

GRUPPO PRADA / Solida cultura aziendale. Risultati finanziari importanti. E un quadro valoriale ben definito: cura degli ambienti di lavoro, attenzione a diversità e inclusione; salvaguardia dell'ambiente

Pianeta, persone e cultura, i tre pilastri della sostenibilità

Per Lorenzo Bertelli, Head of Corporate Social Responsibility, è fondamentale perseguire un modello di business capace di rispondere con agilità e coerenza alle sfide dei prossimi anni

Dici Prada e tutti pensano subito a un marchio italiano di successo internazionale. Apprezzato per la qualità dei prodotti. Per lo stile inconfondibile nella comunicazione. Per la capacità di dialogare con il consumatore finale. Dici Prada e tutti pensano alle sfilate. Alle inconfondibili boutique delle grandi città del mondo. Dici Prada e (quasi) nessuno si interroga sull'enorme lavoro che precede e produce tutto ciò che abbiamo appena descritto. Eppure, la realtà che appare dietro le quinte non è meno scintillante. Anzi... Solida cultura aziendale. Risultati finanziari importanti. E, un quadro valoriale ben definito: estrema cura degli ambienti di lavoro; attenzione alla diversità e all'inclusione; rispetto e salvaguardia dell'ambiente. In azienda li chiamano "percorsi sostenibili". E da tempo hanno deciso di abbracciarli. Perché la sostenibilità è per il Gruppo Prada (sei marchi internazionali nell'industria del lusso: Prada, Miù Miù, Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Lana Rossa) elemento imprescindibile alla base della cultura. Ha una rilevanza strategica nel processo di sviluppo. Viene considerata un asset decisivo per la tutela dell'identità e della re-



Lorenzo Bertelli, Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada dal 2020

Obiettivo Net-Zero entro il 2050

Respetto dell'ambiente: una strategia che prevede di raggiungere l'obiettivo di Zero emissioni entro il 2050. Che cosa significa? Un obiettivo molto ambizioso, che impatta l'organizzazione e la sua intera value chain. Nel Zero, infatti, significa ridurre le emissioni lungo tutta la filiera, fino al consumatore. Da tempo, il Gruppo Prada investe nell'efficiamento energetico con progetti che hanno interessato sia le sue sedi industriali, sia gli uffici e gli spazi retail: dall'acquisto di energia rinnovabile certificata, all'installazione di impianti fotovoltaici; dalla conversione all'illuminazione a LED alla sensibilizzazione dei dipendenti. Prada ha inoltre ottenuto un numero considerevole di certificazioni LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), confermandosi un'ecellenza nel settore del lusso. Nel 2020 è stato inaugurato, per la prima volta, il Carbon Footprint del Gruppo, tassello fondamentale nel percorso di riduzione delle emissioni di gas serra. Nel 2021, inoltre, sono stati approvati dalla Science Based Targets initiative (SBTi) due ambiziosi target: ridurre del 29,4% le emissioni dirette entro il 2026, rispetto all'anno 2019 e ridurre del 42% le emissioni indirette entro il 2029, sempre rispetto all'anno 2019.

putazione aziendale. Anni di scelte e azioni concrete lo testimoniano. L'impegno del Gruppo Prada per una gestione responsabile del business è efficacemente sintetizzato in tre pilastri, per cui si sviluppano specifiche linee di azione: il pianeta, le persone, la cultura. Per il pianeta, l'azienda mira ad adattare i propri processi aziendali per ridurre l'impatto, a mitigarne gli effetti sul clima, preservare gli ecosistemi e adottare un pensiero circolare. Creare un ambiente di lavoro inclusivo, creativo ed equo, promuovere la diversità, stimolare la creatività, sostenere la preservazione del know-how e garantire il benessere delle proprie persone sono i punti cardine della strategia per il secondo pilastro. Infine, sul fronte della cultura, il Gruppo intende contribuire al dibattito culturale, promuovere una cultura fondata sui principi della sostenibilità e partecipare all'evoluzione della ricerca scientifica. A ciascun pilastro della strategia, sono riconducibili i progetti di sostenibilità in cui il Gruppo è impegnato attivamente. Parliamo dal pianeta con alcuni dati. A fine 2021, il 53% dell'energia elettrica acquistata a livello globale proviene da fonti certificate rinnovabili. 13 sono gli impianti fotovoltaici di proprietà; 3 certificazioni LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) per Building Design & Construction; 57 per Interior Design & Construction; e 81 per Operation & Maintenance. Infine, l'89% della carta per il packaging è certificata o riciclata.

Persone: Sempre a fine 2021, Prada ha oltre 13.000 dipendenti su scala globale, il 62% dei quali sono donne. Una percentuale analoga di donne ricopre posizioni a livello di top management: 57%. 107 il numero delle diverse nazionalità presenti in azienda e l'89% dei contratti è a tempo indeterminato. Cultura, infine. Tre sedi permanenti di Fondazione Prada tra Milano e Venezia. Ben 14 tra mostre e progetti culturali nel 2021 precedenti, a partire dal 2015, di 38 mostre d'arte e di fotografia a Milano. Dal 2020 sono stati 13 gli appuntamenti online sulle neuroscienze. Dal 2004 si contano 27 progetti cinematografici.

Nel 2015, il Gruppo Prada pubblica il suo primo Report di Sostenibilità. Nel 2015 il documento segue, per la prima volta, gli standard GRI (Global Reporting Initiative) considerati una best practice a livello internazionale. Nel 2017, l'azienda organizza a Milano la prima di un ciclo di conferenze dal titolo "Shaping a Future" per partecipare al dibattito sui cambiamenti in atto nella società contemporanea. Nel 2019 costituisce il proprio Diversity & Inclusion Advisory Council e nello stesso anno aderisce al Fashion Pact, presenta la collezione Prada Re-Nylon in nylon rigenerato, ed è la prima azienda del settore del lusso a sottoscrivere un Sustainability-

SEA BEYOND, un programma che educa alla preservazione del mare

L'attraverso SEA BEYOND, programma educativo promosso in collaborazione con la Commissione Oceanografica Intergovernativa (IOC) dell'UNESCO, il Gruppo Prada persegue un obiettivo ben definito: la sensibilizzazione sui temi della sostenibilità e della preservazione del mare e delle sue risorse. SEA BEYOND è sostenuto da una percentuale delle vendite della collezione Prada Re-Nylon, realizzata con nylon rigenerato ottenuto dal riciclo di materiali plastici recuperati negli oceani (come le reti da pesca), nelle discariche o derivanti dagli scarti di fibre tessili provenienti da tutto il mondo. Dal debutto, nel 2019, il programma ha raggiunto circa 300 studenti delle scuole secondarie internazionali e nel 2021 ha avuto avvio la sua seconda edizione che prevede un nuovo ciclo di lezioni, condotte da esperti di ocean literacy e dedicate ad una rete di scuole in tutto il mondo per approfondire 10 sfide del Decennio del Mare per lo Sviluppo Sostenibile. Come per la prima edizione, anche quest'anno è stato proposto agli studenti di partecipare a un contest per interpretare - con testi, grafici o contenuti interattivi - una delle 10 sfide del Decennio del Mare. Gli elaborati saranno selezionati da una giuria internazionale presieduta da Prada e UNESCO e i vincitori saranno premiati a Lisbona, il 29 giugno, nel corso di un evento inserito nel calendario ufficiale della UN Ocean Conference. Il 4 maggio, invece, nella sede veneziana di Fondazione Prada, il Gruppo e UNESCO-IOC hanno presentato il progetto didattico per bambini "Kindergarten of the Lagoon" (Asilo della Laguna), un programma di lezioni all'aria aperta per le scuole materne di Venezia, che saranno invitate a partecipare sulla base della loro programmazione e dell'interesse a sperimentare attività di outdoor education.



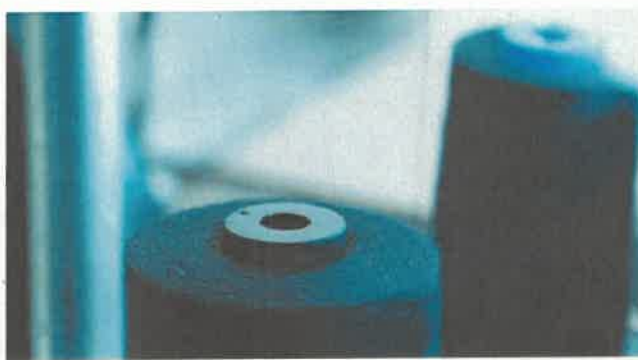
Sea Beyond, il progetto di sensibilizzazione alla preservazione del mare

La diversity, una ricchezza da proteggere e sviluppare

La capacità del Gruppo Prada di anticipare i cambiamenti in atto nella società ha influenzato lo sviluppo dell'industria della moda per oltre un secolo e continua a mettere in collegamento tra loro personalità e menti creative di tutto il mondo, accomunate dalla passione per l'innovazione, lo stile e la qualità. Parole di Maika Savell, Chief Diversity, Equity & Inclusion Officer per Prada North America da ottobre 2020. Responsabile dello sviluppo di politiche, strategie e programmi che garantiscono una rappresentazione di culture e punti di vista diversificati a tutti i livelli dell'azienda, una vasta esperienza internazionale sul fronte della diversity maturata nelle aziende del lusso, Maika collabora con la leadership del Gruppo in tutti i Paesi per rafforzare una cultura inclusiva e garantire la valorizzazione dei talenti e con i team creativi di stylist e designer. Inoltre, nel 2019, il Gruppo Prada ha costituito il suo Diversity & Inclusion Advisory Council, presieduto da Theaster Gates, artista, innovatore sociale e fondatore di Theaster Foundation e del quale fanno parte anche Joyce E. Brown, presidente del Fashion Institute of Technology (FIT), Mariacrista Cutillo, Chief of Strategic Partnerships nella divisione Communications and Strategic Partnerships dell'UNEP, l'agenzia delle Nazioni Unite per la salute sessuale e riproduttiva, e Sarah Lewis, Associate Professor di Storia dell'arte e dell'architettura e di Studi africani e afroamericani all'Università di Harvard. Il Council è un organo consultivo indipendente che ha il compito di supportare la conoscenza e lo sviluppo dell'azienda in materia di sostenibilità sociale e di suggerire iniziative a sostegno della diversità e dell'inclusione nel settore della moda. Dal 2021, il Gruppo è attivo nello sviluppo di programmi concreti su questi temi.



Alcuni speaker durante l'evento del Diorchester Industries Experimental Design Lab



Re-Nylon, il nylon rigenerato che ha sostituito il nylon vaigine nei prodotti Prada

Linked Loan con Crédit Agricole (a cui ne seguirono altri tre, rispettivamente con la giapponese Mizuhara e le italiane Unicredit e Intesa San Paolo). Nel 2020, il Gruppo Prada misura per la prima volta la sua carbon footprint, passaggio fondamentale per definire la strategia climatica a regola dell'approvazione, da parte della Science Based Targets Initiative (SBTi), dei propri obiettivi di riduzione delle emissioni di gas serra. All'inizio di quest'anno, inoltre, il Consiglio di Amministrazione nomina due esperti di sostenibilità - Pamela Coljeppe e Anna Maria Ruggieri - che, insieme a Lorenzo Bertelli, costituiscono il Comitato di Sostenibilità, rafforzando la governance dedicata all'individuazione di proposte e implementazione di progetti in ambito ESG. Infine, un importante traguardo - raggiunto a fine 2021 - è rappresentato dalla totale ricorrenza di nylon vergine a nylon rigenerato (vedi box), materiale riciclato attraverso il quale il Gruppo finanzia il programma educativo Sea Beyond (vedi box), oggi alla sua seconda edizione, in partnership con la Commissione Oceanografica Intergovernativa dell'UNESCO. In occasione della pubblicazione degli ultimi dati relativi al 2021, Lorenzo Bertelli ha sottolineato che ritiene "fondamentale perseguire un modello di business più sostenibile, capace di rispondere con agilità e coerenza alle sfide sempre più complesse dei prossimi anni, grazie anche all'indispensabile coinvolgimento dei nostri principali stakeholder". Ciò spiega perché Prada intenda realizzare gli obiettivi fissati dai tre pilastri di sostenibilità attraverso l'implementazione di target concreti e ambiziosi, che ne monitorino il raggiungimento. Capito, ora, che cos'è il Gruppo Prada dietro le quinte?