



A Nizza rafforzata la partnership tra Unesco e Prada per tutelare gli oceani

Sea Beyond/1. In occasione della terza conferenza dell'Onu e nell'ambito del progetto lanciato nel 2019, è stato annunciato un fondo per aumentare il sostegno a progetti di educazione e di ricerca, grazie a un contributo di 2 milioni del gruppo italiano

Pagina a cura di

Giulia Crivelli

La notizia di due giorni fa che la temperatura del Mediterraneo è salita di 4°C oltre la media normale di inizio giugno. Il fenomeno si chiama *marine heatwave* ed è una delle conseguenze del cambiamento climatico. Il mare più colpito è il Mediterraneo centro-occidentale, ha spiegato Lorenzo Tedici de ilmeteo.it, ed entro domani, per quanto riguarda il nostro Paese, anche l'aria si scalderà oltre le medie di fine primavera: ci saranno 36°C quasi ovunque, con punte di 40° al Sud e 42° in Sardegna.

È solo l'ultimo dei segnali in ordine di tempo e per quanto riguarda l'Italia e il mare nostrum, dei pericoli che corriamo tutti e dei quali i mari – e tutte le forme di vita che li abitano – ci stanno preallertando da tanto tempo, in gran parte, sembrerebbe, inascoltati. Ci sono però pure molte persone – scienziati, ma anche cittadini comuni –, aziende e istituzioni che gli allarmi li ascoltano, eccome. E si muovono per invertire la rotta del cambiamento climatico. Come dimostra il progetto Sea Beyond, nato nel 2019 in seno all'Onu e che, grazie al forte sostegno del Gruppo Prada, sta raggiungendo traguardi importanti. Il più recente è di lunedì scorso, in occasione del primo giorno della UNOC3, la terza Conferenza delle Nazioni Unite sull'Oceano, che ha richiamato a Nizza leader da tutto il mondo ed è iniziata a ridosso della Giornata mondiale dell'oceano, che si svolge ogni anno l'8 giugno.

Il Gruppo Prada e Unesco hanno annunciato il lancio del Sea Beyond-

Multi-Partner Trust Fund for Connecting People and Ocean, con un contributo iniziale di 2 milioni di euro da parte di Prada. Come dice il nome stesso (Multi-partner) l'obiettivo è che il gruppo fondato da Patrizio Bertelli e Miuccia Prada faccia da apripista: il fondo – è stato spiegato il 9 giugno – mobilerà le risorse finanziarie di partner diversi «con l'obiettivo di contribuire a ripristinare il rapporto tra l'umanità e l'oceano, coerentemente con uno degli obiettivi del Decennio delle Scienze del mare per lo sviluppo sostenibile, coordinato dall'Unesco». L'accordo di Nizza è stato firmato da Audrey Azoulay, direttrice generale dell'Unesco, e da Lorenzo Bertelli, nel suo doppio ruolo di Head of corporate social responsibility del Gruppo Prada e di Executive director e Patron of the Ocean Decade Alliance.

Prada è il più importante gruppo della moda italiano: controlla, oltre al marchio che gli dà il nome, Miu Miu, Car Shoe, Church's e Marchesi 1824 e il 10 aprile ha annunciato l'acquisizione di Versace dagli americani di Capri Holdings (si veda Il Sole 24 Ore dell'11 aprile) per 1,25 miliardi, rafforzando ulteriormente il suo primato. L'impegno su sostenibilità ambientale (e sociale) viene da lontano e oggi (si veda anche l'intervista in pagina a Lorenzo Bertelli) è parte integrante della cultura aziendale e comprende – come dimostra il finanziamento del fondo appena lanciato a Nizza – anche un notevole impegno economico. Il Gruppo Prada è tra le pochissime eccezioni al rallentamento del settore dell'alta gamma: nel 2024 i ricavi sono cresciuti del 15% a 5,43 miliardi e





l'utile netto è arrivato a 839 milioni (+25% rispetto al 2023). Forse non è azzardato legare i percorsi che il gruppo ha portato avanti in parallelo, quello di crescita economica e solidità finanziaria e quello di sostenibilità ambientale.

Tornando al Sea Beyond-Multi-Partner Trust Fund for Connecting People and Ocean, a Nizza è stato spiegato che accoglierà nuovi partner a partire da gennaio 2026 e che punta ad aumentare la coerenza e a ridurre la frammentazione dei progetti, offrendo un approccio strutturato e sistematico al finanziamento. Il fondo creerà inoltre sinergie per migliorare la cooperazione tra le parti interessate di diversi settori, quale punto di incontro tra istituzioni, aziende private, università, Ong, educatori e comunità scientifica. «Dobbiamo proteggere l'oceano e ripensare il nostro rapporto con esso, un cambiamento che inizia nelle aule scolastiche. Attraverso Sea Beyond, l'Unesco e Prada Group stanno dando forza a una nuova ge-

nerazione affinché possa comprendere meglio e proteggere l'oceano – ha sottolineato Audrey Azoulay -. Il nuovo programma finanzia iniziative guidate dai giovani in ogni continente, rafforzando educazione e cultura oceanica».

Il Sea Beyond-Multi-Partner Trust Fund sarà supportato da un Comitato scientifico, composto da rappresentanti di diversi ambiti delle scienze oceaniche e dell'educazione all'oceano e i progetti che potranno beneficiare del sostegno finanziario saranno selezionati con il supporto di questo comitato, che riporterà al Comitato esecutivo del fondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La direttrice generale Unesco Audrey Azoulay: «Vogliamo dare forza alle nuove generazioni e al loro impegno»



Obiettivo del «Sea Beyond-Multi-Partner Trust Fund» è anche creare sinergie tra Ong, università e istituzioni





► 14 giugno 2025



Imparare divertendosi.
Qui sopra, uno dei bambini che ha partecipato alle "sessioni di disegno" organizzate da Sea Beyond a Nizza. A sinistra, una barca a vela pronta a imbarcare un gruppo di bambini a fianco di educatori e ricercatori.



In Francia.
Qui sopra, la presentazione del fondo Unesco-Gruppo Prada. A lato, un ricercatore nei fondali marini.





«Credo in alleanze durature tra pubblico e privato»

L'intervista

Lorenzo Bertelli

Head of Csr del Gruppo Prada

A raccontare il percorso di Sea Beyond e l'importanza delle partnership tra privati e istituzioni è Lorenzo Bertelli, head of Corporate social responsibility (Csr) del gruppo Prada, che nel progetto ha messo passione, tempo ed entusiasmo.

Si aspettava un percorso così ricco di sorprese e in costante arricchimento di iniziative, quando avete iniziato, nel 2019?

Ci siamo sorpresi anche noi di come Sea Beyond sia cresciuto in oltre cinque anni e di come sia stato possibile diversificare le attività che seguiamo con la validazione scientifica della Commissione Oceanografica Intergovernativa (Cio) dell'Unesco. Siamo partiti con un progetto pensato per le scuole secondarie nel mondo e negli anni abbiamo mantenuto un approccio inclusivo per aprirci anche ad altre opportunità, come il sostegno alla ricerca scientifica e la collaborazione con esperti che portano l'educazione all'oceano sul territorio.

Il mondo è stato "accelerato" dalla rivoluzione digitale e ancora di più dall'1a generativa. Pensa che questa modificherà la comunicazione su iniziative come la vostra?

L'intelligenza artificiale, come la vediamo oggi, è uno strumento potente che cambierà le dinamiche del lavoro e della società in generale, ma non sarà una vera e propria rivoluzione, quanto più un'accelerazione di processi che sono già in atto. La comunicazione è da decenni al centro di

trasformazioni sostanziali, da internet al telefono cellulare, fino ai social media. Con l'1a generativa sempre più persone potranno produrre contenuti in breve tempo. E se anche solo alcuni di questi contenuti saranno utili ad amplificare messaggi positivi per la tutela dell'oceano e del pianeta, sarà una grande opportunità.

Come valuta l'attuale "resistenza" che soffia soprattutto dagli Stati Uniti a proseguire sulla strada della sostenibilità ambientale?

Purtroppo, anche nell'impegno per un mondo veramente a misura di persona si procede per cicli e non dipende solo dalla politica. Siamo attraversando una fase delicatissima, nella quale sembra che la sostenibilità sia passata di moda. Il fatto è che non si è di fronte a una moda ma a un'esigenza imprescindibile, di sopravvivenza vera e propria per la nostra specie. Il ruolo dell'Europa può essere decisivo. Abbiamo l'occasione di fare la differenza e non dobbiamo perderla. Servono educazione, formazione, cultura, tutti valori che sono insiti nella storia e spero nel futuro del Vecchio continente. Come Gruppo Prada ci impegniamo a difendere la sostenibilità, senza perdere entusiasmo e senza passi indietro rispetto agli impegni che abbiamo preso.

I cittadini e consumatori sono più avanti dei politici?

Partiamo dal presupposto che anche i politici sono cittadini e consumatori e quindi, come legislatori, posso trarre ispirazione dalle scelte quotidiane a cui sono chiamati. La politica ha grandi responsabilità nei riguardi della comunità, perché è chiamata ad amministrare il bene pubblico e a indirizzare le scelte di un Paese, o di più nazioni, se si pensa al ruolo di





organizzazioni come Unesco. Fondamentale è dunque l'ascolto, ma soprattutto la collaborazione tra pubblico e privato. Questo confronto può, anzi deve, essere virtuoso e costruttivo. Mentre il settore privato può dare un contributo sostanziale attraverso investimenti e visibilità delle cause, temi ampi come l'educazione e la salvaguardia dell'ambiente rimangono una responsabilità pubblica. Ecco perché abbiamo promosso con Unesco-Coi la prima Ocean Literacy World Conference a Venezia lo scorso giugno.

Di quale parte del progetto è più fiero?

Sea Beyond è un puzzle fatto di tanti pezzi preziosi, ma forse il progetto che mi appassiona di più è l'Asilo della Laguna, che conduciamo con Unesco-Coi dal 2023, un ciclo di lezioni all'aria aperta per i bambini veneziani in età prescolare. Credo che il modo più efficace per sensibilizzare le persone sia ciò che ci provoca vivere in prima persona un'esperienza. Anche per me è stato così: assistere agli effetti del cambiamento climatico sulle montagne dove sciavo da ragazzo

con la mia famiglia mi ha messo di fronte alla realtà e per questo sono un forte sostenitore di progetti basati sull'esperienza diretta, come l'Asilo della Laguna.

A Barcellona, nel 2024, avete "approfittato" della Coppa America per promuovere Sea Beyond. Farete lo stesso a Napoli

nella prossima edizione?

Perché no, in fondo è stata un'esperienza molto positiva. Ma quale forma prenderà il rapporto tra Luna Rossa e Sea Beyond in futuro non possiamo dirlo ora. Possiamo dire però che a noi piace fare sinergie.

È importante che le due "avventure", vela e tutela degli oceani, comunichino tra loro?

La passione per l'oceano e per la vela, che condivido con la mia famiglia, è ciò che lega queste due avventure. È naturale che ci siano dei punti di contatto, perché anche con Luna Rossa vogliamo trasmettere un messaggio di salvaguardia dell'oceano e in occasione della scorsa America's Cup abbiamo ospitato i loghi Unesco e Sea Beyond sulla randa di Luna Rossa e abbiamo portato a Barcellona l'Ocean & Climate Village, una mostra itinerante di Unesco-Coi dedicata all'oceano e pensata per i giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al vertice. Lorenzo Bertelli

