

Stile e design

Imprese & prodotti

Grandi gruppi italiani

Morellato, una donna manager per spingere la sostenibilità

LAURA AMADIO

Tra i fiori all'occhiello del gruppo c'è "Live Diamond", ovvero i gioielli green che permettono di creare in laboratorio diamanti rubini, smeraldi e zaffiri grazie a un frammento di pietra preziosa

Stile, innovazione e grande attenzione alla sostenibilità. Per Morellato, il Gruppo italiano di gioielli ed orologi la creatività va di pari passo con tutto ciò che è eco friendly, rispetto dell'ambiente e dei diritti di chi lavora. E questo Gruppo che conta 13 marchi di successo come Morellato, Sector No Limits e Philip Watch, più tre licenze di gran nome, come Chloé Ferragamo, Maserati e Trussardi, è così focalizzato su una politica green tanto da avere pubblicato quest'anno il suo primo Bilancio di sostenibilità. Invece tutto è certificato e documentato. Non solo, ma in azienda, dal luglio dello scorso anno, è stata nominata una big manager con la delega alla sostenibilità. Lei è Cristina de' Stefani, amministratore delegato Finance & Corporate affairs ma anche azionista del Gruppo con il marito Massimo Carraro, che riveste il ruolo di presidente, e il cognato Marco, anche lui Cos.

«Il successo è sempre più esigente e i consumatori sempre più consapevoli dell'importanza di prodotti di gran classe ma che rispettano un codice etico a 360 gradi», spiega Cristina de' Stefani - «noi siamo pronti a soddisfare tutte le aspettative. Tra i fiori all'occhiello del gruppo c'è "Live Diamond", ovvero i gioielli green che permettono di creare diamanti ma anche rubini, smeraldi e zaffiri, partendo da un "seme", vale a dire un frammento di una pietra preziosa, che viene sviluppato in laboratorio. «Con questo processo si evitano danni all'ambiente, si abbattano le emissioni di gas serra, si consuma meno acqua ma anche meno energia e così, altrettanto fondamentale, si evita il lavoro in miniere sempre molto pericoloso. E allo fine, si ottengono diamanti e preziosi ecologici, molto belli, dai prezzi accessibili».

Ma per essere green bisogna agire su più fronti. E Cristina de' Stefani, racconta con orgoglio che il gruppo usa anche l'oro ricic-



Openoraggio



Cristina de' Stefani ad Finance & Corporate affairs di Morellato con la nuova delega alla sostenibilità

ciato, utilizza pelle rigenerata da scarti industriali per creare cinturini e per alcuni orologi vengono adottati movimenti che si caricano con l'energia solare. A tutto questo si aggiunge una attenzione particolare per il packaging sempre più ecologico e plastic free.

Il gruppo Morellato, presente in Italia e all'estero, ha avuto risultati economici eccellenti passando da un fatturato di 308 milioni a 305 milioni di euro, un aumento da record, frutto della sua vivacità commerciale, con una diversificazione di brand che per-

mette di avere un'ampia offerta di prodotti, che coprono tutte le necessità. Dall'orologio di alto livello al solito per il fidanzamento, dal piccolo gioiello alle fedeli, al bracciale allo collare.

La gamma dei prodotti è ampia e improntata a una sostenibilità documentata passo dopo passo, con una politica di trasparenza che si riflette anche nella gestione del personale. «Per noi la parità di genere è fondamentale - assicura l'openoraggio - la presenza femminile è elevata in tutti i reparti e tra le figure dirigenziali abbiamo 28 donne e 30 uomini. Non solo. Ma diamo ampio spazio ai giovani. Il 43 per cento dei dipendenti del gruppo sono under 30». E visto che la formazione del personale aderito alle vendite gioca un ruolo strategico dallo scorso anno, è nata l'Academy del Gruppo Morellato che coinvolge più di 1300 persone che lavorano in circa 250 punti vendita in Italia.

Il quartier generale di Morellato a Padova ed è immerso in un parco di 30 mila metri quadrati, dove i dipendenti possono pranzo all'aperto e stare in mezzo alla natura. Il ristorante interno ha cento posti a sedere, più un'area relax con divanetti e salottino, in cartone riciclati, e il calcio-ballina. Un welfare aziendale coerente con una produzione di gioielli e orologi sempre più attenta alla sostenibilità e rispettosa delle radici del gruppo. Che è nato nel 1980 muovendo i primi passi da una piccola bottega orafa di Verona.

Un'immagine di "Live Diamond", la nuova linea Morellato di gioielli green

Anteburgo

Montblanc una casa museo per celebrare la scrittura

Da oltre 113 anni il marchio Montblanc produce penne stilografiche. E per celebrare questa storia ora ad Anteburgo apre le porte della Montblanc Haus, un luogo dove fare un viaggio nel tempo dagli anni della fondazione dell'azienda nel 1908 fino a oggi, preservando gli artigiani e coloro che hanno utilizzato lo stile per lanciare un contributo all'umanità. Lo spazio, disposto su tre livelli e 3000 metri quadrati, si trova a pochi passi da via sede centrale e dal centro di produzione dove viene realizzata anche l'essicca Mentensthal, progettata da Nieto Sobrano Arquitectos. La silhouette nera dell'edificio con tonalità di bianco all'interno richiama la combinazione di colori della maison. All'interno ci sono opere



La Mentensthal di Montblanc, cuore del grande gruppo di Anteburgo

contenute in arte ad artisti come Woody Andres. La sua opera è realizzata in lana colorata con inchiostro. Nella cupola della Montblanc Haus si potranno ammirare anche l'opera sospesa dello Studio Marianne Guffy che ha fatto della carta il materiale protagonista nelle sue creazioni. «Abbiamo inaugurato una casa speciale per celebrare l'arte della scrittura», afferma il coo Nicolas Buentzel - «Ci auguriamo che diventi un punto di riferimento per Anteburgo, una città così importante per la nostra storia e l'identità». La Montblanc Haus invita i visitatori a sperimentare la magia della scrittura in un modo molto personale. Si possono provare le penne Montblanc e iniziare a scriverle con i propri pensieri. - R.A.