

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

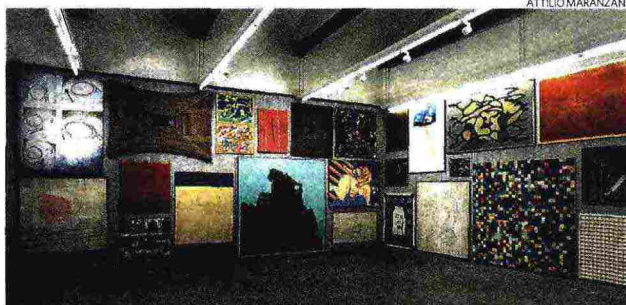
Quattro le mostre collettive ospitate fino a oggi in Laguna

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

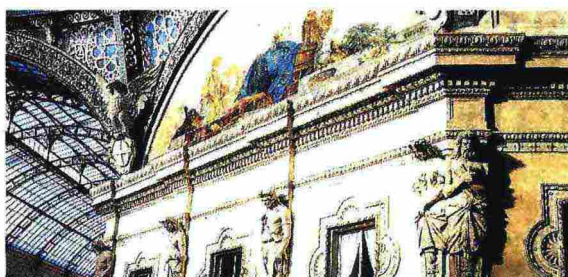
METRI DI OPERE

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

PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

