

Bloomberg. 05.06.2023

Motori del cambiamento sostenibile

Per Lorenzo Bertelli, ex studente di filosofia e pilota di rally, ora alla guida dell'agenda di sostenibilità del Gruppo Prada, il successo deriva dal considerare una situazione sotto tutte le angolazioni. "Ogni prospettiva contiene una parte di verità", afferma il Direttore della Responsabilità sociale d'impresa, "e si tratta di avere la flessibilità per cercare di capire queste diverse prospettive." È certamente una qualità utile da mettere in pratica per guidare il Gruppo Prada verso obiettivi di sostenibilità ambiziosi — rimanendo rilevanti e ispirando i clienti, e offrendo valore per l'azienda e per le comunità che sostiene. Bertelli è entrato nel gruppo nel 2017 e ha ottenuto l'attuale carica nel 2020. "Il motto del Gruppo Prada è essere motori di cambiamento. Questa visione si basa su tre pilastri: pianeta, persone e cultura." – Aggiunge Lorenzo Bertelli, Direttore della Responsabilità sociale d'impresa del Gruppo Prada: "Come casa di moda di lusso, possiamo fare di più e capeggiare questo cambiamento. È nostra responsabilità mostrare che il comportamento responsabile e un impatto positivo sull'ambiente sono possibili." Il Sustainability Report (Relazione sulla sostenibilità) 2022 del Gruppo Prada evidenzia le iniziative dell'azienda, e il mercato ha reagito positivamente. Nella classifica Best Global Brands (Migliori marchi globali) 2022 stilata da Interbrand, Prada ha registrato una crescita del valore anno su anno superiore al 20% per il secondo anno di fila e si è posizionata tra i 15 marchi con la crescita più rapida. Secondo Bloomberg Intelligence, "l'investimento di Prada in brand equity, design e innovazione, i propri negozi retail e i miglioramenti industriali a livello internazionale si combinano per promuovere una crescita redditizia molto più forte."

Ridurre l'impatto

Uno dei settori su cui Bertelli si è maggiormente focalizzato è la riduzione delle emissioni Scope 1 e 2 nell'ambito della Strategia del Gruppo Prada per il clima. Secondo il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente, l'industria della moda produce dal 2% all'8% delle emissioni globali di diossido di carbonio. La tintura dei tessuti è al secondo posto tra i responsabili dell'inquinamento dell'acqua su scala internazionale, e normalmente occorrono circa 750 litri d'acqua per produrre un paio di jeans. "Continuiamo il lavoro per ridurre l'impatto della nostra attività" dice Bertelli nel Sustainability Report della casa di moda. "L'aumento dei prezzi dell'energia è stata una difficile sfida ma ha anche evidenziato l'importanza del passaggio a fonti di energia più pulite e più sostenibili. Stiamo investendo nell'energia rinnovabile, e partecipando al progetto Collective Virtual Power Purchase Agreement [CVPPA] lanciato da The Fashion Pact che contribuirà a incentivare l'adozione dell'elettricità rinnovabile investendo in una nuova infrastruttura per l'energia verde in Europa." Il Gruppo Prada ha anche lanciato iniziative per ridurre il consumo di energia, elettrificare i sistemi di riscaldamento industriale, decarbonizzare la flotta aziendale di veicoli e incrementare i negozi certificati LEED Gold e LEED Platinum. A fine 2022, il 54% della flotta del gruppo era composta di veicoli ecologici — quasi il doppio rispetto al 2021 — e il gruppo conta 171 edifici certificati LEED per l'attività operativa e la manutenzione, e possiede 16 impianti fotovoltaici. Grazie all'implementazione di queste iniziative, ha ridotto del 34% le emissioni Scope 1 e 2 rispetto al riferimento del 2019, superando già l'obiettivo della Science Based Targets Initiative (SBTi) che doveva essere inizialmente raggiunto nel 2026.

Chiudere il cerchio

La circolarità è un altro importante tema su cui è focalizzato il Gruppo Prada. Ogni anno l'industria della moda produce più di 100 miliardi di capi di abbigliamento, che equivale grossomodo a 14 per ogni persona sulla Terra. E ogni giorno, decine di milioni di indumenti vengono buttati via per fare spazio per quelli nuovi. Secondo l'organizzazione non profit britannica Ellen MacArthur Foundation, a livello internazionale, meno dell'1% dell'abbigliamento usato viene riciclato in nuovi indumenti. "Il principio della circolarità, o pensiero circolare, è perfettamente allineato con la strategia del Gruppo Prada per il

clima e la biodiversità” si legge nel Sustainability Report. “È integrata in tutta la catena di valore del gruppo, dall’incremento dell’utilizzo di materie prime riciclate e rigenerate alla corretta gestione dei materiali di scarto che possono trovare un nuovo scopo e utilizzo in filiere alternative.” Tra gli esempi all’interno del Gruppo Prada citiamo Eternal Gold, la prima collezione di alta gioielleria veramente sostenibile proposta da un marchio di lusso, realizzata al 100% in oro riciclato certificato, e Prada Re-Nylon, che dal 2021 utilizza soltanto nylon rigenerato ottenuto dal riciclo e dalla purificazione della plastica raccolta negli oceani, e anche dagli scarti di fibre tessili. Per Bertelli, una delle iniziative più entusiasmanti è il Consorzio Re.Crea, progetto fondato nel 2022 dal Gruppo Prada, Dolce & Gabbana, Max Mara Fashion Group, Gruppo Moncler, Gruppo OTB e Gruppo Ermenegildo Zegna per la gestione dei prodotti tessili e di moda a fine vita, e per promuovere la ricerca e lo sviluppo di soluzioni di riciclo innovative. “Potrebbe essere il più grande progetto per dimostrare che l’industria della moda è capace di comportarsi meglio”, spiega Bertelli. Una percentuale delle vendite di Prada Re-Nylon viene destinata al sostegno di un’altra iniziativa di sostenibilità, Sea Beyond. Promossa dal Gruppo Prada e dalla Commissione Oceanografica Intergovernativa (IOC) dell’UNESCO, Sea Beyond è un programma di istruzione che sensibilizza ai temi della sostenibilità e della conservazione degli oceani. Nel settembre 2022, Sea Beyond ha ottenuto l’Oceans Award ai Sustainable Fashion Awards 2022, organizzati dalla Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI) in collaborazione con la Ethical Fashion Initiative (EFI) delle Nazioni Unite. “È un impegno a lungo termine per educare le giovani generazioni alla conservazione del mare. Ci piacerebbe creare una piattaforma aperta ad altri partner che possano aiutarci a diffondere i principi di ocean literacy (conoscenza degli oceani); abbiamo bisogno di coesione e di continuità per promuovere la sostenibilità e i principi di ocean literacy”, sottolinea Bertelli. A fine 2022, il Gruppo Prada ha annunciato il suo impegno per la biodiversità, che comprende il sostegno di Forestami — il premiato progetto di forestazione urbana promosso dal Comune di Milano con l’obiettivo di piantare 3 milioni di alberi a Milano e dintorni entro il 2030.

Educare al cambiamento

Il Gruppo Prada ha anche istituito la Forestami Academy, un programma triennale di formazione per i cittadini di Milano che comprende workshop, seminari e attività all’aperto, incentrato sulla forestazione urbana. “L’unico modo per migliorare l’attuale situazione ambientale è attraverso l’educazione — in particolare per le generazioni future, per dotarli di strumenti migliori per capire la cultura in cui vivono, e anche per capire la prospettiva della generazione più vecchia. Quello che manca oggi è un dialogo tra vecchie e nuove generazioni”, osserva Bertelli. Tenendo presente tutto questo, la Prada Group Academy, fondata nei primi anni 2000, continua a formare future generazioni di artigiani, con l’obiettivo di addestrare 200 nuovi professionisti entro la fine di quest’anno — nell’ambito di un importante piano di assunzioni mirato a integrare 400 nuovi posti di lavoro per preservare il know-how del settore e incrementare la capacità di produzione. “Penso che i valori della nostra azienda siano in linea con le evoluzioni della società contemporanea”, dice Bertelli. “I miei genitori [gli azionisti di maggioranza del Gruppo Prada Miuccia Prada e Patrizio Bertelli] hanno sempre messo la passione al centro del loro lavoro quotidiano. Se continuiamo con lo stesso approccio — ascoltando il nostro personale e rimanendo curiosi — i risultati continueranno a essere positivi.”



Prada ‘ottimista’ sulla quotazione a Milano, afferma l’erede del gruppo della moda

L’erede dell’impero della moda **Prada** dice che, visto l’intensificarsi delle tensioni geopolitiche, ha previsto di quotarsi sulla Borsa di Milano, soprattutto per mantenere dei “ponti” tra Europa e Cina oltre un decennio dopo la quotazione sulla Borsa di Hong Kong.

Lo scorso anno, il Financial Times fu il primo a riferire che il Gruppo da 19,3 miliardi di dollari USA, proprietario dei marchi **Prada**, **Miu Miu** e **Church’s**, stava sondando la possibilità di una doppia quotazione per intercettare gli investitori europei, ma il processo è stato ritardato da ostacoli normativi iniziali.

Prada ha quotato le proprie azioni a Hong Kong nel 2011.

Intervenendo al summit Business of Luxury di FT a Monaco, Lorenzo Bertelli si è detto “ottimista riguardo a una doppia quotazione, anche se nulla è ancora deciso”, e non ha fornito dettagli sulla tempistica.

“Quando ci siamo quotati lì [a Hong Kong], lo vedemmo come un modo per collegare l’Europa con l’Asia, adesso vediamo [la doppia quotazione a Milano] come un modo per costruire dei ponti tra Est e Ovest, in un momento in cui le tensioni globali si sono intensificate”, afferma Bertelli, 35 anni.

I gruppi del lusso europei stanno beneficiando del boom di vendite in Cina, successivo alla decisione di Pechino di rimuovere tutte le restrizioni relative alla Covid-19. Ma devono anche affrontare gli appelli dei leader europei, quale la presidente della Commissione UE, Ursula von der Leyen, per “ridurre il rischio” dei loro affari nel paese che sta vivendo forti tensioni sul destino di Taiwan.

Bertelli ha riferito anche di aver intravisto in Cina delle minacce legate alle crescenti disuguaglianze. “Per il lusso, il rischio più grande è un eccesso di tensione sociale tra ricchi e poveri”, afferma parlando della Cina, ma anche dei mercati occidentali.

Persone vicine alla famiglia riferiscono che Bertelli, che è capo della Corporate Social Responsibility del Gruppo costituito dai suoi genitori, **Patrizio Bertelli** e Miuccia **Prada**, è da anni un importante consulente della coppia riguardo alle decisioni strategiche.

Bertelli, che lavora per il Gruppo dal 2017, ha detto che sicuramente, alla fine, subentrerà a suo padre. “Non importa se sarà tra tre, quattro o cinque anni. La [famiglia e il management] sapranno riconoscere quando sarà il momento giusto”, ha affermato.

L’ex pilota automobilistico è pronto per accettare la “sfida”, ma dice di non essere sotto pressione. “Ho rischiato la vita con le auto, e quella era un tipo di pressione diversa, so sempre che se lavori sodo, la pressione scompare, perché sai di aver fatto del tuo meglio.”

Lunedì ha accennato ad accese discussioni familiari riguardo all’azienda. “Mia madre e io siamo Toro, mio fratello e mio padre sono Ariete, per cui il contesto è decisamente impegnativo”, scherza Bertelli. E poi aggiunge: “Lavorare con entrambi i tuoi genitori non è una cosa che consiglierai a tutti.”

Bertelli, che ha studiato filosofia ed è appassionato di sport e politica, ha aggiunto di aver sostenuto la recente nomina a CEO di Andrea Guerra, in modo che potesse “imparare da qualcuno al di fuori della famiglia”.

Prada in gennaio ha annunciato che Guerra, già CEO presso la fabbrica di occhiali Luxottica, sarebbe subito subentrato ai due executive del Gruppo **Patrizio Bertelli** e Miuccia **Prada**, così da agevolare la transizione.



URL :http://www.ft.com/

PAESE :Regno unito

TYPE :Web International

22 maggio 2023 - 19:46

[> Versione online](#)

Patrizio Bertelli è rimasto Presidente del Gruppo, mentre Miuccia **Prada** è co-direttrice creativa del brand omonimo insieme con Raf Simons. Il Gruppo anche nominato il suo primo CEO esterno del marchio Prada, Gianfranco D'Attis.

