

K E R I N G



COMUNICATO STAMPA

30.01.2020

KERING PRESENTA IL RAPPORTO SUI PROGRESSI IN TEMA DI SOSTENIBILITÀ E RIVELA I PRIMI RISULTATI MOLTO INCORAGGIANTI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DEL 2025

K E R I N G
CRAFTING TOMORROW'S LUXURY
3 YEARS IN OUR SUSTAINABILITY STRATEGY



- Riduzione del 14% dell'intensità degli impatti ambientali globali del Gruppo nel conto economico ambientale tra il 2015 e il 2018, in un percorso positivo verso l'obiettivo di riduzione del 40% entro il 2025
- Riduzione del 77% dell'intensità delle emissioni di gas serra del Gruppo nelle sue operazioni tra il 2015 e il 2018 nel conto economico ambientale
- Utilizzo del 67% di energia rinnovabile del Gruppo a livello mondiale, che sale al 100% in oltre sette Paesi
- 100% di acquisti responsabili di oro etico per gioielli e orologi
- 88% di tracciabilità per le materie prime chiave

Tre anni dopo l'annuncio della strategia di sostenibilità "Crafting Tomorrow's Luxury" (Dare forma al lusso del futuro), oggi Kering ha pubblicato il suo Sustainability Progress Report (Rapporto sui progressi in tema di sostenibilità). Kering ha ottenuto dei risultati significativi ed è a buon punto nel raggiungimento dei suoi obiettivi 2025, gettando al contempo le fondamenta per allinearsi al target che limita il riscaldamento globale a 1.5°.

A gennaio 2017, l'impegno a lungo termine di Kering di porre la sostenibilità ambientale e sociale al centro del proprio business era stato tradotto in una nuova strategia declinata in una serie di obiettivi



ambiziosi da conseguire entro il 2025, che comprendevano la tutela ambientale, il welfare sociale all'interno e all'esterno del Gruppo e un focus sull'innovazione per favorire un cambiamento duraturo. Nel corso degli ultimi tre anni, Kering ha tracciato i progressi raggiunti mediante il proprio conto economico ambientale (EP&L)¹ pionieristico, riconoscendo che le aziende devono essere responsabili e trasparenti in merito ai loro impatti globali, compresi quelli generati a monte della supply chain.

“Da tempo ci impegniamo a fornire un rendiconto trasparente relativo agli impatti generati da tutte le attività di Kering, tra cui quelle svolte anche al di fuori dei nostri confini legali. Definire obiettivi ambiziosi che integrino la nostra intera supply chain e documentare i nostri progressi in ambito sostenibilità, per garantire che stiamo concretamente facendo la differenza a favore del clima e del benessere sociale, per noi rappresenta un imperativo”, ha dichiarato François-Henri Pinault, Chairman and CEO of Kering. *“Il nostro settore ha bisogno di azioni forti e decise in questo nuovo decennio, e la trasparenza e la collaborazione diventano fattori cruciali per affrontare efficacemente le sfide per ridurre le emissioni di carbonio delle nostre aziende”.*

La strategia di sostenibilità di Kering integra le sue Maison e la misurazione² dei progressi del Gruppo si attua rispetto a 73 Indicatori di Performance Ambientale (IPA) in tutte le operazioni e nella supply chain. Ciò riguarda negozi, uffici e magazzini, trasporto, produzione e lavorazione, fino a risalire a monte agli impatti associati alla produzione ed estrazione delle materie prime (Scope 1, 2 e 3 a monte del Greenhouse Gas Protocol³).

Gli obiettivi sono indicati sotto tre pilastri chiave: CARE, COLLABORATE e CREATE. Tra i traguardi significativi verso gli obiettivi di sostenibilità 2025 di Kering vi sono:

CARE (aver cura del pianeta)

- Nel conto economico ambientale (tra il 2015 e il 2018), Kering ha ridotto l'intensità degli impatti ambientali globali del Gruppo del 14% ed è a buon punto per il raggiungimento dell'obiettivo di riduzione del 40% entro il 2025.
- Kering ha diminuito l'intensità delle emissioni di gas serra del Gruppo del 77% nelle sue operazioni⁴ (tra il 2015 e il 2018) e ha raggiunto il 100% nell'uso di energia rinnovabile in più di sette Paesi, il 78% in Europa e il 67% complessivamente nel Gruppo.
- Inoltre, Kering si trova a buon punto di avanzamento per il raggiungimento dell'obiettivo del 50% basato su dati scientifici⁵ per le emissioni di gas serra, avendo conseguito una riduzione dell'intensità del 36% (tra il 2015 e il 2018).
- Nel 2018, Kering è diventato interamente a impatto zero come Gruppo nelle sue operazioni, nell'approvvigionamento e nella supply chain. Avendo innanzitutto la priorità di evitare e ridurre le emissioni di gas serra, Kering attua compensazioni delle emissioni rimanenti ogni anno mediante i progetti REDD+ che preservano le foreste più a rischio e la biodiversità, e supportano i mezzi di sostentamento delle comunità locali.
- A gennaio 2018, Kering ha sviluppato e condiviso all'esterno i propri “Standard per le materie prime e i processi produttivi” inerenti alle pratiche migliori nella protezione ambientale, al welfare sociale, alla tracciabilità, all'uso di sostanze chimiche e al benessere degli animali. Il Gruppo ha già ottenuto l'allineamento del 68%.
- Kering ha raggiunto l'acquisto responsabile al 100% di oro etico per i suoi gioielli e orologi ed a buon punto dell'approvvigionamento sostenibile al 100% per altre materie prime chiave entro il 2025.
- Kering ha realizzato l'88% di tracciabilità per le materie prime, rispetto all'obiettivo di raggiungere il 100% entro il 2025.
- A maggio 2019, Kering ha delineato i primi standard di benessere degli animali per il lusso e la moda per migliorare le pratiche del settore e favorire la collaborazione.



- Kering è diventata la prima società privata di settore a stringere una collaborazione con la piattaforma intergovernativa di politica scientifica per la biodiversità e i servizi ecosistemici (IPBES) e a supportare la scienza della biodiversità.
- Registrando un altro primato nel settore del lusso, nel 2018 Kering ha pubblicato un rapporto integrato con i risultati del 2017. Inoltre, per condividere la rilevanza della sostenibilità aziendale con la comunità degli investitori, Kering ha intrapreso un *road show* a novembre 2019 specificatamente orientato verso i criteri ambientali, sociali e di governance (ESG) del Gruppo.

COLLABORATE (collaborare con le persone)

- Kering è all'avanguardia nel garantire che le donne siano ben rappresentate nel Gruppo a tutti i livelli. Nel 2019, le donne costituivano il 55% dei manager del Gruppo, il 63% delle risorse totali, il 33% dei membri del comitato esecutivo e il 60% dei direttori, rendendo Kering una delle società CAC 40 con la proporzione più alta di donne nelle posizioni dirigenziali di alto livello.
- Kering ha implementato una politica globale lungimirante di congedo parentale, che comprende gli standard relativi alla maternità, paternità e adozione tra tutti i dipendenti in quasi 50 Paesi.
- Kering ha sviluppato e implementato uno statuto per il benessere dei modelli e delle modelle e si è anche impegnato a lavorare soltanto con modelli/e di età superiore ai 18 anni.
- Kering ha valorizzato l'empowerment delle donne nelle regioni dov'è presente con la propria supply chain mediante micro-prestiti, l'educazione e la qualificazione professionale.
- Kering ha creato il primo MOOC (Massive Open Online Course) dedicato interamente alla sostenibilità, alla moda e al lusso con il London College of Fashion. Il corso, disponibile anche in cinese, ha contato più di 33.500 studenti da 150 Paesi, che vi hanno partecipato gratuitamente.
- Kering ha creato la "Cattedra in Sustainability IFM - Kering" con l'*Institut Français de la Mode* di Parigi.
- Kering ha continuato a preservare il know-how e l'artigianalità del lusso supportando la futura generazione di artigiani, per cui il Gruppo ha istituito oltre 20 programmi per il 2019.

CREATE (creare nuovi modelli di business e innovazioni)

- Kering ha lanciato il "K Generation Award" in Cina con Plug and Play, per identificare promettenti startup e tecnologie particolarmente orientate al cambiamento in Cina e ha continuato a selezionare startup in tutto il mondo.
- Kering ha fondato il "Sustainable Innovation Lab" (SIL) per gli orologi e i gioielli e ha sviluppato il "Kering Materials Innovation Lab" (MIL) per supportare i team di design con una raccolta di 3.800 tessuti sostenibili.
- Kering ha creato meccanismi di finanziamento innovativi, quali la "Kering Ethical Gold Platform", per supportare il cambiamento in favore di materie prime sostenibili.
- Kering ha delineato una serie di progetti pilota in tutta la supply chain tra cui tecnologie di tracciabilità, materiali e processi di produzione alternativi a basso impatto, come la pelle di funghi e la tintura ecologica. Oltre a progetti pilota, il Gruppo ha sviluppato innovazioni per le quali è stata utilizzata la concia senza metalli per circa il 24% delle collezioni alla fine del 2019.
- Kering si è concentrato su nuove modalità di riutilizzo dei materiali e sull'integrazione di opzioni riciclate e rigenerate nelle offerte di prodotti.
- Primo nel settore della moda, Kering ha lanciato una partnership per l'agricoltura rigenerativa e si sta concentrando sulla promozione di soluzioni innovative nella supply chain del Gruppo.
- Kering ha creato un conto economico ambientale digitale per garantire una trasparenza senza precedenti nei confronti degli stakeholder e con gli operatori della moda e del lusso ha condiviso dati per offrire uno sguardo sulle complessità dei loro impatti ambientali.



- Ha collaborato alle iniziative di tutto il settore per appoggiare la circolarità e ha lanciato un sondaggio internazionale per comprendere l'uso dei consumatori e il fine vita dei prodotti, con l'obiettivo di estendere la metodologia del conto economico ambientale all'intera vita circolare dei prodotti.
- Ha lanciato il Fashion Pact⁶ per riunire i principali soggetti del settore tessile e moda intorno alle questioni ambientali di vitale importanza. Attualmente il Fashion Pact conta 63 firmatari, in rappresentanza di circa 250 marchi, pari a oltre il 30% del settore.

“Se da un lato il nostro rapporto riflette i risultati molto incoraggianti che Kering ha conseguito rispetto agli obiettivi di sostenibilità del 2025, c'è ancora un significativo lavoro da svolgere per raggiungere le nostre ambizioni a breve termine e superarle nei prossimi anni. Tuttavia, siamo determinati e fiduciosi della nostra capacità di accelerare il nostro impegno e a implementare soluzioni, di cui molte innovative, che abbiamo già individuato”, ha affermato Marie-Claire Daveu, Chief Sustainability Officer ed Head of International Institutional Affairs di Kering. “Guardiamo costantemente avanti e sviluppiamo obiettivi su base scientifica compatibili con i confini planetari, tra cui la biodiversità e il supporto alle persone al fine di promuovere un futuro migliore, equo e capace di rigenerarsi. Continueremo a fornire regolari e trasparenti aggiornamenti sui nostri progressi e sugli ostacoli che affrontiamo”.

[Per il rapporto completo cliccare qui](#)

A proposito di Kering

Gruppo mondiale del lusso, Kering sostiene e promuove lo sviluppo di alcune tra le più rinomate Maison di moda, pelletteria, gioielleria e orologi: Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, DoDo, Qeelin, Ulysse Nardin, Girard-Perregaux e Kering Eyewear. Kering pone la creatività al centro della sua strategia, permettendo così alle Maison di spingere sempre più in là i limiti dell'espressione creativa per plasmare un lusso sostenibile e responsabile per il futuro. Ecco il senso del nostro motto: “Empowering Imagination”. Nel 2018 Kering contava circa 35.000 dipendenti e ha realizzato un fatturato di 13,7 miliardi di euro.

Contatti stampa

Emmanuelle Picard-Deyme
Mich Ahern

+ 33 (0)1 45 64 61 87
+ 44 (0) 7984 684 454

emmanuelle.picard-deyme@kering.com
mich.ahern@gmail.com

www.kering.com
Twitter: @KeringGroup
LinkedIn: Kering
Instagram: @kering_official
YouTube: KeringGroup

¹ Introdotto da Kering, il conto economico ambientale misura le emissioni di CO₂, i consumi di acqua, l'inquinamento idrico e atmosferico, lo sfruttamento del territorio e la produzione di rifiuti derivanti dalle operazioni effettuate internamente da un'azienda e in tutta la supply chain e quindi calcola il costo sociale in relazione a questi impatti.

² I dati e le misurazioni del conto economico ambientale, nonché le altre statistiche relative a iniziative, si riferiscono al punto di partenza del 2015 e sono in linea con l'anno di riferimento 2018, mentre alcune delle iniziative sono previste fino alla fine del 2019.

³ Il Greenhouse Gas Protocol rappresenta un quadro di riferimento internazionale standardizzato per le emissioni del gas serra (GHG). Come definito dal Protocollo GHG, le emissioni Scope 1 sono emissioni dirette provenienti da fonti proprie o controllate; le emissioni Scope 2 sono emissioni indirette derivanti dalla generazione di energia acquistata; mentre le

K E R I N G



emissioni Scope 3 sono tutte le emissioni indirette (non incluse nello Scope 2) nella catena del valore dell'azienda di riferimento, comprese sia le emissioni a valle sia quelle a monte.

⁴ Kering ha ridotto l'intensità delle emissioni del gas serra del Gruppo del 77% nelle sue operazioni (uffici, magazzini, siti industriali di proprietà) tra il 2015 e il 2018.

⁵ Kering ha un obiettivo basato su dati scientifici (approvato dall'iniziativa Science-Based Target) di ridurre tutte le emissioni di gas serra entro il 2025 da un riferimento del 50% del 2015 relativo allo Scope 1 e 2 e Scope 3 controllato (trasporto e distribuzione a monte, viaggio aereo commerciale e tutte le emissioni associate al consumo energetico e di combustibile). Kering si impegna a ridurre del 50% le emissioni dello Scope 1, 2 e 3 relative a trasporto e distribuzione a monte, viaggio aereo commerciale e le emissioni relative al consumo energetico e di combustibile per unità di valore aggiunto entro il 2025 a partire dall'anno base 2015. Inoltre, la società si impegna a ridurre del 40% le emissioni dello Scope 3 derivanti da merci e servizi acquistati per unità di valore aggiunto entro lo stesso arco temporale.

⁶ Il presidente francese Emmanuel Macron ha assegnato al Presidente e CEO di Kering, François-Henri Pinault, la missione di riunire i principali attori del mondo del tessile e della moda con l'obiettivo di definire e impegnarsi a raggiungere insieme obiettivi pratici per la riduzione dell'impatto ambientale del loro settore in tre aree chiave: clima, biodiversità e oceani. Il risultato di questa missione è lo sviluppo del Fashion Pact e in una svolta storica, 32 aziende globali del tessile e della moda l'hanno sottoscritto e al momento conta 3 firmatari. È stato presentato durante l'incontro del G7 a Biarritz, in Francia, il 26 agosto 2019.