



IN OCCASIONE DELLA GIORNATA MONDIALE DELL'AMBIENTE,
GUCCI LANCIA "GUCCI EQUILIBRIUM",
IL NUOVO PORTALE CHE COLLEGA LE PERSONE CON IL PIANETA E IL SENSO DI SCOPO.

MILANO, 5 giugno 2018 – Oggi, in occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente, Gucci presenta *Gucci Equilibrium* (equilibrium.gucci.com), un portale che vuole connettere le persone con il pianeta e il senso di scopo. Il lancio fa parte del piano decennale del marchio volto a integrare una strategia di sostenibilità globale all'interno del marchio e che ne ispiri tutte le attività, secondo una *Culture of Purpose*.

Come parte della propria missione, Gucci è profondamente impegnata nel realizzare prodotti di assoluta qualità nel rispetto di una chiara agenda di sostenibilità. Gucci è inoltre in prima linea sul tema della parità di genere attraverso CHIME FOR CHANGE, la campagna di empowerment a favore di donne e ragazze svantaggiate.

Marco Bizzarri, Presidente e Amministratore Delegato di Gucci, ha affermato: "Gucci non è un'azienda dove i valori sono parole vuote e lasciate fuori dalla porta. I nostri valori sono invece continuamente applicati e rafforzati in azienda. *Gucci Equilibrium* è quindi un modo efficace per diffondere questa energia positiva nei confronti di tutti coloro che amano il marchio."

Secondo Bizzarri, "ognuno di noi, in questi tempi particolarmente complessi, ha un ruolo nel sostenere i Global Goals definiti dalle Nazioni Unite e l'Accordo sul clima di Parigi. L'unica via è coinvolgere le persone intorno a questi obiettivi, condividere idee, spirito di innovazione ed esperienze. Questo è l'obiettivo che ci poniamo con *Gucci Equilibrium*."

Da oggi, tutto il mondo può accedere a *Gucci Equilibrium* su equilibrium.gucci.com. Le storie, le idee e le scoperte che stanno dietro al cambiamento dell'impatto sociale ed ambientale sono illustrate in modo chiaro e convincente, portando la prospettiva di Gucci a incidere su alcune delle maggiori problematiche della nostra epoca.

Gucci Equilibrium poggia le sue basi sulla *Culture of Purpose* di Gucci, che definisce e ispira le attività quotidiane del marchio e si articola su tre dimensioni: ambiente, persone e nuovi modelli di innovazione sostenibile.

Ambiente - Gucci si impegna a ridurre il proprio impatto ambientale e fissa obiettivi ambiziosi per creare un nuovo standard nel retail del settore lusso, garantendo, ad esempio, la tracciabilità del 95% delle materie prime. Gucci ha aperto la strada allo sviluppo di *Scrap-less*, un programma condotto in collaborazione con le concerie per trasformare il profilo ambientale dell'industria della pelletteria. *Scrap-less* ha ridotto significativamente la quantità di pellame trattato nel corso del processo di lavorazione, con la conseguente riduzione nel consumo di energia e acqua e nell'utilizzo di sostanze chimiche. Inoltre, soltanto attraverso il trasporto dalle concerie alle fabbriche di pellame utilizzabile si riduce l'emissione di gas serra.

Persone – Gucci riconosce il valore dei suoi dipendenti, si impegna a migliorare la vita delle persone che realizzano i propri prodotti, nonché al sostegno delle comunità. Un esempio del modo in cui Gucci consegue questi obiettivi è costituito dalla gestione responsabile e innovativa della sua supply chain - Gucci è stata tra l'altro insignita del *The Green Carpet Fashion Award* per l'Innovazione Sostenibile nel 2017. Gucci si impegna inoltre a combattere gli squilibri e le disuguaglianze di genere. Il 59% del senior management del marchio fiorentino è costituito da donne. Inoltre, Gucci si batte per sostenere la diversità, l'inclusione e l'empowerment delle donne e delle ragazze. Gucci è stato inoltre il primo marchio della moda di lusso a far parte di Parks – Liberi e Uguali – un'associazione di datori di lavoro che aiuta le aziende a realizzare le strategie e le strutture adeguate per attuare i propri valori e rispettare la diversità nella nostra società.

Gucci Equilibrium presenta il progetto *I was a Sari*, un'impresa sociale fondata da Stefano Funari, che rappresenta perfettamente l'impegno di Gucci a favore dell'empowerment sociale e dell'economia circolare. L'iniziativa prevede la collaborazione con donne di comunità marginalizzate di Mumbai, realizzando l'up-cycling dei sari e insegnando nuove competenze al fine di offrire a queste donne, per la prima volta, un reddito costante e delle opportunità di lavoro. Grazie alla creatività, al prestigio e alle competenze strategiche di Gucci, *I was a Sari* rappresenta un ulteriore passo avanti nel settore della moda a vocazione sociale. Una componente centrale della partnership comprende l'up-cycling di avanzi di pellame di scarto e materiali tessili per produrre un design unico. Lavorando con i fornitori locali di Gucci specializzati in ricami, il primo team di artigiane del progetto sta approfondendo le tecniche di ricamo più raffinate. Questo progetto ha aperto alle donne un'opportunità all'interno del settore dell'industria dell'abbigliamento che non era precedentemente prevedibile.

(<http://equilibrium.gucci.com/i-was-a-sari/>).

Nuovi Modelli – Gucci continua a sviluppare nuove soluzioni applicando innovazioni tecniche volte a migliorare l'efficienza della propria produzione e logistica. Gucci ArtLab, inaugurato nell'aprile 2018, occupa un'area di 37.000 metri quadri, con oltre 800 dipendenti all'interno di un ambiente da start-up ed innovativo, unendo lavorazione artigianale e sperimentazione. Gucci collabora con fondi incubatori e programmi di accelerazione per favorire innovazioni dirompenti, identificare start-up innovative e promuoverne lo sviluppo in senso lato. Gucci sta anche lavorando sull'implementazione di un programma innovativo che permetterà ad ogni dipendente di dedicare l'uno per cento del proprio orario di lavoro ad attività di volontariato, con un evidente impatto positivo sulle singole comunità locali.

Gucci

Fondata a Firenze nel 1921, Gucci è uno dei più importanti brand nel settore dell'abbigliamento di lusso, con una prestigiosa reputazione fondata su creatività, innovazione e lavorazione artigianale italiana. Gucci fa parte del Gruppo Kering, leader mondiale nel campo dell'abbigliamento e degli accessori e controlla un portafoglio di importanti brand nel settore lusso, sport e lifestyle.

Per ulteriori informazioni su Gucci, vi invitiamo a visitare il sito www.gucci.com

Gucci Equilibrium

Un programma e un portale dedicato a connettere le persone con il pianeta e il senso di scopo. Progettato per un'audience globale, il programma fa parte del piano decennale del marchio volto a integrare una strategia di sostenibilità globale all'interno del marchio e che ne ispiri tutte le attività, secondo una *Culture of Purpose*.

Vi invitiamo a visitare il sito equilibrium.gucci.com

CHIME FOR CHANGE

CHIME FOR CHANGE è una campagna globale lanciata da Gucci nel 2013 volta a sollecitare, riunire e rafforzare le organizzazioni che in tutto il mondo danno voce alle donne e alle ragazze, mettendo l'accento sull'istruzione, la salute e la giustizia. Finora la campagna ha raccolto 15 milioni di dollari a sostegno di 425 progetti in collaborazione con 156 partner in 89 Paesi. Grazie a questi progetti, CHIME FOR CHANGE ha aiutato direttamente oltre 570.000 donne e ragazze, e raggiunto quasi 3 milioni di famiglie e membri della comunità. Salma Hayek Pinault e Beyoncé Knowles-Carter, co-fondatrici di CHIME FOR CHANGE, continuano ad essere in prima linea nella campagna, alla quale hanno aderito varie organizzazioni, fra cui la Fondazione Kering, Hearst Magazines, Facebook, e la Fondazione Bill & Melinda Gates. www.chimeforchange.org