

«La strada della sostenibilità è irreversibile»

Global Fashion Agenda Parla la ceo Marchionni

Giulia Crivelli

«Ho lavorato in aziende che vivono di innovazione, ma ogni tanto mi sentivo dire di non esagerare, di non proiettarci sempre e comunque nel futuro. Da quando lavoro con l'industria globale della moda sull'infinito tema della sostenibilità, le mie proposte, le mie idee vengono accolte, ma allo stesso tempo mi si chiede sempre di spingermi oltre, di osare ancora di più. Mi sembra quasi di sognare, tanto mi è congeniale questo modo di lavorare».

In realtà, di sogni ne ha già fatti e realizzati molti Federica Marchionni, da pochi mesi ceo del Global Fashion Agenda (Gfa), la più importante organizzazione no profit sulla comunicazione della moda sostenibile. Il suo debutto è stato il mese scorso al sum-

mit di Copenhagen, dove vive (si veda Il Sole 24 Ore del 15 ottobre), ma torna spesso in Italia, anche per parlare, specie con platee di giovani, del libro autobiografico uscito il 22 ottobre, *Una testa piena di sogni* (Roi Edizioni).

Federica Marchionni ha "solo" cinquant'anni, ma una lunga carriera di manager di aziende assolutamente profit, al contrario del Gfa: è stata vicepresidente di Ferrari, presidente di Dolce&Gabbana Usa, nonché prima donna italiana al vertice di una società quotata a Wall Street, il gruppo di abbigliamento outdoor Lands' End.

«Bisognerebbe prima chiarire standard di valutazione e misurazione, perché l'industria globale della moda è un universo estremamente variegato, ma non sbagliamo se diciamo che consuma molte risorse, energia e materie prime – spiega Federica Marchionni –. È però altrettanto vero che ogni anello delle diverse e lunghissime filiere del sistema, più o meno globalizzate, è consapevole della necessità di un cambiamento e dispo-



Manager. Federica Marchionni ha appena pubblicato l'autobiografia *Una testa piena di sogni*

nibile a investire risorse economiche e culturali per farlo avvenire».

Niente bla bla bla, insomma? «Summit come quello di Copenhagen, ma anche G20 e Cop26, non sono mai solo parole o proclami. Nel caso

dell'industria della moda gli stimoli vengono però da ogni direzione: dai consumatori, specie i più giovani, agli investitori finanziari – aggiunge la ceo della Global Fashion Agenda –. Chi sta in mezzo, le aziende che producono e distribuiscono, devono trovare soluzioni innovative alle nuove esigenze. Di una cosa sono certa: il processo è irreversibile e ogni singolo passo avanti è positivo. Anzi, va bene pure fare due passi avanti e uno indietro, quello che conta è la direzione».

It takes a village to raise a child, recita un proverbio di origine africana molto usato nel mondo anglosassone e che potremmo tradurre così: servono gli sforzi dell'intero villaggio per crescere un bambino. «Per la transizione green, abbiamo bisogno dell'impegno del villaggio che chiamiamo globale e siamo nella fase iniziale della vita della moda sostenibile. Ma sono sicura che, una volta adulta, sarà una bellissima e consapevole persona», conclude Federica Marchionni.