

Economia & Imprese



Anticipazione.
Il marchio Woolrich presenterà a Milano la collezione donna per la P-E 2020

La leadership verde di Gucci: nel 2020 userà solo rinnovabili

INTERVISTA

MARCO BIZZARRI, CEO

La supply chain è carbon neutral: 46mila le tonnellate di CO2 tagliate nel 2018

Ogni fornitore è coinvolto nel risparmio di acqua, energia, materiali, elettricità

Giulia Crivelli

A chi crede nella scienza e nella matematica ed è però facilmente impressionabile, sconsigliamo di calcolare la propria impronta ambientale o la *carbon footprint*, che misura il contributo di ognuno di noi alle emissioni di anidride carbonica nella nostra atmosfera. A maggior ragione, verrebbe quasi da dire, lo sconsigliamo a chi pensa di avere comportamenti sostenibili. Come i più diligenti differenziatori di rifiuti, i più attenti ai consumi di elettricità, quelli che spengono sempre le luci, fanno andare lavatrice e lavastoviglie solo di notte e che non hanno esagerato con l'aria condizionata neppure nell'estate più calda della storia; o ancora, come i più parsimoniosi consumatori di acqua, quelli che chiudono il rubinetto mentre si lavano i denti e si cronometrano sotto la doccia per starci lo stretto necessario. Vedere nero su bianco quale sia la nostra impronta ambientale spaventa tutti, perché misura il peso sul pianeta del nostro stile di vita in quanto individui e membri di piccole o grandi comunità e dipendenti di un'azienda o proprietari di un'attività economica.

La terra, in altre parole, non può esserci lieve, lasciamo tutti impronte pesantissime. Per questo ogni singola azione e presa di coscienza contano. Ogni buon proposito, tutte le misure di legge hanno un senso. Un senso e un peso maggiore - questa volta con un'accezione positiva - se i cambiamenti arrivano da grandi aziende, in grado di fare una differenza grazie alle loro dimensioni e perché diventano un esempio da seguire o emulare. È il caso di Gucci, come spiega l'amministratore delegato e presidente Marco Bizzarri.

Emissioni zero. Un traguardo ambizioso: le Nazioni Unite auspi-

cano che, a livello globale, vengano dimezzate entro il 2030 ed eliminate entro il 2050. Voi dichiarate di avere già oggi una *supply chain carbon neutral*. Come è possibile?

Le emissioni di gas serra non siamo ancora riusciti ad eliminarle del tutto, ma le compensiamo grazie a quattro importanti progetti della categoria REDD+, il meccanismo messo a punto dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (Unfccc, ndr). Si tratta di quattro interventi a sostegno della conservazione delle foreste in tutto il mondo. Se si tiene conto che il 90% delle emissioni della nostra azienda è riconducibile alla filiera, o *supply chain*, si capisce che siamo a buon punto.

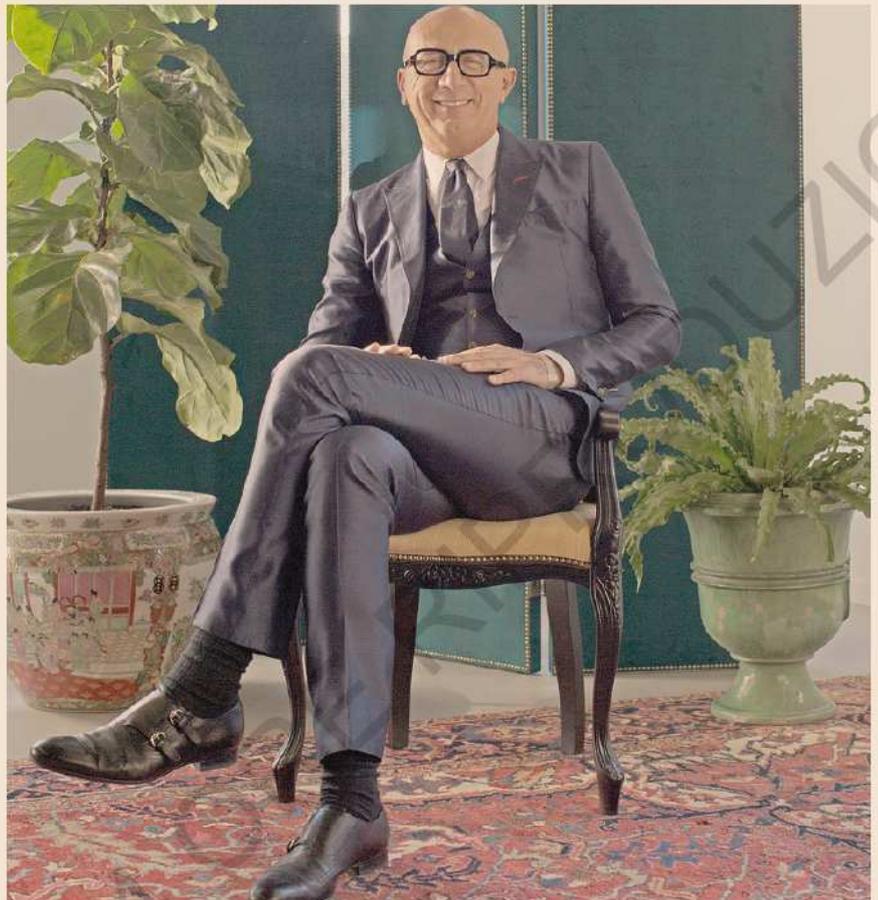
Le riduzioni "dirette" di emissioni a quanto ammontano?

Gucci è stata una delle prime aziende del lusso ad adottare la certificazione EP&L, che sta per Environmental profit and loss: un vero e proprio bilancio che misura profitti e perdite di uno *stakeholder* molto speciale, l'ambiente. L'EP&L ci aiuta a monitorare ogni progresso nell'implementazione della strategia di sostenibilità che ci siamo dati per il periodo 2015-2015. Fatta questa precisazione, nel 2018 abbiamo raggiunto il 70% di utilizzo di energie rinnovabili ed entro il 2020 arriveremo al 100%. Questa transizione ci ha permesso di ridurre le emissioni di CO2 di quasi 46mila tonnellate. Altre 3.400 tonnellate le abbiamo tagliate implementando il nostro "strap-less program", che prevede un minore utilizzo di acqua e prodotti chimici nella lavorazione della pelle e la riduzione delle emissioni di gas serra nei trasporti.

Quindi avete coinvolto anche aziende esterne?

Se non lo avessimo fatto e se non prevedessimo di farlo sempre di più, gli obiettivi che ci poniamo non sarebbero realistici. Per quanto riguarda la lavorazione delle pelli, nel 2018 otto delle concerie con le quali abbiamo rapporti di collaborazione e fornitura hanno partecipato allo strap-less program. In questo modo abbiamo risparmiato 8,43mla kW di energia, dieci milioni di litri d'acqua, 28 tonnellate di cromo, 117 di altri prodotti chimici e ridotto di 66 tonnellate gli scarti della lavorazione della pelle.

Si calcola che l'industria della moda, a livello globale, sia responsabile del 5% delle emissioni di gas



Al vertice. Marco Bizzarri è presidente e ceo di Gucci; guida la maison con il direttore creativo Alessandro Michele

serra. Il gruppo Kering, del quale siete parte, è importante, ma da soli non potete cambiare le cose.

Certo che no, siamo una goccia nell'oceano. Il che non ci scoraggia, anzi: è nato proprio da questa esigenza il Fashion Pact, l'impegno formale a favore dell'ambiente sottoscritto da 32 player del settore, tra i quali aziende del lusso ma anche colossi come H&M e Inditex (si veda Il Sole 24 Ore del 24 agosto). L'idea è stata del presidente francese Macron, l'impegno per costruire il Fashion Pact, che spero si allarghi ad altre aziende e gruppi, l'ha messo il ceo e presidente di Kering François Pinault, i firmatari hanno aderito con entusiasmo e sono tutti disposti a far certificare in modo indipendente i traguardi che

LEPRE DEL LUSSO

Primo semestre a 4,617 miliardi

La crescita dei ricavi Gucci a cambi costanti rispetto al primo semestre 2018 è stata del 16%

Tre anni di crescita record

Le vendite dei primi 6 mesi hanno superato quelle dell'intero 2016

La corsa dell'Asia-Pacifico

L'area è cresciuta del 29%, trainata da Cina e Corea

Boom delle royalties

Salite del 16%, anche grazie a profumi e makeup

raggiungeremo singolarmente e come gruppo. Su temi come questi, la sostenibilità ambientale e quella sociale, non può esserci competizione, ma sano lavoro di squadra. Sono convinto che lo spirito di collaborazione riserverà delle belle sorprese e che la consapevolezza di lavorare a un obiettivo che non c'entra con gli interessi individuali ma con quelli di una comunità, del pianeta, delle future generazioni, possa innescare solo circoli virtuosi. Dobbiamo cercare tutti di tirare fuori le nostre qualità ed energie migliori, come persone e come aziende. Non ci sono avversari in questo gioco, tranne uno, le emissioni di CO2, forte solo se lo combattiamo in ordine sparso.