

WATCH & JEWELLERY INITIATIVE 2030

COMUNICATO STAMPA

1° aprile 2022

SEI MESI DOPO IL LANCIO,
LA WATCH & JEWELLERY INITIATIVE 2030 VIENE FONDATA UFFICIALMENTE
CON L'ADESIONE DI NUOVI MEMBRI

- A sei mesi dalla creazione, l'adesione è aumentata con nuovi membri, che rappresentano brand di diversi segmenti di mercato e che generano un livello di diversità fondamentale per garantire che il settore produca un impatto duraturo e positivo per il planet e per le persone. **Così, oggi aderiscono alla Watch & Jewellery Initiative 2030: Chanel Horlogerie Joaillerie, Montblanc, Rosy Blue e Swarovski. Questi nuovi membri si aggiungono ai brand Kering, Gucci Watches, Boucheron, Pomellato, Dodo, Qeelin.**
- Durante **un panel di discussione tenutosi oggi presso Watches & Wonders a Ginevra**, Marie-Claire Daveu, Responsabile della sostenibilità e degli affari istituzionali di Kering e Cyrille Vigneron, Presidente e CEO di Cartier International hanno condiviso le prime impressioni riguardo all'impatto dell'iniziativa e al risultato che l'iniziativa dovrebbe contribuire a raggiungere.
- La data di oggi ha anche segnato la **fondazione ufficiale dell'associazione che ospita la Watch & Jewellery Initiative 2030**, che avrà sede a Ginevra. In questa occasione, Marie-Claire Daveu e Cyrille Vigneron hanno firmato sul palco i documenti fondativi al termine del panel.

Spinti dalla convinzione comune che gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) globali e le aspirazioni per un'industria sostenibile possono essere raggiunti solo attraverso iniziative di collaborazione, Cartier, su delega di Richemont, e Kering si sono uniti per ampliare e rafforzare la loro azione, **lanciando la Watch & Jewellery Initiative 2030 nell'ottobre 2021.**

Basandosi su iniziative e organizzazioni forti esistenti nel settore, gli Science Based Targets (SBT), la Watch & Jewellery Initiative 2030 include nuove aree di interesse come obiettivi climatici fondati sulla scienza, protezione della biodiversità e innovazione dei materiali e del modello di business, con l'intento di incoraggiare e rendere possibile la trasformazione e l'innovazione del settore.

*"A soli sei mesi dal lancio della Watch & Jewellery Initiative 2030, è stimolante vedere la risposta e l'entusiasmo per un cambiamento positivo", ha affermato **Marie-Claire Daveu, Responsabile della sostenibilità e degli affari istituzionali di Kering.** "I nuovi membri sono importanti tasselli che si aggiungono all'iniziativa e lodo il loro impegno a unirsi a noi nell'edificazione di un settore più sostenibile. Non ho dubbi che i nostri obiettivi ambiziosi, combinati con la nostra influenza collettiva, aiuteranno a guidare un cambiamento epocale nel settore e, in Kering, siamo entusiasti di approfondire la nostra collaborazione per garantire che ciò avvenga", ha commentato.*

*"Crediamo tutti fermamente che gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) di portata globale, e le aspirazioni per un'industria sostenibile, possano essere raggiunti solo attraverso iniziative di collaborazione", ha affermato **Cyrille Vigneron, Presidente e CEO di Cartier International,** nel*

WATCH & JEWELLERY INITIATIVE 2030

corso della discussione odierna sullo stato di avanzamento dell'iniziativa presso Watches & Wonders a Ginevra. *“Siamo entusiasti di vedere nuovi membri unirsi all'iniziativa per rafforzare gli sforzi globali verso un'industria più sostenibile. Più che mai, rimaniamo impegnati a condividere la nostra visione comune di un futuro in cui tutte le Maison, i loro fornitori e partner commerciali hanno il potere di produrre un impatto positivo sul pianeta e sulle persone. Siamo sicuri che altri brand si uniranno presto ai nostri sforzi”.*

Per la prima volta nel settore del lusso, la Watch & Jewellery Initiative 2030 lanciata da Cartier e Kering riunisce brand di orologeria e gioielleria di tutto il mondo, impegnati in una serie di obiettivi chiave di sostenibilità, comuni e ambiziosi, che toccano tre aree: costruire la resilienza climatica, preservare le risorse e promuovere l'inclusività.

Sebbene i membri abbiano fissato obiettivi tangibili per il clima, la biodiversità e l'inclusività, l'iniziativa si impegna fortemente alla trasparenza, con l'obbligo di fornire relazioni regolari sui progressi compiuti. Sosterrà inoltre i membri nel soddisfare le crescenti aspettative degli stakeholder, inclusi consumatori, società civile e autorità di regolamentazione, in materia di pratiche ambientali, sociali ed etiche esemplari.

Al crocevia delle considerazioni ambientali e dell'ambizione di rafforzare gli impatti positivi per le persone lungo tutta la catena del valore, gli impegni sostenuti dalla Watch & Jewellery Initiative 2030 sono al centro degli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, con l'iniziativa stessa che contribuisce all'Obiettivo 17, "partnership per gli obiettivi".

Watch & Jewellery Initiative 2030: roadmap e obiettivi

Obiettivo 1: Costruire la resilienza climatica

Il primo obiettivo dell'iniziativa è impegnarsi in azioni prioritarie per ridurre le emissioni di carbonio in linea con il percorso per limitare il riscaldamento al di sotto di 1,5°C entro il 2030 e per raggiungere il Net Zero entro il 2050. Come impegno minimo, i brand che aderiscono all'iniziativa devono impegnarsi a firmare e presentare la Science Based Targets Initiative (SBTi) entro un anno, fissando così obiettivi di riduzione delle emissioni su base scientifica.

I membri saranno in grado di adottare collettivamente i seguenti modi per raggiungere l'obiettivo:

- Impegnarsi per **Science Based Targets** a favore del clima, con azioni che includono:
 - o decarbonizzazione in tutti gli **Scopi 1, 2 e 3**
 - o implementazione **di energia rinnovabile al 100%** in tutte le attività ed estensione all'intera catena del valore, con il coinvolgimento di fornitori e partner di distribuzione entro il 2030
 - o implementazione **delle migliori pratiche per l'efficienza energetica** nelle operazioni e nei servizi, con un'attenzione particolare alla riduzione dell'impatto delle comunicazioni digitali, del commercio e degli eventi, considerando la loro crescente prevalenza.
- **Lavorare per raggiungere zero emissioni nette di GHG**, bilanciando le emissioni residue con rimozioni di GHG di alta qualità e investendo in progetti climatici di alta qualità, anche in soluzioni basate sulla natura, con particolare attenzione alla conservazione e al ripristino degli ecosistemi forestali, costieri e marini.
- **Aiutare le popolazioni vulnerabili nella catena del valore del settore dell'orologeria e della gioielleria e contribuire a soluzioni a basse emissioni di carbonio per queste comunità**

WATCH & JEWELLERY INITIATIVE 2030

Obiettivo 2: Preservare le risorse per la natura e le comunità

Il secondo obiettivo dell'iniziativa è garantire che l'approvvigionamento del settore abbia un impatto positivo sulla natura, le specie e le comunità.

Come impegno minimo, entro un anno dall'adesione all'iniziativa, i brand devono **misurare e dare priorità al loro impatto sulla biodiversità e sull'acqua attraverso l'approvvigionamento di materie prime chiave, utilizzando un quadro credibile basato sulla scienza**.

I membri saranno in grado di adottare collettivamente i seguenti modi per raggiungere l'obiettivo:

- definizione e attuazione di **piani d'azione per ridurre gli impatti sull'acqua e sulla biodiversità**
- implementazione di standard di approvvigionamento che **proteggano sia gli ecosistemi naturali** che i servizi che essi forniscono alle popolazioni locali e indigene. Ciò significa garantire che le catene di approvvigionamento siano prive di prodotti provenienti da foreste antiche e in via di estinzione, e impegnarsi a **ripristinare gli habitat** in cui si sono verificate attività minerarie e di estrazione, e contribuire allo **sviluppo dei mezzi di sussistenza locali** per le comunità minerarie e agricole, che **rispettino l'equilibrio degli ecosistemi naturali**.
- creazione di una **nuova mentalità settoriale** incentrata **sull'innovazione sostenibile** e sulla **circolarità** nei materiali, nei prodotti e nelle pratiche del settore.

Obiettivo 3: Promuovere l'inclusività lungo le catene del valore

Come gruppo, tutti i membri della WJI lavoreranno collettivamente al fine di definire un impegno minimo riguardo a questo pilastro e identificare le certificazioni rilevanti per la sua catena di approvvigionamento.

I membri saranno in grado di adottare collettivamente i seguenti modi per raggiungere l'obiettivo:

- **supporto alla certificazione del 100% dei fornitori Tier 1** e del 60-80% dei fornitori Tier 2
- **eliminazione dell'esposizione dei dipendenti e della natura ai rischi chimici**, aumentando la parte dei processi a circuito chiuso, andando verso l'eliminazione delle perdite di sostanze chimiche problematiche utilizzate nel settore e aumentando la prevalenza della concia metal-free
- interventi in tutto il settore per **abbracciare la diversità, l'equità e l'inclusione**, al fine di guidare un cambiamento positivo
- contributo alla **conservazione e alla trasmissione della maestria artigianale e del know-how del settore**, e sostegno alla mobilità verso l'alto della nostra forza lavoro, tenendo conto che la produzione e i luoghi di lavoro diventano sempre più digitalizzati.

Per maggiori informazioni: www.wjinitiative2030.org

WATCH & JEWELLERY

INITIATIVE 2030

La Maison Cartier

Punto di riferimento nel mondo del lusso, Cartier, il cui nome è sinonimo di mentalità aperta e curiosità, si distingue per le sue creazioni e rivela la bellezza ovunque la si possa cogliere. Gioielleria, alta gioielleria, orologeria e profumeria, articoli di pelletteria e accessori: le creazioni di Cartier simboleggiano la convergenza tra una straordinaria maestria artigianale e uno stile senza tempo. Oggi la Maison è presente in tutto il mondo attraverso le sue 270 boutique.

www.cartier.com

La Maison Kering

Gruppo operante nel lusso a livello mondiale, Kering gestisce lo sviluppo di una serie di rinomate Maison della moda, della pelletteria e della gioielleria: Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, DoDo, Qeelin, come pure Kering Eyewear. Mettendo la creatività al cuore della sua strategia, Kering permette alle sue Maison di fissare nuovi limiti in termini di espressione creativa, modellando il lusso di domani in un modo sostenibile e responsabile. Condensiamo queste convinzioni nella nostra signature: “Empowering Imagination”. Nel 2021, Kering aveva più di 42.000 dipendenti e ricavi per 17,6 miliardi di €.

www.kering.com

Contatti stampa

Cartier - Florence Marin Granger - florence.marin-granger@cartier.com

Kering - Emmanuelle Picard Deyme - emmanuelle.picard-deyme@kering.com