Kering-Invito su Twitter

Sostenibilità è diventata la nuova parola d’ordine del fashion system planetario. Ovunque se ne parla, ovunque la si studia, ovunque si sviluppano progetti per realizzarla. Niente meno che **Kering**, “gigante” del lusso mondiale con molteplici interessi nel campo della moda, in nome della sostenibilità ha addirittura rivoluzionato la sua comunicazione corporate. In effetti, dopo aver pubblicato un report sulla questione, per la prima volta ha utilizzato un social network – nello specifico Twitter – per inaugurare il nuovo corso con un inedito dibattito sulle tematiche ambientali. Si tratta di una modalità che presto potrebbe riconfigurare radicalmente la gestione delle informazioni e dei contatti con i clienti finali.

Ma cosa è successo in pratica? Il 19 Novembre scorso Kering ha organizzato una live chat su Twitter dove gli utenti, attraverso l’hashtag **#KeringLive,** hanno potuto dialogare con la Direttrice della divisione sostenibilità del gruppo, **Marie-Claire Daveu,** su come l’industria della moda può affrontare e gestire l’impatto ambientale. I topic proposti dal colosso di **François-Henri Pinault** erano 4:

- cosa possono imparare le aziende dai risultati di un bilancio ambientale,
- come e perché le aziende dovrebbero attribuire un valore economico alla natura,
- perché l’industria della moda ha un ruolo fondamentale da svolgere nel nuovo corso della sostenibilità
- e come possono i marchi di lusso prepararsi alle conseguenze del cambiamento

climatico.

L’Italia, dal canto suo, ha risposto con un’altra iniziativa pioneristica in tema di sostenibilità da parte di un big del lusso qual è Ferragamo, che a Firenze si è fatto capofila di un progetto chiamato “**Museimpresa Green”**, inteso a dar vita alla prima rete al mondo di musei aziendali sostenibili, che rendicontano le proprie emissioni di CO2 e si certificano con lo standard internazionale ISO 14064, con l’obiettivo di promuovere la cultura della sostenibilità appunto.

“Museimpresa Green” è nato dalla collaborazione tra **Federturismo Confindustria e Museimpresa**, l’associazione italiana dei musei e degli archivi d’impresa promossa da Assolombarda e Confindustria, che vede tra i suoi soci fondatori proprio il **Museo Salvatore Ferragamo** di Firenze. E’ stato quindi avviato da parte dell’ente stesso l’iter di calcolo e certificazione per dar conto delle emissioni di gas a effetto serra connesse alle proprie attività, ed è stato sancito l’impegno per la riduzione e l’efficientamento delle esternalità negative.

“La decisione di aderire al progetto “Museimpresa Green” – hanno dichiarato all’unisono Federturismo e Ferragamo – è solo uno dei tanti passi verso la sostenibilità, che la Salvatore Ferragamo ha intrapreso. Dalla sua fondazione, l’azienda ha sempre mostrato una naturale propensione verso la sostenibilità, dalla scelta dei materiali naturali, al forte legame con il territorio e con il made in Italy, sinonimo di qualità ed eccellenza ai massimi livelli”.

Museo Ferragamo

Non da ultimo, va segnalato che la Salvatore Ferragamo ha già vinto il Premio Bilancio di Sostenibilità 2014 nella categoria grande impresa, promosso da BBS in collaborazione con Areté.

La sostenibile leggerezza dell’essere… centenario! In effetti il rinomato brand fiorentino ha appena compiuto 100 anni, un anniversario di prestigio in occasione del quale, il 30 Novembre scorso, **Poste Italiane** hanno emesso un francobollo commemorativo che riproduce un famoso modello di calzatura, il **“Viatica 2”**, indossato negli anni ’50 da **Marilyn Monroe** nel film cult “A qualcuno piace caldo”.

.