

COVER STORY/1

# Prada apripista nella sostenibilità

Intervista al presidente  
Carlo Mazzi:

«Ci lavoriamo da anni,  
è ora di comunicarlo  
nel dettaglio»

di **Giulia Crivelli**

«Pur senza codificarli o misurarli, comunicarli, definirli, abbiamo sempre seguito principi di responsabilità sociale e ambientale. Credo che il gruppo non sarebbe, in poco più di trent'anni, diventato quello che è se non fosse stato così: nella moda forse ancora più che in altri settori, per crescere in termini di fatturato e di notorietà servono valori e beni intangibili. Che poi tanto intangibili non sono».

Carlo Mazzi introduce così la decisione del gruppo Prada di compilare il suo primo Bilancio Sociale e di organizzare un forum, che si terrà lunedì prossimo a Milano alla Fonda-

**Lunedì a Milano la presentazione del primo Bilancio sociale del più grande gruppo italiano della moda**

zione Prada, per parlare di Corporate social responsibility (Csr) e di quello che significa per il più grande gruppo della moda italiano (1,8 miliardi il fatturato del primo semestre 2015, con un ebit di 293 milioni). Si entrerà nel dettaglio, toccando ogni tema, dal lavoro all'ambiente, alla cultura: per il 2013 e il 2014 è

stato pubblicato un Report sulla sostenibilità; lunedì 14 dicembre sarà lanciato il sito dedicato (<http://csr.pradagroup.com>) e dall'anno prossimo verrà editato un vero e proprio Bilancio sociale.

**Perché questa decisione di trasparenza sulla sostenibilità? È un'esigenza vostra o una richiesta dei vari stakeholder?**

Mettiamola così: è una naturale esigenza del gruppo e dei suoi vertici. La responsabilità sociale e ambientale è un tema di cui si parla sempre più spesso e corrisponde sicuramente a un comune sentire delle persone e quindi, parlando di stakeholder di un'azienda quotata, anche della comunità finanziaria, degli investitori, piccoli e grandi, nonché di tutta la clientela. Ma ripeto: per noi è sempre stato naturale seguire certi principi e ora è altrettanto naturale comunicarli nel modo più chiaro.

**Partendo dalla cultura, vista anche la sede del forum, la nuova Fondazione?**

Quello che mi ha sempre colpito dell'impegno del gruppo e in particolare di Miuccia Prada a favore dell'arte della cultura in generale, è, ancora una volta, la naturalezza della scelta. Tutto quello che la Fondazione ha fatto, a partire dal 1993, nasce da un desiderio personale di Miuccia Prada, sostenuta dal marito Patrizio Bertelli. Da una spinta fortissima a conoscere, capire, essere stimolata dall'arte. Il successo economico del gruppo ha permesso di amplificare questa spinta e di coinvolgere tantissime persone. Ma credo che l'arte avrebbe appassionato la signora Prada qualsiasi percorso di vita avesse intrapreso.

**È lo stesso per Patrizio Bertelli?**

Pochi sanno che il nostro ceo, che conosco da quando eravamo ragazzi in provincia di Arezzo, da giovane si divertiva a dipingere, ogni tipo di quadri, astratti e figurativi. Ha un approccio diverso rispetto a Miuccia Prada, ma ha sempre condiviso l'investimento economico e di energie nella Fondazione.

**I grandi gruppi francesi e americani hanno quasi frastornato i rispettivi stakeholder con bilanci sociali e iniziative affini. Sentite di aver accumulato un ritardo di comunicazione sul tema?**

Ripeto: abbiamo sempre seguito principi di responsabilità sociale e ambientale, oltre che culturale, andando oltre i requisiti di legge e facendo scelte innovative senza per forza sbandiarle. Però, sì, è ora di far capire che la Csr del gruppo va al di là della Fondazione.

**Ci fa qualche esempio?**

Gli stabilimenti: quello più nuovo, a Valvignà (Arezzo), è una vera e propria fabbrica giardino, pensata dall'architetto Guido Canali per creare il miglior ambiente di lavoro nel rispetto del territorio. Ma sono gli stessi principi che seguimmo per la sede di Montegrano, che risale al 1985 e per quella, più recente, di Montevarchi. Esigenza naturale o necessità? Entrambe: siamo convinti che la qualità dei nostri marchi, il fascino di ogni cosa che disegniamo e produciamo e vendiamo è legata alla qualità del lavoro delle persone.

**È il rasoio di Occam: bisogna cercare la spiegazione più semplice anche alla Csr?**

Sì. Però è vero che le nuove generazioni, in tutto il mondo, sono molto più attente a questi temi rispetto a quelle passate. Viene loro naturale considerare un'azienda non solo per quello che fa ma per come lo fa. È un'evoluzione culturale inarrestabile, noi ne facciamo parte a pieno titolo. Anzi, forse l'abbiamo anticipata.

**Il gruppo Prada è al centro di un network di aziende. Il vostro esempio può cambiare intere filiere?**

Succede già: siamo molto selettivi nella scelta dei fornitori. Acquistiamo le materie prime principalmente da quelli con cui abbiamo un rapporto consolidato e di comprovata qualità e affidabilità, nonché di rispetto del nostro Codice etico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA







**In passerella a Milano.** Un momento della sfilata **Prada** dello scorso settembre, con le collezioni per la primavera-estate 2016

## La Fondazione Prada

### 1993

#### PRIMA SEDE, MILANO

Ha ospitato, fino alla chiusura, nel 2010, 24 mostre

### 2011

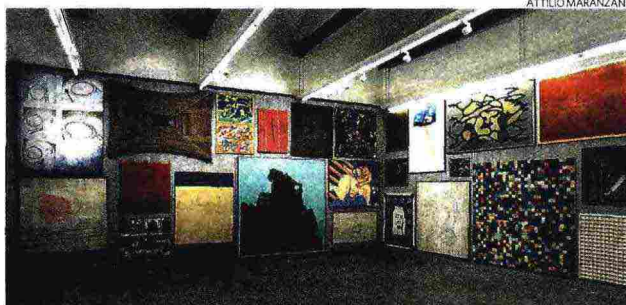
#### CA' CORNER, VENEZIA

Quattro le mostre collettive ospitate fino a oggi in Laguna

### 2015

#### LARGO ISARCO

La nuova sede, aperta in maggio, occupa 18.900 mq

ATTILIO MARANZANO


## Restauro della Galleria Vittorio Emanuele

### 35mila

#### ORE DI LAVORO

Dedicate al restauro, fatto con Versace e Feltrinelli

### 14mila

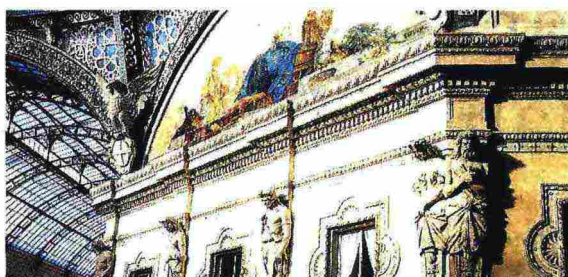
#### METRI DI OPERE

Restituite allo stato originale: affreschi, stucchi, intonaci

### 1913

#### PRIMO NEGOZIO

Fu aperto in Galleria da Mario **Prada**, nonno di Miuccia



## La fabbrica-giardino di Valvigna

### 14mila

#### METRI DI PRATO

74mila le piante tappezzanti, 8.700 le rampicanti

### 19,5

#### TONNELLATE CO2

Assorbite grazie al verde inserito a Valvigna (Arezzo)

### -60%

#### RISPARMI ENERGIA

Ottenuti nelle sedi di Montegrano, Buresta e Ancona

PALLADINO/STUDIO LUNELLI


## **Prada: A Sustainability Pioneer**

*Interview with Chairman Carlo Mazzi: "We have been working for years and now we are announcing it in detail"*

by Giulia Crivelli

"Without codifying them or measuring them, disclosing them, or defining them, we have always followed the principles of social and environmental sustainability. I do not feel that the group would have become what it is today, in just over 30 years, unless this had been the case: in fashion even more than in other sectors, growing in terms of revenues and notoriety requires intangible values and assets. But then they are not so intangible."

This is how Carlo Mazzi introduces the Prada group's decision to produce its first social balance sheet and organize a forum, to be held next Monday at the Prada Foundation in Milan, to speak of corporate social responsibility (CSR) and what it means for Italy's largest fashion group (1.8 billion in sales in the first half of 2015, with EBIT of 293 million). They will provide details on each topic, from work to environment to culture: a sustainability report was published for 2013 and 2014; a dedicated website (<http://csr.pradagroup.com>) will be launched on Monday, 14 December, and a full social balance sheet will be published in 2016.

**Why this decision of transparency on sustainability? Is this an internal requirement or a request from various stakeholders?**

Let's put it this way: it is a natural requirement of the group and its top management. Social and environmental responsibility is increasingly discussed and certainly reflects a common feeling of people and therefore, speaking of stakeholders of a listed company, also the financial community, large and small investors, and all our customers. But I repeat: it has always been natural for us to follow certain principles and now equally natural to disclose them in clear terms.

**Starting with culture, since the venue is the new Foundation?**

What has always impressed me about the commitment of the group, and particularly Miuccia Prada, in favor of art and culture in general, is again the naturalness of the policy. Everything the Foundation has done since 1993 reflects a personal desire of Miuccia Prada, sustained by her husband Patrizio Bertelli. She gives a strong impetus to learning, understanding, being stimulated by art. The financial success of the group has amplified this impetus and involved many people. But I feel Ms. Prada would have had this passion for art whatever career she had chosen.

**Is the same true for Patrizio Bertelli?**

Few people know that our CEO, whom I have known since we were boys in Arezzo province, as a lad loved to paint any type of subjects, abstract and figurative. He had a different approach from Miuccia Prada but has always agreed with the investment of funds and energy in the Foundation.

**The major French and American groups have almost buried their stakeholders with social balance sheets and related initiatives. Do you feel you are late in communicating about the system?**

I repeat: we have always followed principles of social and environmental as well as cultural responsibility, going beyond legal requirements and making innovative choices without

flaunting them. But the time has come to announce that the group's CSR goes beyond the Foundation.

### **Some examples?**

The plants: the new one at Valvigna (Arezzo) is a veritable garden-factory designed by architect Guido Canali to create the best working environment and safeguard the land. We followed the same principles for the Montegranaro offices (1985) and the more recent offices at Montevarchi. Natural requirement or necessity? Both: I am convinced that the quality of our brands, the appeal of everything we design, produce and sell is linked to the work quality of our people.

### **Is it Ockam's razor: seek the simplest explanation also for CSR?**

Yes, but it is true that the new generations worldwide are much more attentive to these issues than preceding ones. It is natural for them to consider a company not only for what it does but for what it is. It is a relentless cultural evolution, and we subscribe to it fully. In fact, we may have anticipated it.

### **The Prada group stands at the center of a network of companies. Can your example change the entire production chain?**

It is already happening: we are highly selective in choosing our suppliers. We acquire raw materials primarily from those with whom we have a longstanding relationship and of proven quality and dependability, as well as compliance with our code of ethics.

Page 2

The Prada Foundation		
1993	2011	2015
First venue, Milan Hosted 24 expositions up to its closing in 2010	Ca' Corner, Venice Four collective expositions hosted so far	Largo Isarco The new location, opened in May, occupies 18,900 sq.m

Restoration of the Galleria Vittorio Emanuele		
35,000	14,000	1913
Man-hours Dedicated to the restoration with Versace and Feltrinelli	Meters of work Restoration of frescoes, stuccos and plastering to their original state	First store Opened in the Galleria by Mario Prada, Miuccia's grandfather

The garden-factory of Valvigna		
14,000	19.5	- 60%
Meters of lawn 74,000 groundcover plants, 8,700 climbers	Tons of CO <sub>2</sub> absorbed by green at Valvina (Arezz)	Energy savings Obtained at the Montegranaro, Buresta and Ancona sites

Caption: The catwalk at Milan. A moment in the Prado show last September with collections for spring/summer 2016.