



Executive Summary Report di Sostenibilità 2023

Ermenegildo Zegna Group

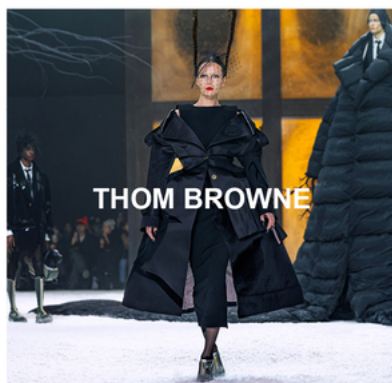
Il nostro Gruppo

Fondato nel 1910 a Trivero, in Italia, il Gruppo Ermenegildo Zegna (il “Gruppo”) è un’azienda del lusso globale leader nell’abbigliamento maschile di alta gamma. Oggi, detiene tre brand complementari, ZEGNA, Thom Browne e TOM FORD FASHION attraverso un accordo di licenza di lungo termine con The Estée Lauder Companies Inc.

Il fulcro del Gruppo è la sua *Filiera*, una piattaforma tessile unica nel suo genere, contraddistinta da un know-how industriale all’avanguardia che mette insieme artigianato italiano e innovazione per garantire l’eccellenza e la massima qualità.

A partire dalla fondazione del Gruppo Ermenegildo Zegna, uno dei valori principali è legato al senso di responsabilità verso le persone, la comunità e la natura. Al 31 Dicembre 2023, il Gruppo (incluso il segmento Tom Ford Fashion) conta 6,925 dipendenti¹ e ha un fatturato di €1,905 milioni

Ermenegildo Zegna Group



¹ La cifra non comprende 276 lavoratori interinali al 31 dicembre 2023.

I NOSTRI DIPENDENTI: DATI DEL 2023

Dipendenti del Gruppo

6,925

Dipendenti, escluso il segmento Tom Ford Fashion

6,374

61% donne

97% contratti a tempo indeterminato

37% dei nuovi dipendenti ha meno di 30 anni

46% delle posizioni dirigenziali è occupato da donne

LA NOSTRA CATENA DI FORNITURA E MATERIALI: DATI DEL 2023

I nostri fornitori

272 fornitori Tier 1

84 % del totale speso si realizza con fornitori Italiani

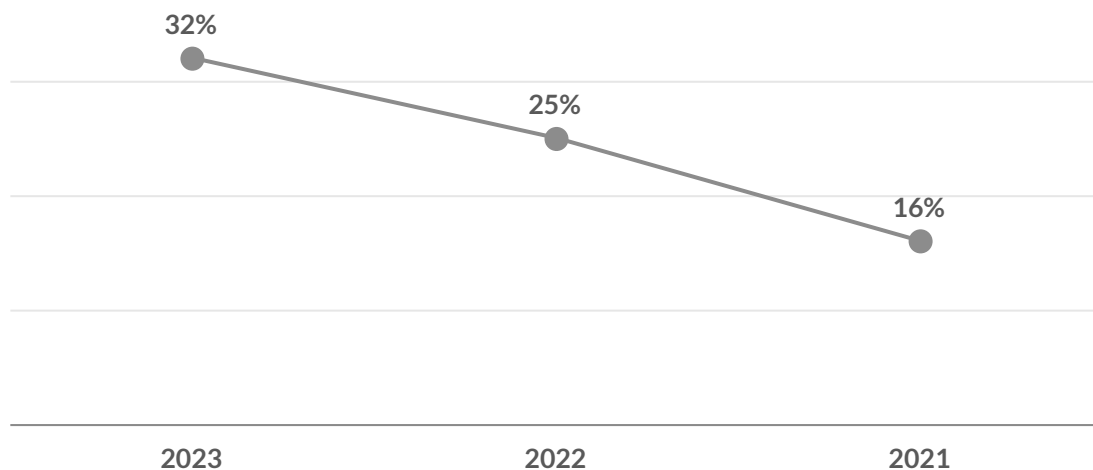
45 fornitori di materia prima e prodotti finali auditati

I nostri materiali

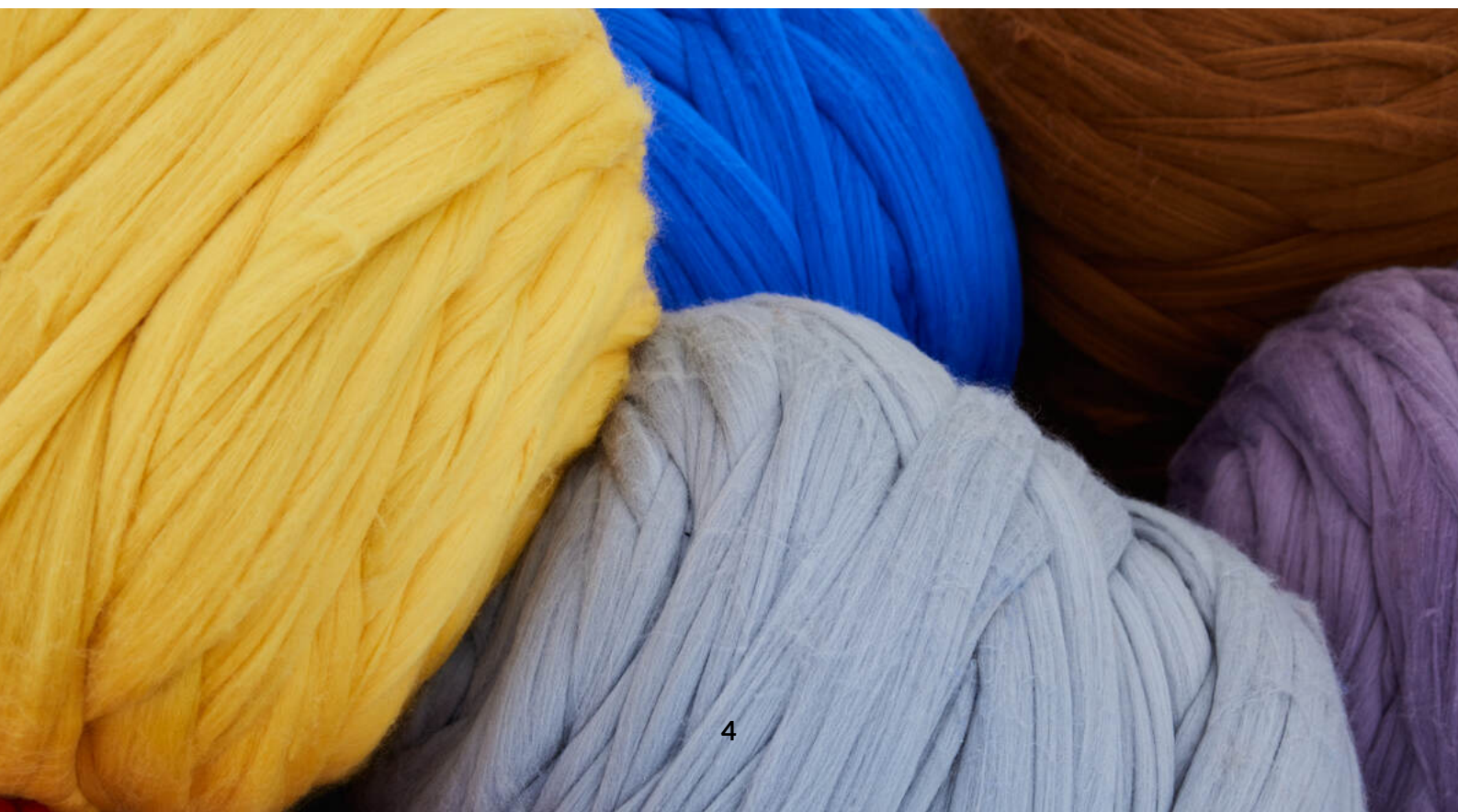
32 % di materia prima di alta priorità tracciabile e a minor impatto

IL NOSTRO IMPATTO AMBIENTALE

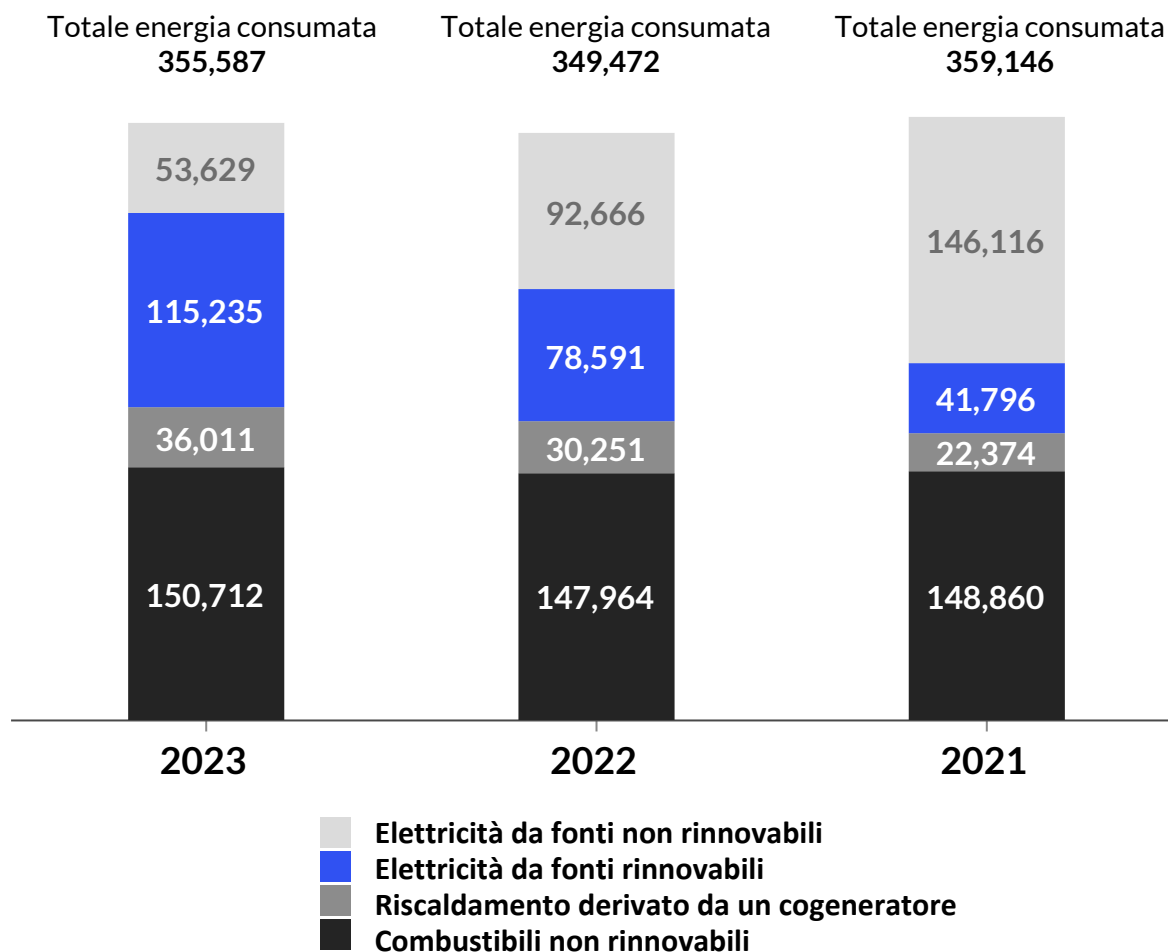
Trend delle materie prime più rilevanti tracciabili e a basso impatto ambientale



Nel 2023, le materie prime più rilevanti per il Gruppo (lana, cashmere, cotone, pelle, fibre cellulosiche artificiali, poliestere e lino) rappresentano circa il 72% del totale. Al 31 dicembre 2023, la percentuale di queste ultime provenienti da fonti tracciabili e a basso impatto ambientale è stata del 32%, grazie alle certificazioni internazionali come Authentico per la lana, Sustainable Fiber Alliance per il cashmere e Masters of Linen® e European Flax® per il lino. Questo risultato è in linea con l'obiettivo del Gruppo di raggiungere entro il 2026 il 50% di materie prime più rilevanti tracciabili dal paese di origine e provenienti da fonti a basso impatto ambientale.



ENERGIA UTILIZZATA DAL GRUPPO (GJ)

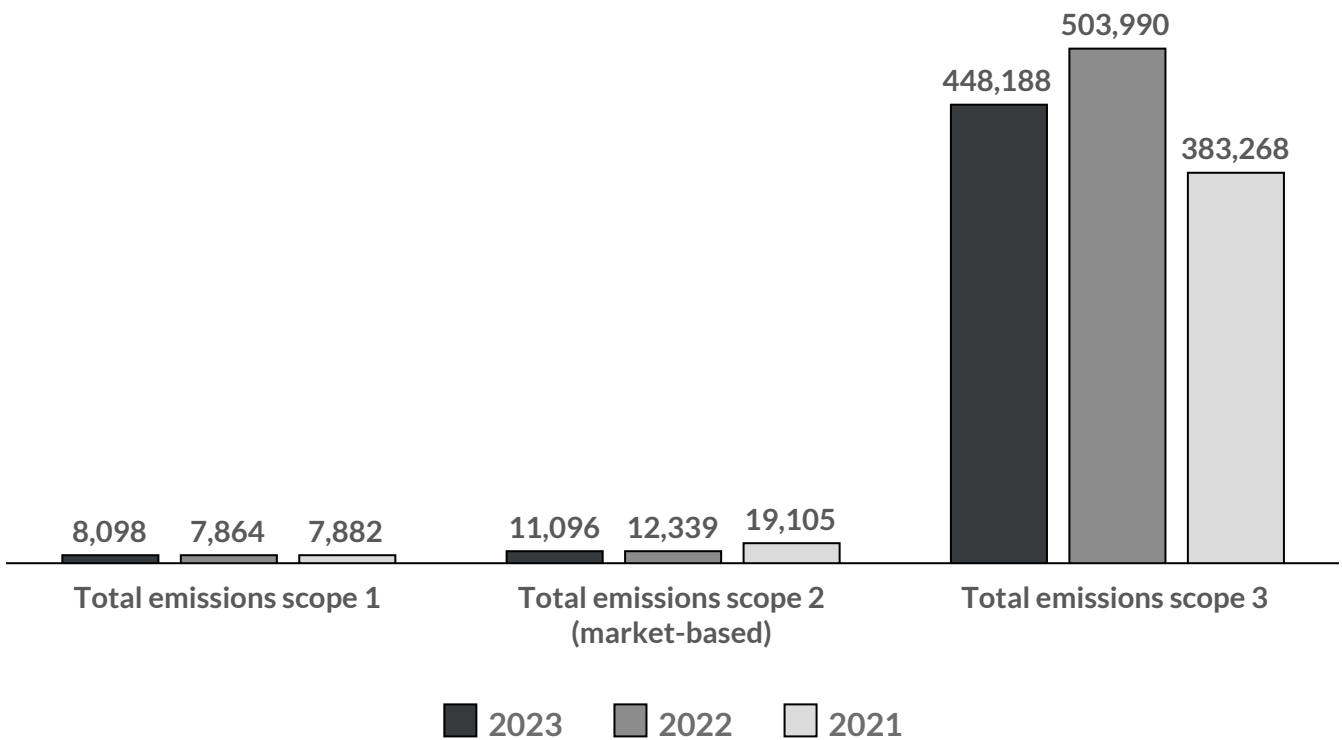


Per quanto concerne il nostro obiettivo di raggiungere il 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili in Europa e negli Stati Uniti entro il 2024, abbiamo conseguito progressi significativi raggiungendo il 97% nel 2023 (vs. 73% nel 2022 e 22% nel 2021). Nel 2023, a livello di Gruppo, il 68% (vs. il 46% nel 2022 e il 22% nel 2021) dell'energia elettrica è stata acquistata da fonti rinnovabili, avvicinandosi all'obiettivo del Gruppo di raggiungere il 100% di energia rinnovabile entro il 2027.

	Consumo elettrico (GJ)	Consumo elettrico proveniente da fonti rinnovabili (GJ)	%
Stati Uniti	6,964	5,994	86%
Europa	106,668	104,362	98%
Resto del mondo	55,232	4,879	9%
Totale	168,864	115,235	68%

Inoltre, il Gruppo ha inoltre compiuto progressi verso l'obiettivo di sostituire i veicoli in leasing, da veicoli a benzina a veicoli ibridi o elettrici plug-in, con una copertura del 36% nel 2023 (rispetto al 21% nel 2022), puntando di arrivare al 100% entro il 2025.

EMISSIONI – SCOPE 1, SCOPE 2 & SCOPE 3 (tCO₂e)



Nel 2023 le emissioni di CO₂e di scope 1 + scope 2 market based sono state pari a 19.194 tonnellate, con una riduzione delle emissioni del 5% rispetto al 2022.

Le emissioni di scope 1 del Gruppo, che nel 2023 sono leggermente aumentate rispetto al 2022, comprendono le emissioni derivanti dall'utilizzo di gas naturali, diesel, gasolio, benzina e GPL. Al contrario, le emissioni di scope 2, che includono l'uso di energia elettrica e calore acquistati, sono diminuite del 2% (approccio location-based) e del 10% (approccio market-based) rispetto al 2022. Ciò è dovuto ad una diminuzione del consumo di energia elettrica, simultaneamente ad una crescita della porzione di energia proveniente da fonti rinnovabili.

Nel 2023, considerando l'attribuzione di targets FLAG (Forest, Land and Agriculture) e non- FLAG e alla luce dell'acquisizione di Tom Ford International LLC il 28 aprile 2023, il Gruppo ha analizzato come questi fattori hanno influenzato le emissioni di scope 3 attraverso le diverse categorie di scope 3. Rispetto al risultato dell'analisi, le stime di scope 3

cat. 15 (investimenti) per le emissioni sono state ricalcolate per l'anno 2022 e per l'anno 2021, senza considerare Tom Ford International LLC come investimento. Inoltre, il Gruppo ha perfezionato l'approccio metodologico per il calcolo delle seguenti categorie: 3.1, 3.2, 3.8, 3.9 e 3.14 e conseguentemente aggiornato i dati per gli anni 2022 e 2021. Per i dati precedentemente comunicati relativi all'anno 2022 e all'anno 2021, fare riferimento al Report di Sostenibilità di Gruppo del 2022.

Complessivamente, le emissioni totali di Scope 3 del Gruppo sono diminuite dell'11% nel 2023 rispetto al 2022.

I beni e i servizi acquistati rappresentano l'89% delle emissioni totali di scope 3. Il 74% delle emissioni della categoria 1 nell'anno 2023 sono rappresentate da emissioni FLAG. Il trasporto e la distribuzione a monte rappresentano il 3% delle emissioni complessive, mentre le restanti categorie complessivamente rappresentano l'8%.

A close-up photograph of a wooden crate filled with spools of thread. The crate is made of light-colored wood and has a metal handle on the left side. The spools are arranged in rows, with blue spools in the foreground and orange spools in the background. The text "I nostri impegni" is overlaid in white serif font at the top left.

I nostri impegni

Il nostro impegno ESG e i 27 obiettivi

Il Gruppo ha presentato la sua strategia ESG nel maggio 2022, durante il Capital Markets Day. La strategia si concentra su 3 impegni, definiti in 27 obiettivi. La tabella seguente riporta sia gli obiettivi ESG con il 2023 come anno di raggiungimento degli stessi, che gli obiettivi ESG prefissati oltre il 2023 dove sono stati riscontrati avanzamenti significativi².

² Per l'elenco completo degli obiettivi ESG, fare riferimento alla sezione "Our Sustainability Commitments" nel Sustainability Report 2023.

Impegno	Obiettivi ESG	Target year	Avanzamento
Impegno 1: Made in Italy, transparently!	Reporting trasparente (Group Sustainability Report sottoposto a revisione, standard di reporting GRI & SASB)	2022	Raggiunto: Abbiamo aggiunto la recente analisi allineata alla Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) nel Sustainability Report 2023
	Supervisione della strategia ESG da parte del CdA e relativa implementazione	2023	Raggiunto: Dal 2023, il Board è responsabile della supervisione della strategia ESG del Gruppo e della sua implementazione; il Board è anche responsabile per l'approvazione del Sustainability Report
	Prendere parte alle associazioni di settore	2023 in poi	Raggiunto: il Gruppo è entrato a far parte di Textile Exchange nel 2022 e ZDHC, come Signatory Brand, nel 2023. Il Gruppo continuerà a prendere in considerazione ulteriori impegni con le relative associazioni di settore
	Materie prime più rilevanti con almeno il 50% di tracciabilità all'origine e provenienza da fonti a minor impatto ambientale	2026	In corso: 32% delle materie prime più rilevanti tracciabili e a minor impatto
Impegno 2: Weaving the fabric of tomorrow	80% dei dipendenti a cui è stato erogato il training in materia DE&I	2023	Raggiunto: 87% ei dipendenti ha svolto training in materia DE&I
	Sviluppare un approccio di acquisizione e mantenimento dei talenti secondo la strategia DE&I, per garantire pari opportunità	2023	Raggiunto: Il Gruppo ha rilasciato una nuova <i>operating recruiting procedure</i> a livello globale, in linea con la strategia DE&I
	Investire sulle materie prime quali lana, cashmere e cotone attraverso agricoltura rigenerativa e iniziative di cattura di CO ₂	2023 in poi	In corso: Il Gruppo è uno dei fondatori del Programma Unlock del Fashion Pact
	Benefici del congedo parentale estesi a tutti i mercati, oltre requisiti locali	2023	In corso: Nuovi standard di congedo parentale di Gruppo approvati nel 2023
	Lancio dell'Academy di Gruppo	2024	In corso: Il Gruppo ha proseguito le attività di sviluppo del progetto; nel 2023 l'ambito del progetto è stato ampliato
Impegno 3: Oasi, home of our values	Gestione delle sostanze chimiche: Livello di compliance ZDHC Foundational (MRSL, Manufacturing Restricted Substances List, acque reflue) per tutti i siti produttivi del Gruppo	2023	Raggiunto: Tutti i siti produttivi hanno raggiunto il livello di compliance Foundational nel 2023
	100% energia elettrica da fonti rinnovabili (scope 2)	2024 in poi (Europa e Stati Uniti) 2027 in poi (Gruppo)	In corso: 97% di energia elettrica da fonti rinnovabili in Europa e Stati Uniti

2023 Progetti chiave



Governance

POLITICHE E CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE

Nel 2023, il Board ha approvato una nuova policy sui contatti bilaterali con gli azionisti e una nuova policy di coinvolgimento degli stakeholder. Inoltre, il Gruppo ha adottato una policy anticorruzione, una policy antiriciclaggio e sanzioni, una policy fiscale, una policy di diversità, equità e inclusione e una animal welfare policy. Infine, il Gruppo ha istituito un programma di compliance antitrust, a partire dalla policy antitrust di Gruppo che va a definire i comportamenti da assumere per garantire una concorrenza leale.

Nel 2023 il Gruppo ha avviato una campagna di sensibilizzazione volta alla promozione di comportamenti conformi al Codice Etico. È stata lanciata anche una campagna per la segnalazione di episodi di cattiva condotta per tutti i dipendenti, seguita da una formazione obbligatoria.



PRIMA INFORMATIVA FINANZIARIA DEL GRUPPO RELATIVA AL CLIMA ALLINEATA AL FRAMEWORK TCFD³

Nel 2022, abbiamo iniziato la valutazione dell'impatto finanziario di specifici rischi e opportunità legati al clima, in conformità alle raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD⁴). Nell'ambito della valutazione è stata condotta un'analisi di riferimento per individuare le migliori pratiche nel combattere il cambiamento climatico. Inoltre, stiamo seguendo una strategia a lungo termine che ci ha permesso di identificare le aree potenzialmente più a rischio di essere colpite dal cambiamento climatico. Il risultato di questa analisi è stata l'individuazione di tre potenziali rischi legati al clima, che comprendono sia rischi fisici che di transizione, e due potenziali opportunità.

RISCHI	
Rischi fisici	Rischi di transizione
<ul style="list-style-type: none"> • Scarsità di materie prime (valutata su fibre di lana e cashmere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenziali sfide di ingresso sul mercato
<ul style="list-style-type: none"> • Interruzione dell'attività di business 	
OPPORTUNITÀ	
<ul style="list-style-type: none"> • Promozione del branding sostenibile attraverso risorse a basso impatto ambientale 	
<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo di risorse a minori emissioni a livello di operations 	

Nel corso del 2023, in linea con le raccomandazioni TCFD, i rischi e le opportunità identificati sono stati valutati economicamente per testare la nostra strategia aziendale e valutare la resilienza nel raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione, sulla base delle analisi degli scenari climatici. In particolare, per questa analisi, abbiamo selezionato gli scenari dell'IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) per l'analisi dei nostri rischi fisici, mentre sia per i rischi di transizione che per le opportunità, abbiamo selezionato gli scenari dell' International Energy Agency (IEA).

Le valutazioni sono state eseguite su tre orizzonti temporali: breve (2022-2026), medio (2027-2032) e lungo (2033-2050) termine.

I modelli di analisi di scenario hanno evidenziato ricavi e voci di costo sulla base di fattori legati al clima. Gli impatti sono stati quantificati rispetto alla baseline, integrando i risultati per calcolare le

proiezioni corrette che considerano le variazioni dei prezzi e gli impatti sui ricavi.

L'obiettivo era quello di ottenere una quantificazione dell'impatto sull'EBIT di riferimento del Gruppo, escludendo il segmento Tom Ford Fashion.

Nel complesso, l'impatto tra diversi scenari e tempistiche non è emerso come particolarmente significativo. Secondo le linee guida del Gruppo ERM, sono stati utilizzati sei livelli (da "molto basso" a "estremo") per valutare l'impatto dei rischi rispetto agli scenari e ai tempi analizzati. Per il lungo termine, l'impatto più elevato è valutato come "medio" (cioè non particolarmente significativo): pertanto non emerge il bisogno immediato di azioni di mitigazione.

Il Gruppo intende continuare a monitorare periodicamente i rischi e le opportunità legati al clima, con la possibilità di ampliare nel tempo il raggio dell'analisi.

³In questa analisi, abbiamo considerato il perimetro del Gruppo, escludendo le attività della nuova acquisizione TOM FORD FASHION.

⁴Il framework TCFD è un modello basato sul rischio riconosciuto a livello globale sviluppato dal Financial Stability Board per valutare la robustezza e l'adattabilità delle strategie aziendali nell'affrontare il cambiamento climatico.

Sociale

STRATEGIA DI DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE

La nostra strategia di diversità, equità e inclusione (DE&I) ha compiuto importanti progressi a partire dal suo lancio nel 2022. Il nostro approccio è improntato sulla capacità di ascoltare i dipendenti e le loro esigenze. Crediamo nel potere e nel valore della diversità, e nel fatto che ogni individuo debba essere valorizzato. Un'azienda che si avvicina con rispetto e correttezza ai propri dipendenti, e li valorizza per la loro unicità, acquisisce maggiore forza e resilienza.

Iniziative chiave portate a termine nel 2023:

- Il Consiglio ha approvato la nostra politica DE&I;
- Abbiamo svolto un training sui concetti di DE&I, coinvolgendo l'87% dei dipendenti del Gruppo, escluso il segmento Tom Ford Fashion, sia in presenza che online;
- Abbiamo creato l'"Inclusion team", un gruppo composto da dipendenti sia in Italia che in Svizzera che si sono offerti volontari nel dedicarsi a progetti di DE&I. Il gruppo è responsabile dell'identificazione di problematiche legate a temi di inclusione e della progettazione di iniziative con il fine di diffondere una cultura inclusiva all'interno del Gruppo;
- Abbiamo approvato nuovi standard per il congedo parentale di gruppo, in base ai quali i dipendenti hanno diritto a un periodo di congedo parentale di 6 settimane interamente retribuito, equivalente a 30 giorni lavorativi. Laddove la legge locale è più favorevole, non si applicano ulteriori misure. La relativa policy è stata approvata nel primo trimestre del 2024;
- Abbiamo sviluppato un processo di acquisizione e *talent retention* in linea con la nostra strategia DE&I, che ha portato al rilascio di una nuova procedura di recruiting, con un quadro standardizzato e trasparente che rende possibile attrarre, valutare e nominare candidati

qualificati. Inoltre, abbiamo fissato come obiettivo quello di raggiungere un equilibrio di genere nelle posizioni di vertice;

- Abbiamo iniziato il percorso necessario per ottenere il sistema di certificazione italiana della parità di genere sul posto di lavoro.

GESTIONE DEI TALENTI

Nel 2023, abbiamo introdotto 2 progetti che meritano particolare attenzione:

1. Nuovo modello di leadership: per rispondere all'evoluzione della nostra visione strategica, abbiamo introdotto un nuovo modello di leadership. L'iniziativa identifica competenze e comportamenti chiave per facilitare la nostra forza lavoro nella realizzazione dei nostri obiettivi e nel raggiungimento della nostra visione.
2. JUMP! Graduate program: questa iniziativa dalla durata di un anno offre un'esperienza personalizzata di apprendimento e sviluppo, fornendo ai partecipanti competenze critiche finalizzate alla crescita personale. Il programma pilota, avviato presso la nostra sede di Milano, comprende tre aree principali: data science e digital; partnership e "clienteling" (costruire relazioni con i clienti) e sostenibilità.

Inoltre, nel 2023, il brand ZEGNA ha intrapreso varie iniziative volte a promuovere la consapevolezza, il coinvolgimento e l'interesse degli studenti. Queste ultime hanno incluso: visite presso le nostre sedi (abbiamo accolto quasi 500 tra studenti in corso di laurea e neolaureati), partecipazione a career fairs, collaborazioni con istituzioni educative (come il Master delle Fibre Nobili di Biella e il programma MAFED di SDA Bocconi) e attivazione di strategie volte a migliorare le competenze in casa fin dall'inizio del percorso lavorativo.

ACADEMY DI GRUPPO

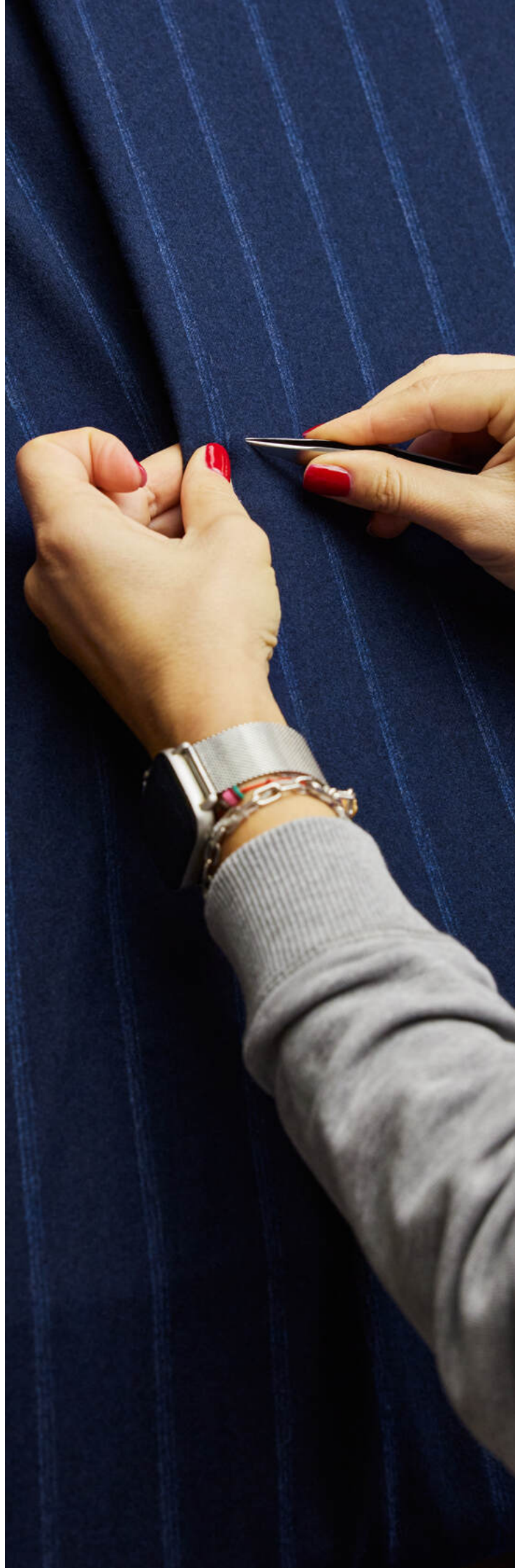
Il Gruppo Ermenegildo Zegna considera l'artigianalità e l'innovazione al centro dei processi di apprendimento e parte integrante della strategia di crescita a lungo termine.

A partire dal marchio ZEGNA, nel 2023 abbiamo ampliato il raggio d'azione del progetto Academy di Gruppo per includere l'intera catena del valore (dalla materia prima al cliente finale). Abbiamo concepito una nuova strategia di apprendimento basata su quattro "fabbriche di competenze", ciascuna dedicata a favorire la conoscenza in diverse aree: manifatturiera, prodotto, relazione con i clienti, innovazione e leadership.

Nel 2023, l'Academy di Gruppo si è concentrata sulla formazione e sullo sviluppo di competenze per la produzione, con l'obiettivo di attrarre professionisti specializzati, colmare il divario di competenze, identificare e formare giovani talenti e facilitare il trasferimento di conoscenze tra i dipendenti. L'Academy di Gruppo, inoltre, mira ad una forza lavoro diversificata, all'accrescere il pool di talenti per gli impianti di produzione e al rafforzamento delle connessioni all'interno dei paesi in cui opera il Gruppo.

Nel 2023, l'Academy di Gruppo ha conseguito 35.200 ore di formazione a 125 candidati esterni, rispetto alle 13.205 ore conseguito nel 2022.

Infine, l'Academy di Gruppo ha promosso l'orientamento tecnico professionale tra i giovani, ospitando 133 studenti delle scuole superiori nei nostri stabilimenti in Italia e Svizzera, e firmando una nuova partnership di apprendimento con un liceo di moda a Parma, in Italia.



Ambiente

La salvaguardia dell'ambiente è uno dei nostri valori fondanti e doveri fondamentali. Continuiamo a essere concentrati sulla riduzione della nostra impronta ambientale e a contribuire alla transizione delle energie rinnovabili.

Nel 2023, abbiamo portato avanti l'attuazione di tali impegni:

- Aumentare la quantità di elettricità acquistata da fonti rinnovabili, dal 22% nel 2021, al 46% nel 2022 e al 68% nel 2023; e
- Installazione e attivazione di due nuovi impianti fotovoltaici in due siti produttivi del Gruppo;

Obiettivi di riduzione delle emissioni di carbonio - presentazione SBTi

Nel 2022, il Gruppo Ermenegildo Zegna si è impegnato a fissare obiettivi di riduzione delle emissioni basati su fattori scientifici, presentando i nostri obiettivi alla Science-Based Targets initiative (SBTi). Nel maggio 2023, la SBTi ha verificato gli obiettivi di Ermenegildo Zegna N.V.'s net-zero (sia a breve che a lungo termine) entro il 2050.

Obiettivi globali net-zero

Ermenegildo Zegna N.V. si impegna a raggiungere zero emissioni nette di gas serra in tutta la catena del valore entro il 2050 considerando come anno di riferimento il 2021.

Obiettivi a breve termine

Ermenegildo Zegna N.V. si impegna a ridurre le emissioni di gas a effetto serra di Scope 1 e 2 del 50,4% entro il 2032 rispetto all'anno di riferimento 2021.

Ermenegildo Zegna N.V. si impegna anche ad aumentare l'approvvigionamento annuo attivo di energia elettrica rinnovabile dal 22% nel 2021 al 100% entro il 2027.

Ermenegildo Zegna N.V. si impegna inoltre a ridurre le emissioni di scope 3 di gas a effetto serra di beni e servizi acquistati, di carburante e attività legate all'energia, di spostamenti dei dipendenti e degli investimenti del 50,4% entro il 2032 rispetto all'anno di riferimento 2021⁵.

Obiettivi a lungo termine

Ermenegildo Zegna N.V. si impegna a ridurre le emissioni di gas a effetto serra di Scope 1 e 2 del 90% entro il 2050 considerando come anno di riferimento il 2021. Infine, Ermenegildo Zegna N.V. si impegna a ridurre le emissioni di scope 3 di gas a effetto serra del 90% entro lo stesso lasso di tempo.

⁵ Nel 2024 il Gruppo presenterà una rinnovata proposta di obiettivi alla Science-Based Targets Initiative per riflettere il cambiamento nella baseline dovuto all'assegnazione di obiettivi FLAG e non FLAG e all'acquisizione di Tom Ford International LLC il 28 aprile 2023.

COLLECTIVE VIRTUAL POWER PURCHASE AGREEMENT

Nel rispetto dell'impegno del Gruppo come brand firmatario del Fashion Pact, nel dicembre 2022 abbiamo annunciato la nostra partecipazione al Collective Virtual Power Purchase Agreement (CVPPA). Il CVPPA, collegato al solar portfolio di Lightsource BP in Spagna e finalizzato nell'ottobre 2023, offre un piano di impegni a lungo termine in ambito di energie rinnovabili per 12 brand.

Questo accordo collettivo comporta che le aziende con responsabilità globali (ma un uso meno intensivo di energia) beneficino dell'energia solare e, allo stesso tempo, sostengano lo sviluppo di nuovi progetti sull'energia rinnovabile. Il Fashion Pact ha collaborato con il gruppo Power Markets di Lightsource BP per creare una struttura PPA su misura che soddisfi le esigenze dei membri e la domanda di energia rinnovabile.

Il contratto è stato concordato in pochi mesi grazie all'implementazione di questo approccio su misura e concreto, creando così una piattaforma equa per i membri dell'iniziativa in modo da accelerare la loro transizione verso l'energia pulita. Il CVPPA è un passo importante verso la riduzione delle nostre emissioni di scope 2. L'azione collettiva è fondamentale per garantire il raggiungimento dei nostri obiettivi sostenibili; questo progetto è un esempio della nostra volontà di collaborare attivamente con altri brand per apportare cambiamenti significativi.

CONSORZIO RE.CREA

Nel 2022, il Gruppo ha contribuito a fondare il Consorzio Re.Crea, un'organizzazione dedicata alla promozione della sostenibilità nel settore della moda e del tessile e coordinata dalla CNMI (Camera Nazionale della Moda Italiana). L'obiettivo è quello di gestire la fase di fine vita dei prodotti e di promuovere la ricerca e lo sviluppo di soluzioni di riciclo innovative.

PROGRAMMA ZDHC ROADMAP TO ZERO

A partire dal 1° gennaio 2024, il Gruppo è firmatario del programma Roadmap to Zero di ZDHC, aderendo all'impegno di ZDHC Brands to Zero per la gestione delle sostanze chimiche⁶.

Brands to Zero offre alle aziende e ai rivenditori un approccio armonico e un percorso chiaro per raggiungere una gestione sostenibile delle sostanze chimiche nelle proprie produzioni e in tutta la propria catena di fornitura. Inoltre, Brands to Zero consente la comparabilità delle prestazioni attraverso valutazioni annuali.

Nel 2023, i siti produttivi interni del Gruppo hanno raggiunto il livello di compliance Foundational ZDHC, raggiungendo Bonotto, Dondi, Tessitura Ubertino e Lanificio Ermenegildo Zegna in questo risultato.

BIODIVERSITA'

Il 24 novembre 2023, ZEGNA è stato annunciato come partner ufficiale del Comune di Milano per la riprogettazione e la cura delle aiuole in Piazza Duomo per i prossimi tre anni. ZEGNA ha collaborato con un gruppo di esperti botanici e paesaggisti per portare nella città di Milano alcuni elementi iconici della vegetazione dell'Oasi Zegna (in linea con le migliori pratiche ecologiche). Questo progetto darà vita ad uno spazio verde nel centro della città, ispirato alla filosofia di responsabilità ambientale dell'Oasi Zegna. L'Oasi Zegna è una riserva naturale di 100 km² situata nelle Alpi Biellesi in Piemonte, istituita da Ermenegildo Zegna all'inizio del secolo scorso, come modello unico nel suo genere di consapevolezza sociale e ambientale.

⁶ ZDHC sta per Zero Discharge of Hazardous Chemicals.

OASI CASHMERE & OASI LINO

La collezione Oasi Cashmere è stata introdotta per la prima volta nel 2022 e presentata come "Born in Oasi Zegna". L'obiettivo è di fare in modo che la collezione sia realizzata in fibra di cashmere tracciabile al 100% entro il 2024. La collezione prende il nome e si ispira alla casa dei nostri valori - Oasi Zegna - un ecosistema fiorente di 100 km2 che è stato coltivato dal Gruppo nel corso delle generazioni.

La selezione di colori riflette il foliage autunnale caldo e terroso dell'Oasi Zegna, e offre una vasta gamma di capi: ad es. l'iconica over-shirt, maglieria extra-fine, pantaloni e accessori.

Oasi Cashmere è un trademark di tracciabilità e responsabilità. Attraverso Oasi Cashmere, il nostro obiettivo è quello di promuovere valori come la salvaguardia dell'ambiente, il supporto alla comunità e l'approvvigionamento etico delle materie prime.

La collezione Oasi Lino, come Oasi Cashmere, incarna i nostri valori di autenticità, artigianalità e alta qualità. Soprattutto, garantisce la tracciabilità della fibra dal paese di origine fino al sito di produzione.

Il lino è una fibra naturale, proveniente dalla pianta del lino. Il lino della migliore alta qualità proviene da fibra coltivata principalmente in Normandia, Francia, con i suoi fiori blu che fioriscono per un solo giorno all'inizio dell'estate. Il nostro lino tracciabile proviene da due diverse certificazioni: European Flax® e Masters of Linen®. Entrambe garantiscono che la fibra provenga da fonti europee e che il materiale sia tracciabile a partire dallo stabilimento di produzione. Entro il 2024 tutte le fibre di lino contenute nella collezione Oasi Lino saranno tracciabili al 100%.



Nota metodologica

Il presente documento costituisce la sintesi del Report di Sostenibilità 2023 di Ermenegildo Zegna N.V. e delle sue consociate per l'anno finanziario 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023).

L'ambito di copertura dei dati economici e finanziari corrisponde a quello del bilancio consolidato del Gruppo Ermenegildo Zegna al 31 dicembre 2023. L'ambito dei dati e delle informazioni in materia sociale e ambientale si riferisce alle società del Gruppo Ermenegildo Zegna consolidate integralmente, ad eccezione del segmento Tom Ford Fashion, escluso dal Report di Sostenibilità 2023, salvo indicazione esplicita.

Il Report di Sostenibilità del Gruppo Ermenegildo Zegna è pubblicato annualmente. La sintesi riporta parte delle informazioni contenute nel Report di Sostenibilità 2023 del Gruppo Ermenegildo Zegna.

Per accedere ai nostri Report di Sostenibilità, clicca [qui](#).



Ermenegildo Zegna Group

Executive Summary

Sustainability Report 2023