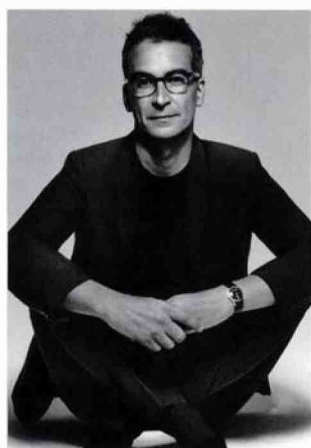


Una bella boccata d'ossigeno

Lanciata nel 2009 in occasione della Giornata della Terra, YOOXYGEN è l'area eticamente ed ecologicamente responsabile della piattaforma digitale di moda, design e arte YOOX. Incontro con Federico Marchetti, Presidente e Amministratore Delegato di Yoox Net-a-porter Group

di Laure Ambroise



Un ritratto di Federico Marchetti, AD di Yoox Net-a-porter Group.

218

LO: La vocazione di YOOXYGEN è duplice: sostenere i designer in modo che possano applicare processi creativi e produttivi responsabili e proporre ai clienti una vasta scelta. I vostri obiettivi si sono evoluti rispetto agli inizi?

Federico Marchetti: «Una delle più grandi sfide all'inizio era la scarsità dell'offerta. Trovare brand di moda sostenibili era molto difficile e lavorarci era complicato (grande artigianalità e quindi tempi di consegna lunghissimi). Grazie al lavoro di designer visionari e aziende coraggiose la percezione della moda responsabile è cambiata ed è stato superato il pregiudizio che il design, lo stile e il lusso non fossero compatibili con un abbigliamento sostenibile. Negli ultimi tempi abbiamo assistito a una svolta nella presa di coscienza in relazione al tema della sostenibilità nell'industria del lusso. Le aziende sanno di dover agire in modo responsabile. Non possono limitarsi a restituire, ma devono essere proattive nel rendere il mondo migliore».

LO: Voi avete collaborato con nomi influenti della moda e del cinema, come Amber Valletta per il lancio del suo brand etico Master & Muse o l'attrice Rosario Dawson e il suo marchio impegnato Studio 189. Avete altri progetti in vista?

FM: «Il nostro obiettivo per il 2019 era sostenere una nuova generazione di talenti. Lo scorso febbraio, in occasione della settimana della moda di Milano, abbiamo presentato la seconda edizione di The Next Green Talents, un progetto dedicato ai giovani talenti che mettono le pratiche sostenibili al centro dei loro processi creativi e produttivi. E per celebrare la Giornata della Terra e l'anniversario di YOOXYGEN, abbiamo lanciato Wrud x YOOX, un'esclusiva felpa unisex che si serve di una tecnologia all'avanguardia con una tintura minerale chiamata *g_pwdr®*, che utilizza grafite di scarto industriale e riduce il consumo di acqua del 90%. Maggio ha visto anche il lancio di Amendment x YOOX, la prima capsule collection di Marissa Petteruti, che nel 2018 ha vinto lo YOOXYGEN Award in collaborazione con la Parsons School of Design».

LO: Dal 2017 avete stabilito una partnership con la Parsons School of Design di New York che mira a promuovere le pratiche legate alla moda responsabile. In che cosa consiste questa partnership?

FM: «Qualche anno fa abbiamo deciso di fare un ulteriore passo nel nostro percorso verso un futuro più sostenibile, stabilendo una collaborazione a lungo termine con la Parsons School of Design. La nostra partnership combina l'impegno a favore della formazione e la volontà di incoraggiare scelte sostenibili nel campo della moda. Siamo convinti che i nuovi talenti rappresentino il futuro e possano essere i veri promotori di un programma più sostenibile nella moda. È nostra responsabilità aiutarli. L'iniziativa principale è lo YOOXYGEN Award, assegnato ogni anno a uno studente diplomato al BFA in Fashion Design della Parsons School of Design; il premio consiste in uno stage di sei mesi nella sede di YOOX a

Sustainability

Milano e nella creazione di una collezione sostenibile firmata dal vincitore. Consideriamo la formazione uno dei nostri pilastri e investiamo nello sviluppo dei talenti nel nostro settore, ma anche nell'educazione dei giovani. Continueremo a investire nella formazione digitale sviluppando le competenze necessarie a un'economia digitale prospera, creando un serbatoio di talenti vasto e diversificato. Nel 2018, 3400 studenti hanno partecipato alle attività di formazione digitale organizzate dal gruppo in collaborazione con la Fondazione Golinelli in Italia e l'Imperial College a Londra. Sono fermamente convinto che la tecnologia sarà la più grande alleata dello sviluppo sostenibile in futuro penso anche che la prossima Coco Chanel sarà una coder».

LO: Avete appena lanciato sul vostro sito la capsule collection Amendment x YOOX di Marissa Petteruti: quali sono le ragioni del suo successo? E in che modo è sostenibile?

FM: «Marissa fa emergere lo straordinario dall'ordinario. L'anno scorso ha vinto lo YOOXYGEN Award grazie al suo approccio nuovo, olistico e innovativo a una moda responsabile. Quando è arrivata nei nostri uffici di Milano per lavorare alla sua prima capsule, le abbiamo chiesto di sviluppare ulteriormente il suo progetto tesi, offrendole il prezioso sostegno del nostro team interno per aiutarla ad ampliare le sue conoscenze sui processi necessari allo sviluppo di una collezione sostenibile. Il risultato è Amendment x YOOX, una capsule collection unisex, composta da 11 capi interamente trasformabili, realizzati con tessuti organici. Marissa esplora il concetto dell'uniform dressing e di come questo rappresenti un modo per colmare le distanze fra gli individui, riducendo al tempo stesso il consumo eccessivo. La funzionalità degli abiti viene estesa grazie all'utilizzo delle cerniere lampo, un jeans può diventare una giacca, mentre una felpa può reinventarsi in forma di pantalone della tuta. Per quanto riguarda i materiali sono tutti organici, a partire dal cotone bio certificato al 100%. Anche il denim ha subito un numero limitato di metodi di lavaggio e un nuovo trattamento al laser per ottenere l'aspetto invecchiato, senza l'uso dei metodi chimici nocivi per la salute e l'ambiente».

LO: Il consumatore è finalmente pronto per consumare in modo sostenibile?

FM: «Ma certo! Tutto quello che facciamo, lo facciamo per i nostri clienti. Nel corso di questi dieci anni, abbiamo assistito a una crescente presa di coscienza da parte delle persone riguardo l'impatto che le proprie scelte hanno sull'ambiente. Il consumo sostenibile rappresenta oggi un segmento più importante, e cresce molto rapidamente».

LO: Qual è la vostra strategia in questo campo?

FM: «Come prima piattaforma digitale della moda di

lusso con quasi un miliardo di visite sui nostri siti e app l'anno scorso, abbiamo la grossa responsabilità di creare un futuro più sostenibile. Per tradurre questa visione in realtà dobbiamo fare da catalizzatori, condividere le conoscenze, innovare e dare l'esempio. Ci aspettiamo un futuro in cui la sostenibilità diventerà il nuovo standard nella moda, in cui i talenti creativi più affermati ma anche quelli emergenti avvicineranno il processo creativo da una prospettiva eco-sostenibile».

LO: Può parlarmi degli altri vostri impegni?

FM: «Ci stiamo impegnando nella gestione responsabile dell'impatto ambientale: le nostre strutture in Italia utilizzano ormai energie 100% rinnovabili. Da diverso



Felpa della collezione Wrad x YOOX.

219

tempo, stiamo riducendo l'utilizzo della plastica (il 99% della plastica usata nei magazzini e nelle attività produttive è riciclata). Tutte le nostre Eco-box sono realizzate con materiali riciclati o riciclabili, grazie all'utilizzo di carta certificata FSC.

Abbiamo sempre creduto nell'inclusività e nell'uguaglianza di genere, infatti i due terzi dei 5.000 talenti che lavorano nel gruppo Yoox Net-a-Porter e oltre il 50% del nostro senior management è composto da donne, prova tangibile dei nostri sforzi in questa direzione. Infine, anche Net-a-porter lancerà a giugno la sua area interamente dedicata alla moda sostenibile e sono sicuro sarà un successo».

L'Officiel Sharing