8	3	6	10	6	33

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Alex&Co	27	6	33

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	3	1	4
DTD	2	0	2
DTI	22	5	27
Totale	27	6	33

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Alex&Co	17	7	4	5	0	0	0	33

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	23	6	29
Part-time	4	0	4
Totale	27	6	33

Albachiara

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Albachiara	168.014	45.730	0	565

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Albachiara	4.248	2.436	0	0	15

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Albachiara	15	51	0	460	526	475

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	4	0
Pericoloso	0	0
Totale	4	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Albachiara	5	12	14	27	5	63

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Albachiara	50	13	63

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	1	0	1
DTD	1	0	1
DTI	48	13	61
Totale	50	13	63

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Albachiara	37	8	8	6	4	0	0	63

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	48	13	61
Part-time	2	0	2
Totale	50	13	63

RBS

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
RBS	93.353	54.432	28.271	494

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
RBS	2.088	23.642	9.354	0	65

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
RBS	124	28,49	0	833	985	957

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	8	0
Pericoloso	0	0
Totale	8	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
RBS	7	4	9	20	3	43

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
RBS	35	8	43

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	1	0	1
DTD	1	0	1
DTI	33	8	41
Totale	35	8	43

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
RBS	24	10	6	1	1	1	0	43

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	34	8	42
Part-time	1	0	1
Totale	35	8	43

GAB Group

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
GAB Group	1.037.663	194.914	0	3.910

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
GAB Group	473	19.075	0	0	50

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
GAB Group	50	317	0	1.374	1.741	1.424

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	140	0
Pericoloso	7	1
Totale	147	1

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
GAB Group	65	76	89	77	8	315

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
GAB Group	171	144	315

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	9	4	13
DTD	5	3	8
DTI	157	137	294
Totale	171	144	315

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
GAB Group	296	15	4	0	0	0	0	315

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	171	144	315
Part-time	0	0	0
Totale	171	144	315

Project

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Project	160.310	35.644	0	777

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Project	1.588,32	40.547,67	0	0	108

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Project	108	49	0	1.324	1.481	1.432

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	45,715	0
Pericoloso	1,66	0
Totale	47,375	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Project	19	16	28	34	4	101

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Project	83	18	101

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	5	3	8
DTD	9	1	10
DTI	69	14	83
Totale	83	18	101

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Project	85	12	2	1	1	0	0	101

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	74	18	92
Part-time	9	0	9
Totale	83	18	101

Valmor

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Valmor	1.071.940	0	17.449	1.435

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Valmor	4380,04	10082,9	0	0	35

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Valmor	71	327	0	5.124	5.523	5.195

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	97	0
Pericoloso	1	0
Totale	98	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Valmor	36	43	54	57	17	207

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Valmor	108	99	207

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	3	1	4
DTD	17	11	28
DTI	88	87	175
Totale	108	99	207

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Valmor	163	17	7	3	12	5	0	207

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	107	98	205
Part-time	1	1	2
Totale	108	99	207

Famar

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Famar	92.736	100.152	14.062	632

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Famar	1.263,681181	13.708,43078	2.472,838038	0	38

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Famar	67	28	0	567	663	635

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	320	52
Pericoloso	1	0
Totale	321	52

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Famar	8	10	27	41	5	91

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Famar	82	9	91

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	2	1	3
DTD	10	3	13
DTI	70	5	75
Totale	82	9	91

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Famar	39	11	11	6	15	9	0	91

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	75	8	83
Part-time	7	1	8
Totale	82	9	91

Seriscreen

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Seriscreen	273.373	0	16.095	540

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Seriscreen	28	6.699	0	0	17

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Seriscreen	51	83	0	314	448	365

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	10,261	0,432
Pericoloso	6,079	0
Totale	16,34	0,432

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Seriscreen	5	12	5	8	1	31

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Seriscreen	8	23	31

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	1	1
DTD	0	0	0
DTI	8	22	30
Totale	8	23	31

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Seriscreen	10	15	3	0	0	3	0	31

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	8	23	31
Part-time	0	0	0
Totale	8	23	31

Rilievi Group

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Rilievi Group	61.475	0	13.221	512

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Rilievi Group	0	3.933	0	0	10

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Rilievi Group	37	19	0	203	260	241

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	2	0
Pericoloso	0	0
Totale	2	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Rilievi Group	9	10	11	12	4	46

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Rilievi Group	37	9	46

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	1	0	1
DTI	36	9	45
Totale	37	9	46

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Rilievi Group	22	10	8	2	4	0	0	46

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	35	9	44
Part-time	2	0	2
Totale	37	9	46

Rilievi India

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Rilievi India	190.035	0	0	157

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Rilievi India	0	3.933	0	0	10

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Rilievi India	10	141	141	154	295	295

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0	5,855
Pericoloso	0	0
Totale	0	5,855

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Rilievi India	64	186	87	19	0	356

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Rilievi India	81	275	356

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	65	202	267
DTI	16	73	89
Totale	81	275	356

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Rilievi India	320	14	17	5	0	0	0	356

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	81	275	356
Part-time	0	0	0
Totale	81	275	356

Il Ricetto del Ricamo

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Il Ricetto del Ricamo	5.189	0	1.149	154

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Il Ricetto del Ricamo	0	0	0	0	0

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Il Ricetto del Ricamo	2	2	2	101	105	106

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0	0
Pericoloso	0	0
Totale	0	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Il Ricetto del Ricamo	1	5	5	3	3	17

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Il Ricetto del Ricamo	17	0	17

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	1	0	1
DTI	16	0	16
Totale	17	0	17

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Il Ricetto del Ricamo	2	10	5	0	0	0	0	17

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	15	0	15
Part-time	2	0	2
Totale	17	0	17

Alkenium

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Alkenium	0	0	0	0

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Alkenium	0	0	0	0	0

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Alkenium	0	0	0	13	13	13

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0	0
Pericoloso	0	0
Totale	0	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Alkenium	0	0	1	3	0	4

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Alkenium	2	2	4

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	0	0	0
DTI	2	2	4
Totale	2	2	4

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Alkenium	4	0	0	0	0	0	0	4

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	2	2	4
Part-time	0	0	0
Totale	2	2	4

Punto Art

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Punto Art	131.018	0	6.804	139

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Punto Art	0	832,35	0	0	2

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Punto Art	16	40	58	60	117	134

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0,4	0
Pericoloso	0,1	0
Totale	0,4	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Punto Art	6	9	6	7	1	29

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Punto Art	23	6	29

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	2	0	2
DTD	1	0	1
DTI	20	6	26
Totale	23	6	29

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Punto Art	18	9	1	1	0	0	0	29

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	22	6	28
Part-time	1	0	1
Totale	23	6	29

Beste

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Beste	3.665.635	407.443	2.035.122	285.713

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Beste	21.499	62.815	0	0	206

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Beste	4.412	1.119	135	7.838	13.369	12.385

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	152,386	0,24
Pericoloso	4,914	3,407
Totale	157,3	3,647

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Beste	90	70	72	83	9	324

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Beste	141	183	324

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	23	33	56
DTD	15	15	30
DTI	103	135	238
Totale	141	183	324

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Beste	223	46	14	23	17	1	0	324

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	136	177	313
Part-time	5	6	11
Totale	141	183	324

Calzaturificio DEMA

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Calzaturificio DEMA	539.173	132.974	0	3.156

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Calzaturificio DEMA	2.121	5.384	0	0	18

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Calzaturificio DEMA	18	165	0	3.531	3.714	3.549

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	42,477	59,7
Pericoloso	0	3,08
Totale	42,477	62,78

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Calzaturificio DEMA	16	26	41	52	16	151

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Calzaturificio DEMA	40	111	151

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	6	9	15
DTI	34	102	136
Totale	40	111	151

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Calzaturificio DEMA	75	26	31	8	11	0	0	151

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	39	111	150
Part-time	1	0	1
Totale	40	111	151

Alinea

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Alinea	203.332	0	0	0

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Alinea	0	1.831	0	0	5

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Alinea	5	62	0	204	271	209

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0	0,3
Pericoloso	0	0
Totale	0	0,3

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Alinea	9	17	27	18	2	73

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Alinea	44	29	73

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	8	10	18
DTI	36	19	55
Totale	44	29	73

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Alinea	73	0	0	0	0	0	0	73

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	44	29	73
Part-time	0	0	0
Totale	44	29	73

Elledi

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Elledi	115.294	0	0	590

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Elledi	0	478,828	0	0	1

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Elledi	1	35	0	82	118	83

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	18,48	0
Pericoloso	0,85	0
Totale	19,33	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Elledi	18	15	26	28	7	94

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Elledi	64	30	94

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	1	2	3
DTD	35	14	49
DTI	28	14	42
Totale	64	30	94

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Elledi	85	9	0	0	0	0	0	94

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	60	30	90
Part-time	4	0	4
Totale	64	30	94

Taglionetto

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Taglionetto	0	0	0	0

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Taglionetto	0	0	0	0	0

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Taglionetto	0	0	0	22	22	22

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	1,089	0
Pericoloso	0,642	0
Totale	1,731	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Taglionetto	3	8	9	4	0	24

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Taglioneetto	20	4	24

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	2	0	2
DTD	0	0	0
DTI	18	4	22
Totale	20	4	24

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Taglioneetto	22	1	1	0	0	0	0	24

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	18	4	22
Part-time	2	0	2
Totale	20	4	24

Emmetierre

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Emmetierre	121.249	54.765	0	348

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Emmetierre	0	629,21	0	0	2

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Emmetierre	2	37	0	26	65	28

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0,249	0
Pericoloso	0,658	0
Totale	0,907	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Emmetierre	9	5	6	3	2	25

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Emmetierre	18	7	25

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	4	0	4
DTD	0	0	0
DTI	14	7	21
Totale	18	7	25

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Emmetierre	14	8	0	1	1	1	0	25

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	16	7	23
Part-time	2	0	2
Totale	18	7	25

Fast Pelle

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Fast Pelle	0	0	0	0

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Fast Pelle	0	0	0	0	0

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Fast Pelle	0	0	0	51	51	51

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	18,44	0
Pericoloso	0	0
Totale	18,44	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Fast Pelle	4	1	1	0	0	6

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Fast Pelle	0	6	6

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	0	0	0
DTI	0	6	6
Totale	0	6	6

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Fast Pelle	3	3	0	0	0	0	0	6

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	0	6	6
Part-time	0	0	0
Totale	0	6	6

Accademia HModa

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Accademia HModa	37.150	0	0	335

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Accademia HModa	0	0	0	0	0

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Accademia HModa	0	11	0	1	13	1

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0,001	0,067
Pericoloso	0	0
Totale	0,001	0,067

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Accademia HModa	0	2	0	0	0	2

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Accademia HModa	2	0	2

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	0	0	0
DTI	2	0	2
Totale	2	0	2

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Accademia HModa	2	0	0	0	0	0	0	2

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	1	0	1
Part-time	1	0	1
Totale	2	0	2

HModa France

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
HModa France	36.220	0	0	0

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
HModa France					

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
HModa France	0	2,56	0,85	5	7	5

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0	0
Pericoloso	0	0
Totale	0	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
HModa France	0	1	3	1	0	5

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
HModa France	4	1	5

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	1	0	1
DTI	3	1	4
Totale	4	1	5

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
HModa France	5	0	0	0	0	0	0	5

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	3	1	4
Part-time	1	0	1
Totale	4	1	5

Fustellificio Toscano

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Fustellificio Toscano	447.168	0	0	962

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Fustellificio Toscano	1.744	14.178		332	41

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Fustellificio Toscano	41	136	197	354	531	591

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	66	0
Pericoloso	0	0
Totale	66	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Fustellificio Toscano	20	20	15	9	1	65

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Fustellificio Toscano	17	48	65

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	4	6	10
DTD	3	3	6
DTI	10	39	49
Totale	17	48	65

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Fustellificio Toscano	40	12	3	2	7	1	0	65

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	17	48	65
Part-time	0	0	0
Totale	17	48	65

Manrico

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
Manrico	236.724	119.381	82.090	2.001

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
Manrico		5.604			14

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
Manrico	184	72	104	346	603	635

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0,26	0
Pericoloso	0,171	0
Totale	0,431	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
Manrico	7	14	14	19	5	59

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
Manrico	36	23	59

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	0	0	0
DTD	0	0	0
DTI	36	23	59
Totale	36	23	59

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
Manrico	41	4	1	1	11	1	0	59

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	35	23	58
Part-time	1	0	1
Totale	36	23	59

HModa

Impatti ambientali

Consumi energetici ed idrici

Società	Energia Elettrica Acquistata (kWh)	Autoconsumo da FV kWh	Gas (smc)	Acqua (m³)
HModa	0	0	0	0

Flotta

Società	Benzina (l)	Diesel (l)	HVO (l)	Metano (l)	Emissioni flotta (tonCO2e)
HModa	0	0	0	0	0

Emissioni

Società	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)	Totale emissioni location-based (tonCO2e)	Totale emissioni market-based (tonCO2e)
HModa	0	0	0	416	416	416

Rifiuti

Società	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Non pericoloso	0	0
Pericoloso	0	0
Totale	0	0

Impatti sociali

Dipendenti per fascia d'età

Società	dai 18 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	oltre 61 anni	Totale
HModa	17	12	3	2	0	34

Diversità di genere

Società	Femmine	Maschi	Totale
HModa	21	13	34

Tipologia di contratto

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	1	0	1
DTD	2	0	2
DTI	18	13	31
Totale	21	13	34

Anzianità lavorativa in azienda

Società	da 0 a 5 anni	da 6 a 10 anni	da 11 a 15 anni	da 16 a 20 anni	da 21 a 30 anni	da 31 a 40 anni	oltre i 41 anni	Totale
HModa	31	3	0	0	0	0	0	34

Full-time / Part-time

Tipologia contratto	Femmine	Maschi	Totale
Full-time	20	13	33
Part-time	1	0	1
Totale	21	13	34



6.4 Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità





HOLDING MODA S.R.L.

Relazione della società di revisione indipendente sui dati e le informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità 2025 richiamate nel "GRI Content Index"



EY S.p.A.
Via Tartini, 11
50144 Firenze

Tel: +39 055 552451
Fax: +39 055 5524850
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sui dati e le informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità 2025 richiamate nel “GRI Content Index”

Al Consiglio di Amministrazione di
Holding Moda S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“limited assurance engagement”) dei dati e delle informazioni contenute nell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità 2025 di Holding Moda S.r.l. e delle sue controllate (di seguito anche “il Gruppo Holding Moda” o “il Gruppo”) relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 (di seguito anche “Informativa GRI” o “Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità”).

Responsabilità degli Amministratori per l'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità 2025

Gli Amministratori di Holding Moda S.r.l. sono responsabili per la redazione dell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti dal GRI – Global Reporting Initiative (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un'Informativa GRI che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Holding Moda in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Management 1 (ISQM Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità dell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'“International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews

EY S.p.A.
Sede Legale: Via Meravigli, 12 – 20123 Milano
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 00187 Roma
Capitale Sociale Euro 3.000.000 i.v.
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited



of Historical Financial Information" (di seguito anche "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 l'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sull'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nell'Informativa GRI Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "2.4 Condivisione e generazione del valore" dell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Holding Moda S.r.l. e con il personale di Beste S.p.A. SB e GAB Group S.r.l. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione dell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di Gruppo
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nell'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- Per le società Beste S.p.A. SB e GAB Group S.r.l., 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 su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che l'Informativa GRI del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Holding Moda relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" e con riferimento alla sezione GRI Standard indicati nella sezione "6.1 GRI Content Index" del Bilancio di Sostenibilità 2025.

Firenze, 5 agosto 2026

EY S.p.A.

Andrea Eronidi
(Revisore Legale)

A conclusione di questo bilancio di sostenibilità vogliamo riservare uno speciale ringraziamento a tutte le Persone di Holding Moda e di Holding Industriale che hanno contribuito alla realizzazione del presente documento.

Un sentito ringraziamento va al Presidente Claudio Rovere e alla Direzione per essere stati i primi sponsor della sostenibilità e per averci permesso di realizzare questo progetto.

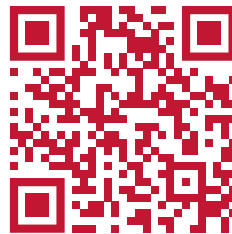
EY Spa - Revisori legali del bilancio di sostenibilità - Per la revisione del bilancio e per il supporto nell'individuazione delle migliori pratiche che spingono a migliorare ogni anno.

Gli stakeholder coinvolti nel processo per il loro continuo dialogo e i loro preziosi feedback, elementi cruciali per il miglioramento continuo delle nostre pratiche di sostenibilità.

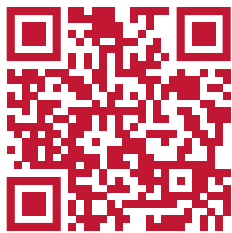
Grazie e al prossimo anno
Il Team HPlanet



Sito di Holding Moda



Instagram di Holding Moda



LinkedIn di Holding Moda



LinkedIn di Holding Industriale

