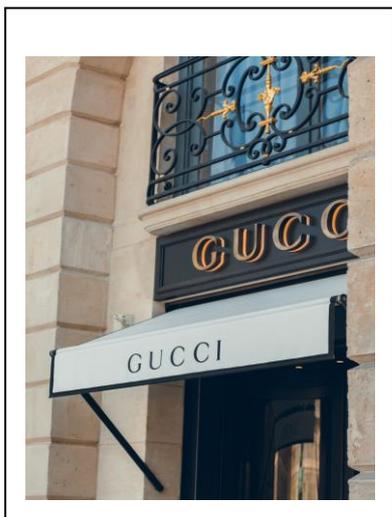


## Il tema della sostenibilità nell'industria del lusso

di

Melania d'Aloisio



Vi siete mai chiesti, quante energie vengono, giornalmente, impiegate dall'industria della moda nell'implementazione di nuove strategie e realtà organizzative? Quali attività si cerca di realizzare al fine di arrestare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani?

In questo articolo cercheremo di comprenderlo. Un ottimo esempio ci è offerto dal marchio Gucci, fondato a Firenze nel 1921, noto per le

sue creazioni straordinarie in termini di qualità, cura dei dettagli e *design* innovativo.

La Maison è stata recentemente definita [la prima corporation più sostenibile al mondo in ambito fashion](#). Ma a cosa deve l'onore di essere definita come tale? Non è stato solo merito delle innovazioni in campo produttivo, ma anche di tutti gli sforzi di compensazione delle emissioni di gas serra generate dalla produzione e dall'intera *supply chain*.

La Maison deve parte del suo successo a Kering. Gruppo mondiale del lusso che sostiene e promuove lo sviluppo di alcuni tra i più rinomati marchi di moda, pelletteria e gioielli: Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, DoDo, Qeelin, e Kering Eyewear.

Lo [slogan di Kering](#) è "Creatività, audacia e diversità [...] guidano la nostra idea di un Lusso sostenibile e influente." La creatività è, quindi, posta al centro della strategia, dando la possibilità "di stabilire nuove frontiere in termini di

espressione creativa, plasmando il Lusso di domani in modo sostenibile e responsabile”.

Gucci entra a far parte di Kering nel '99 ed è grazie al sostegno costante ricevuto dal gruppo, alla cultura condivisa e, soprattutto, alla determinazione che la Maison è riuscita ad operare di recente una delle sue svolte più green.

Nel 2023 ha costituito il primo Hub circolare. Un vero e proprio centro di R&S e di formazione sulle soluzioni di riuso e di riutilizzo degli scarti di lavorazione, come, pelle, tessuto, componenti tecnici delle calzature, accessori metallici e plastici, packaging.

[L'Hub](#) nasce “con l’obiettivo di accelerare la trasformazione del modello produttivo del settore moda in Italia per creare il prodotto del lusso circolare del futuro: un prodotto che massimizza l’utilizzo di materiali riciclati, la durabilità, la riparabilità e la riciclabilità dei prodotti a fine vita”. A tal fine, promuove la ricerca condivisa di materiali circolari e l’innovazione sugli impianti industriali dei distretti locali; sviluppa nuovi canali di approvvigionamento locali e di consolidamento della filiera e minimizza gli impatti ambientali e sociali delle filiere produttive coinvolte grazie alle economie di scala e di scopo. Il progetto intende, inoltre, trasferire la visione circolare a beneficio della filiera fatta di piccole e medie aziende, strategica per la produzione. Il primo terreno su cui l’Hub si misurerà sarà proprio «la creazione di un [set di nuovi materiali circolari](#), grazie a metodi e tecnologie che favoriscono il riuso o il riciclo degli scarti di lavorazione o dei prodotti invenduti per evitarne lo smaltimento».

Questa svolta sembrerebbe in linea con la ‘[Strategia europea per il tessile sostenibile e circolare](#)’ pubblicata dalla Commissione europea nel marzo del 2022. Le misure delineate al suo interno riguardano, in particolar modo, il design dei prodotti, il riciclo delle fibre tessili a fine vita, l’efficientamento dei processi e la lotta al *greenwashing* e, soprattutto, l’introduzione della responsabilità estesa del produttore, obbligando le aziende a farsi carico del fine-vita del prodotto e dei materiali di scarto.

L’obiettivo è far sì che, dal 2030 in poi, i prodotti tessili realizzati all’interno dell’Unione europea siano più durevoli e riparabili, composti da fibre riciclate e privi di agenti chimici tossici e inquinanti.

L'UE, richiede inoltre ai *luxury brands* di [porre gli standard](#) per una moda sostenibile.

A livello internazionale, invece, già nel settembre del 2019, si è assistito ad un traguardo senza precedenti: il [Fashion pact](#), siglato da una coalizione di aziende *leader* nel settore della moda e del tessile, insieme ai loro fornitori e distributori. Di seguito l'incipit documento: "L'industria della moda è [...] è uno dei settori industriali con l'impatto più pesante: proprio per questo dovrebbe ricoprire un ruolo di primo piano nel passaggio verso un futuro più sostenibile".

Il focus di questo patto è posto sulle opportunità non ancora sfruttate, ed è solo grazie ad una azione collaborativa che si possono trovare soluzioni e ottenere risultati a livello globale.

Le aziende firmatarie provenienti da settori e paesi diversi insieme rappresentano 1/3 dell'industria della moda, diversità che risulta fondamentale per garantire un impatto a lungo termine nella *supply chain*.

I tre macro-obiettivi principali del *Fashion Pact* sono: arrestare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani. Per ognuno di essi è stata posta l'attenzione su alcuni segmenti target:

1) Con l'obiettivo di raggiungere la [carbon neutrality](#) entro il 2050, i membri si sono impegnati a favore degli *Science Based Targets (SBTs)* per il clima concentrando l'attenzione su 3 target: a) attuare i principi della carta delle Nazioni Unite per la sostenibilità della moda; b) ottenere un approvvigionamento di materie prime per il 25% a basso impatto ambientale entro il 2025; c) raggiungere una percentuale del 50% di energie rinnovabili entro il 2025 e del 100% entro il 2030.

2) L'attenzione alla [biodiversità](#) sta emergendo lentamente nel mondo della moda, pur rappresentando un tema cruciale per le aziende che utilizzano le risorse naturali. In questo senso, il *Fashion Pact* si è impegnato nella salvaguardia delle specie in pericolo e nella protezione e ricostruzione degli habitat a rischio. I primi obiettivi concreti che i membri del *Fashion Pact* hanno fissato sono: lo sviluppo di progetti di biodiversità individuali entro la fine del 2020 e il sostegno alla zero-deforestazione e alla gestione sostenibile delle foreste entro il 2025.

3) Per quanto riguarda la [protezione degli oceani](#), il primo obiettivo del *Fashion Pact* è l'eliminazione di tutta la plastica presente negli imballaggi. Le parti si impegnano, inoltre, ad eliminare la plastica negli imballaggi B2C entro il 2025 e negli imballaggi B2B entro il 2030; assicurare che siano realizzati in plastica riciclata al 100% almeno metà degli imballaggi B2C entro il 2025 e, almeno metà degli imballaggi B2B, entro il 2030.

Per concludere, possiamo affermare che il *Fashion Pact*, qualora realizzato a pieno, rappresenti un punto di svolta verso una responsabilità sociale e ambientale della Moda.

Ciò che stupisce, in merito all'azienda Gucci, è che quando questo patto è stato siglato, la Maison fiorentina era già un passo avanti rispetto alle altre. Basti pensare che già nel 2018 aveva adottato, una delle prime aziende del lusso, la certificazione EP&L. Inoltre, grazie al [Environmental profit and loss](#) (una sorta di bilancio in grado di misurare profitti e perdite per l'ambiente) ha messo in atto innovazioni di processo che le hanno consentito, lavorando sulla propria filiera con il programma "*strap less program*", di ridurre le emissioni di CO2, l'utilizzo di acqua e di prodotti chimici.

Attraverso queste azioni, Gucci ha dato dimostrazione di saper riconoscere il cambiamento, riuscendo allo stesso tempo a dimostrare non solo la sua volontà di impegnarsi a favore di esso, ma anche il suo desiderio di volerne essere parte integrante. Questo è il quadro che si è delineato fino ad ora, alla luce dei dati disponibili e degli impegni assunti dalla Maison, ci si auspica che queste promesse vengano mantenute anche in un prossimo futuro.

Categoria: [Economia Circolare](#)

Tag: [#biodiversità](#), [#economiecircolare](#), [#Gucci](#), [#Kering](#), [#luxurybrand](#), [#moda](#), [#sostenibilitàambientale](#)

Web: [www.dirittoambientale.eu](http://www.dirittoambientale.eu)

