



GUCCI LANCIA NUOVE PIATTAFORME DIGITALI PER UNIRE LE VOCI DELLA #GUCCICOMMUNITY A SOSTEGNO DELLE PERSONE E DEL PIANETA

Gucci pubblica i risultati del suo Bilancio Ambientale 2019, che includono una riduzione del 21% dell'impatto totale rispetto all'anno precedente

Milano, 9 giugno 2020 - Gucci ha lanciato oggi il nuovo profilo Instagram [Instagram.com/GucciEquilibrium](https://www.instagram.com/GucciEquilibrium) e ha rinnovato il suo sito web Equilibrium equilibrium.gucci.com per ribadire il costante impegno della Maison nel promuovere cambiamenti positivi in favore delle persone e del pianeta. Accanto alle iniziative a sostegno della generazione di un valore sociale positivo e della tutela dell'ambiente, oggi sono stati pubblicati anche i risultati del conto economico ambientale 2019 (Environmental Profit & Loss) che rivelano una sostanziale riduzione (-21%) degli impatti ambientali totali rispetto all'anno precedente.

Gucci Equilibrium

Il portale di nuova generazione “Gucci Equilibrium”, originariamente lanciato nel 2018, intende stimolare una comunità di voci a partecipare a conversazioni su temi cruciali per il mondo in cui viviamo. Aprendo nuovi percorsi rispetto agli altri canali e contenuti digitali di Gucci, il profilo Instagram e il sito web Equilibrium di Gucci si rivolgono a una comunità di persone curiose, consapevoli e motivate, la #GucciCommunity. Una comunità di individui impegnati e attivi, che condividono obiettivi e prendono posizione su questioni che definiscono il modo in cui tutti noi trattiamo il nostro pianeta e i suoi abitanti. Le nuove destinazioni digitali di Gucci condivideranno messaggi da gruppi diversi, organizzazioni e talenti, membri di Gucci Equilibrium e non, per promuovere azioni per la salvaguardia del clima e a favore di un mondo giusto, equo e solidale per tutti. Questo appello incoraggerà a sua volta la condivisione di nuove esperienze e idee per un cambiamento trasformativo.

*"L'azione di Gucci è guidata da tematiche che costituiscono le fondamenta del nostro futuro collettivo e che lo influenzano profondamente. È fondamentale costruire un futuro in cui l'ingiustizia e la discriminazione in tutte le loro forme non possano prevalere. Alla luce degli eventi attuali, il nostro impegno a combattere il razzismo e lottare per l'uguaglianza è ora ancora più forte, ha dichiarato **Marco Bizzarri**, Presidente e CEO di Gucci. Come azienda, continueremo a concentrare i nostri sforzi nel generare un cambiamento positivo per le persone e per la natura in tutte le nostre attività. Abbiamo inoltre la responsabilità, come brand globale, di assumere un ruolo attivo all'interno della comunità per farci promotori di cambiamento. Gucci Equilibrium ha la capacità di richiamare e unire una comunità di voci diverse con il compito di aiutare a percorrere al meglio la strada che ci attende".*

Definito da due pilastri, Persone e Pianeta, equilibrium.gucci.com raccoglie gli impegni e le azioni intraprese da Gucci per ridurre il suo impatto ambientale e proteggere l'ambiente, sostenendo al contempo i diritti delle persone e promuovendo l'inclusività e il rispetto, affinché tutti nella comunità globale di Gucci siano liberi di esprimere la diversità autentica del proprio essere. Queste iniziative si espandono oltre le attività dirette di Gucci, per avere un impatto più ampio e sistemico. Alcuni esempi sono la creazione di opportunità per gruppi di giovani talenti sottorappresentati nell'industria della moda, nell'ambito del programma di finanziamenti e borse di studio **Gucci Changemakers**, o l'invito lanciato ai leader di ogni settore a proteggere l'ambiente attraverso la **CEO Carbon Neutral Challenge**. L'interconnessione tra le persone e il pianeta è rappresentata anche attraverso la nuova identità grafica del sito, curata dall'artista MP5.

Gucci rafforza il suo messaggio Equilibrium anche al di fuori delle nuove piattaforme dedicate, dando maggiore visibilità alla sostenibilità attraverso lo store **Gucci.com** e l'**App Gucci**. Da oggi un'audience globale può navigare attraverso una nuova serie di icone su Gucci.com per scoprire le caratteristiche di sostenibilità di circa 400 prodotti.

Il Bilancio Ambientale di Gucci nel 2019

Gucci oggi ha inoltre pubblicato i risultati del suo conto economico ambientale (EP&L)¹, per misurare il continuo progresso della Maison rispetto agli ambiziosi obiettivi di sostenibilità che si è preposta. Tali obiettivi, propulsori della strategia decennale per la sostenibilità (2015-2025) di Gucci, includono una riduzione del 40% degli impatti ambientali totali per le operazioni dirette di Gucci e lungo l'intera catena di fornitura e una riduzione del 50% delle emissioni di gas serra (GHG)² entro il 2025 rispetto alla crescita (2015 è il valore base di riferimento). Gucci è in anticipo sulla sua tabella di marcia e prossima al raggiungimento degli obiettivi previsti per 2025. Come riportato in dettaglio nel suo conto economico [EP&L digitale interattivo](#)³, i nuovi risultati di Gucci per il 2019 mostrano una riduzione del 39% degli impatti combinati della Maison, e una riduzione del 37% delle sole emissioni GHG rispetto alla crescita (valori misurati facendo riferimento al 2015). Confrontando questi risultati con l'EP&L del 2018, Gucci ha ridotto il suo impatto complessivo del 21% e le emissioni GHG del 18% su base annua, rispetto alla crescita (valori misurati facendo riferimento al 2015). Questi ottimi risultati sono il frutto diretto degli sforzi compiuti da Gucci per migliorare le aree ad alto impatto lungo l'intera catena di fornitura, interventi che hanno portato a cambiamenti positivi e misurabili, tra cui:

- L'incremento dell'uso di materie prime riciclate e fibre biologiche nelle collezioni, e utilizzo di metalli preziosi provenienti da fonti di approvvigionamento responsabili per gli accessori e nella gioielleria, come l'impiego di oro 100% etico per la gioielleria;
- L'estensione di processi sostenibili e efficientamenti nella produzione, come Gucci Scrapless per la pelle e Gucci-Up per la produzione circolare;
- Il passaggio all'energia verde che ha portato Gucci a raggiungere un utilizzo dell'83% di energie rinnovabili nei suoi negozi, uffici, magazzini e stabilimenti, con l'obiettivo del 100% entro la fine del 2020.

Note per le redazioni:

Nel corso degli ultimi dodici mesi Gucci ha intrapreso nuove importanti iniziative per promuovere la sostenibilità sociale e ambientale.

Luglio 2019: Gucci ha creato il ruolo di Global Head of Diversity, Equity & Inclusion, che è alla guida dei progetti sulla diversità, l'equità e l'inclusione a livello globale dell'azienda. La nomina è coerente con la continua missione della Maison di creare una cultura aziendale positiva e un piano di diversità e inclusione a lungo termine annunciato a febbraio 2019.

Agosto 2019: Insieme alla società madre Kering, Gucci ha siglato il Fashion Pact e assunto l'impegno di lavorare su obiettivi concreti e condivisi in tre aree: Clima, Biodiversità e Oceani. A maggio 2020 i firmatari erano 67, pari a oltre 250 brand e in rappresentanza del 30% circa dei player del settore.

Settembre 2019: Gucci ha annunciato di essere interamente carbon neutral per tutte le sue attività e l'intera supply chain dal 2018. La Maison protegge circa 1.102.000 ettari di foreste critiche in tutto il mondo, focalizzando i suoi sforzi per evitare e ridurre il suo impatto ambientale come priorità. Gucci ha inoltre annunciato che anche le sue sfilate sono carbon neutral. Le sfilate sono organizzate secondo lo Standard ISO 20121. In linea con l'approccio carbon neutral, Gucci compensa quindi l'insieme delle emissioni residue delle sfilate, tra cui gli spostamenti di ospiti e personale, tramite la piantumazione di alberi.

Ottobre 2019: Gucci ha annunciato i nomi degli 11 giovani designer selezionati per partecipare al Design Fellowship Program, una delle iniziative di Diversità e Inclusione con l'obiettivo di promuovere lo scambio culturale tra designer provenienti da contesti diversi. Originariamente lanciato all'inizio del 2019, questo programma gestito in collaborazione con 10 scuole di moda del mondo mira a offrire ai gruppi sottorappresentati l'opportunità di acquisire esperienza professionale e la possibilità di venire a contatto con il design del lusso.

Novembre 2019: Marco Bizzarri, Presidente e CEO di Gucci, ha pubblicato una lettera aperta ai CEO di aziende di vari settori invitandoli ad aderire alla CEO Carbon Neutral Challenge, con l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas a effetto serra generate dalle loro attività nell'immediato, senza concentrare esclusivamente gli obiettivi sugli anni a venire. Ha proposto inoltre di continuare a fare della riduzione delle emissioni una priorità e sottolineato come le aziende possano assumersi sin da subito la responsabilità delle emissioni nonostante tecnologie e soluzioni di gestione siano ancora inadeguate. Il Gruppo Lavazza, SAP, The RealReal e Levin Sources hanno già aderito all'iniziativa.

Gennaio 2020: Gucci ha annunciato i beneficiari 2020 del fondo quinquennale Gucci North America Changemakers Impact Fund: un fondo annuale del valore di 1 milione di dollari a sostegno delle organizzazioni locali che creano un impatto sociale, attive in 12 città del Nord America nei settori dell'arte e della cultura, della giustizia sociale, delle pari opportunità e dell'istruzione. L'iniziativa è sostenuta da un programma di borse di studio pluriennale istituito da Gucci, del valore di 1,5 milioni di dollari, con l'obiettivo di offrire opportunità a giovani di talento provenienti da contesti diversi per accedere a opportunità di carriera nel settore della moda. Gucci Changemakers è un programma globale annunciato a marzo 2019 volto a promuovere il cambiamento nel settore e favorire l'unità attraverso iniziative nelle comunità locali, sotto la guida del Gucci Changemakers Council, che include Antoine Phillips, Bethann Hardison, Brandice Daniel, Brittany Packnett, Cleo Wade, Dapper Dan, Dawinder S. Sidhu, DeRay McKesson, Eric Avila, César E. Chávez, Ivy McGregor, June Ambrose, Kimberly Blackwell, Michaela Angela Davis, Naomi Campbell, Renée E. Tirado, Robert Carter, Sara Kozlowski, Will.i.am, Yaseen Eldik, Yasmeen Hassan e Yvette Noel-Schure.

Febbraio 2020: Gucci si è unita a The Lion's Share Fund. Il fondo ha contribuito, ad esempio, a ridurre il fenomeno del bracconaggio degli elefanti e attraverso la partnership la Maison riuscirà a sostenere sul campo la protezione di specie in pericolo e dei loro habitat naturali.

Marzo 2020: Gucci ha donato 2 milioni di euro a sostegno di due campagne di raccolta fondi per combattere la pandemia COVID-19 e ha lanciato la sua campagna "We Are All In This Together". In Italia Gucci ha devoluto 1 milione di euro al Dipartimento della Protezione Civile mentre a livello internazionale ha donato 1 milione di euro al COVID-19 Solidarity Response Fund della Fondazione delle Nazioni Unite a sostegno dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e Facebook ha corrisposto 10 milioni di dollari nell'ambito dell'iniziativa di Matching. La #GucciCommunity è stata invitata a fare una donazione al fondo dell'Organizzazione Mondiale della Sanità attraverso la funzionalità "donate" nelle IG stories di Gucci.

Maggio 2020 Gucci tramite CHIME FOR CHANGE e la Fondazione Kering hanno annunciato il lancio di #StandWithWomen, una nuova campagna creata per promuovere la raccolta fondi destinati alle organizzazioni non governative che aiutano donne e ragazze in tutto il mondo, con particolare riguardo alla lotta contro la violenza di genere durante la pandemia COVID-19. Salma Hayek Pinault e Beyoncé Knowles-Carter sono le co-fondatrici della campagna CHIME FOR CHANGE di Gucci dedicata alla parità di genere, lanciata nel 2013, alle quali si affiancano i membri del Comitato consultivo Hasfat Abiola, Muna Abusulayman, Sarah Brown, Lydia Cacho, David Carey, Sarah Chadwick, Tanya Compas, Scarlett Curtis, Minh Dang, Juliet De Baubigny, Waris Dirie, Sage Dolan Sandrino, Hugh Evans, Emma France, Leymah Gbowee, Yasmeen Hassan, Huang Hung, Arianna Huffington, Katja Iversen, Latanya Mapp Frett, Madonna, Alyse Nelson, Phumzile Mlambo-Ngcuka, Sharmeen Obaid Chinoy, François-Henri Pinault, Julia Roberts, Caryl Stern e Cleo Wade. A maggio, Gucci e Intesa Sanpaolo hanno inoltre collaborato per sostenere la ripresa delle piccole e medie imprese nella filiera produttiva "Made in Italy" in seguito alla pandemia di COVID-19. Nell'ambito dell'iniziativa, le PMI della catena di fornitura di Gucci possono accedere al credito bancario di Intesa Sanpaolo a condizioni vantaggiose e in tempi rapidi, consentendo di velocizzare l'accesso alla liquidità e di usufruire di agevolazioni solitamente rivolte alla clientela corporate di grandi dimensioni.

Giugno 2020: Attraverso il suo North America Changemakers Impact Fund, Gucci ha devoluto dei fondi alle associazioni National Association for the Advancement of Colored People (NAACP), Campaign Zero e Know Your Rights Camp, in sostegno delle loro attività fondamentali per l'eliminazione della discriminazione e la promozione della giustizia nella comunità afroamericana. Questo finanziamento segue le donazioni di Kering ad altre organizzazioni per conto di tutte le sue Maison, Gucci inclusa.

Informazioni su Gucci

Fondato a Firenze nel 1921, Gucci è uno dei marchi della moda lusso più famosi del mondo, sinonimo di creatività, innovazione e artigianalità italiana. Gucci fa parte del Gruppo Kering, il leader mondiale dell'abbigliamento e degli accessori che detiene importanti marchi nel settore del lusso, dello sport e del lifestyle. Ulteriori informazioni sulla Maison Gucci: www.gucci.com

Gucci Equilibrium

Gucci Equilibrium è il nostro impegno a generare un cambiamento positivo per le persone e per il nostro pianeta. In linea con la creatività e lo spirito di collaborazione che fanno parte della nostra identità, lavoriamo per ridurre il nostro impatto ambientale e tutelare la natura, dando al tempo stesso priorità all'inclusione e al rispetto, in modo che chiunque nella nostra #GucciCommunity sia libero di esprimersi nella sua piena autenticità e diversità. Con l'avvicinarsi del nostro centenario, rinnoviamo l'impegno a rafforzare la nostra Culture of Purpose, dimostrando i nostri valori attraverso percorsi innovativi di sostenibilità sociale e ambientale. Gucci Equilibrium racchiude i principi in cui crediamo e le azioni che perseguiamo per trattare meglio il mondo e gli altri, per il nostro futuro, insieme.

Contatti media:

Gucci Corporate Communications

Claudio Monteverde: claudio.monteverde@gucci.com

Mich Ahern: mich.ahern@gmail.com

¹Promosso da Kering, casa madre di Gucci, il conto economico ambientale annuale (EP&L) misura le emissioni di anidride carbonica, il consumo di acqua, l'inquinamento idrico e atmosferico, l'uso del suolo e la produzione di rifiuti nelle operazioni aziendali e lungo tutta la supply chain, e infine quantifica i costi sociali relativi all'impatto ambientale calcolato.

²L'obiettivo prefissato da Gucci riduzione delle sue emissioni di gas serra del 50% entro il 2025 (base di riferimento per il 2015) è focalizzata sugli Scope 1 e 2 e, su una parte limitata dello Scope 3 (trasporto e distribuzione a monte, viaggi aerei per affari e tutte le emissioni associate ai combustibili e all'energia) con un'ulteriore riduzione del 40% delle emissioni nello Scope 3 generate da beni e servizi acquistati nello stesso periodo di tempo.

³Ulteriori dati e informazioni dettagliate sull'EP&L 2019 di Gucci sono reperibili sull'EP&L digitale di Gucci [qui](#).