

FEDERICO MARCHETTI

08865 08865
«Moda sostenibile
con Armani,
Cucinelli e Re Carlo»

di ENRICA RODDOLO 10

FEDERICO MARCHETTI

ALLA CORTE DI CARLO III CON 500 TOP MANAGER PER LA MODA SOSTENIBILE

Da imprenditore dell'e-commerce a promotore della «Sustainable Markets Initiative» del Re d'Inghilterra, che coinvolge già centinaia di amministratori delegati del mondo fashion. Il fondatore di Yoox ha riunito Armani e Cucinelli, department store e piattaforme:
«Come in passato, ho costruito alleanze fra maison»

di ENRICA RODDOLO

Un italiano alla guida della task force per la moda sostenibile di Re Carlo III. «È così, non riesco ancora a capacitarmene ma ho capito lavorando assieme che è un uomo d'azione, spirito da imprenditore. Credo di averlo convinto con progetti lanciati e realizzati: il passaporto digitale dei capi, per esempio. Poi è innamorato del nostro Paese, del nostro Made in Italy», spiega a *L'Economia* **Federico Marchetti**, fondatore di Yoox traghettato poi nell'abbraccio del colosso Compagnie Financière Richemont (che per 2,8 miliardi di euro nel 2018 ne prese il controllo, valutandola 5,3 miliardi).

Adesso **Marchetti** — «l'uomo che ha portato la moda sul web» per il *New York Times* — è l'uomo del Re: a lui Carlo III ha affidato il piano d'azione per un'industria

green: la guida della task force fashion del progetto Sustainable Markets Initiative (Smi). «Se non sblocciamo le risorse del settore privato, della finanza e dell'innovazione non riusciremo a venire a capo della questione sostenibile», ha detto Carlo lanciando Smi: braccio operativo del suo manifesto verde, «Terra Carta», lanciato a Davos 2020. Primi firmatari: Coutts, la «banca della regina», Bank of America, Hsbc, AstraZeneca, l'aeroporto di Heathrow e i Lloyds di Londra (che ospita il meeting Smi nel palazzo londinese di Richard Rogers per Lloyds). «E Brian Moynihan, ceo di Bank of America, è un sostenitore della prima ora», nota **Marchetti**.

Quanti sono i ceo coinvolti dal Re?

«Oltre 500, e sono ormai una ventina le task force messe in piedi dal Re che coinvolgono oltre 180 ceo globali».

E come funziona il piano?

«Smi funziona per task force, l'ultima appena lanciata è quella legale perché con la nuova legislazione europea sul fine vita dei capi per esempio diventa fondamentale avere un team d'azione legale. Tra le prime unità operative lanciate, proprio quella sulla moda che come ripete Carlo è tra le industrie più inquinanti».

Da dove ha iniziato?

«Ho chiesto per primo al nostro "Re" della moda, Giorgio Armani dove ho un posto



Superficie 87 %

in cda: ci lega un antico rapporto di fiducia, quand'ero a Yoox abbiamo lavorato bene assieme e ora abbiamo nuovi progetti... poi lui è sempre stato attento alle tematiche sociali, come ha dimostrato durante il Covid (con la produzione di camici per ospedali, ndr.). Poi ho aggregato maison, department store, piattaforme online: da Burberry a Chloé, Eon, Gabriela Hearst, **Brunello Cucinelli**, Johnstons Of Elgin, Moda Operandi, Mulberry, Selfridges, Stella McCartney, The Dubai Mall, Vestiaire Collective e Zalando. Da ultimo Aura Blockchain Consortium e dunque anche Lvmh e Prada attraverso questa struttura per la blockchain. In fondo ho fatto per il Re quel che ho fatto con Yoox: costruito alleanze fra marchi propensi ad andare ciascuno per la propria strada. E a Milano, PwC Italia mi sta supportando nel coordinamento di tutta la task force».

A che cosa si impegnano le aziende che entrano nel «team reale»?

«A dotarsi subito di un Digital Id: una carta di identità digitale dei loro capi, che dica con quali materie prime e dove sono fatti. E lo possono fare in vari modi: con un QR code, con gli Nfc, con la blockchain. Poi, perseguire un progetto di economia rigenerativa, nel nostro caso una Regenerative Fashion. Un esempio è l'Himalayan Regenerative Fashion Living Lab (piano di ricostruzione di terre degradate per recuperare abilità tessili locali e aiutare le comunità) finanziato da **Cucinelli**: nell'Est dell'Himalaya si è puntato sull'agricoltura rigenerativa, con la piantumazione di 1 milione di alberi, a Ovest si è lavorato sull'allevamento».

Smi attribuisce degli attestati di sostenibilità: i Terra Carta Seal, logo disegnato da Sir Jony Ive (ex designer Apple). Il Re vuol far concorrenza alle B Corp?

«I Terra Carta Seal sono già andati a 19 società, ma non vedo competizione con altri riconoscimenti verdi. La sfida è immensa, più riconoscimenti ci sono meglio è».

Curiosità: come fa il punto con il suo «Chairman» Re Carlo? Lei è pure nel bo-

ard della Prince's Foundation e dei giardini di Highgrove di Carlo.

«Ci scriviamo lettere per fare il punto, più che mandare e-mail. E c'è un incontro a Buckingham Palace che non scordo, a novembre 2022, io e lui davanti a un the. Per un'ora abbiamo analizzato così i piani per una moda green».

Il primo incontro col Re?

«Quando aprii un centro Yoox a Londra, una sede con molti alberi, molto verde. Invitai allora principe di Galles, e lui accettò, con Camilla. Parlando, trovammo pure un'amicizia italiana in comune. Poi lui mi invitò in Scozia con 50 ospiti e mi chiese di pensare a un progetto che mettesse assieme innovazione e moda per una finalità sostenibile. Mi inventai Modern Artisan, una collezione venduta su Yoox, i proventi andarono al Prince's Trust, la fondazione di Carlo. Anche adesso, il mio incarico di guida della task force del Re è pro bono».

Da fondatore del fenomeno Yoox, partendo da zero, alle stanze del Re. Cosa hanno in comune i due mondi?

«C'è un fil rouge che lega il progetto di Carlo della Sustainable Markets Initiative di cui ho la guida della task force moda, e quello della piattaforma di shopping online che ho lanciato: l'innovazione. Solo la tecnologia ci può salvare dal climate change. Beh poi, altro che partito da zero, per Yoox, sono partito con un debito da saldare, che avevo contratto per frequentare un Master alla Columbia University!».

Ma come si rompe il rapporto con Ynap?

«Non si è rotto il rapporto con Richemont, anzi. Ho seguito la lezione di mio padre che diceva: quel che conta di più è lasciarsi bene. Conoscevo bene Johann Rupert, avevamo lavorato bene assieme, ma al lancio dell'Opa dopo che Richemont entrò in Ynap, con franchezza gli dissi che ero un imprenditore per indole, non un manager. Così abbiamo concordato che avremmo individuato un successore e sarei rimasto sei mesi per aiutare la transizione. Un percorso durato quasi tre anni. Poi arrivò la telefonata da Buckingham Palace».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da Armani a Chloé la Carta digitale per i capi

«**T**utti i marchi entrati nella Task force moda di Carlo III, Armani compreso, si sono impegnati a dotarsi di un passaporto digitale — spiega **Federico Marchetti** —. Capofila Chloé con il suo co italiano



Riccardo Bellini che ha lanciato Chloé Vertical: con tecnologia fornita da EON è possibile scansionare le etichette con lo smartphone, recuperare le info di tracciabilità del capo, garanzia e info per riparare o rivendere l'abito. Ma anche Mulberry guidata da Thierry Andretta si sta attivando con l'ID dei capi. E dopo il progetto pilota di Regenerative Fashion con **Cucinelli** ce ne saranno altri».

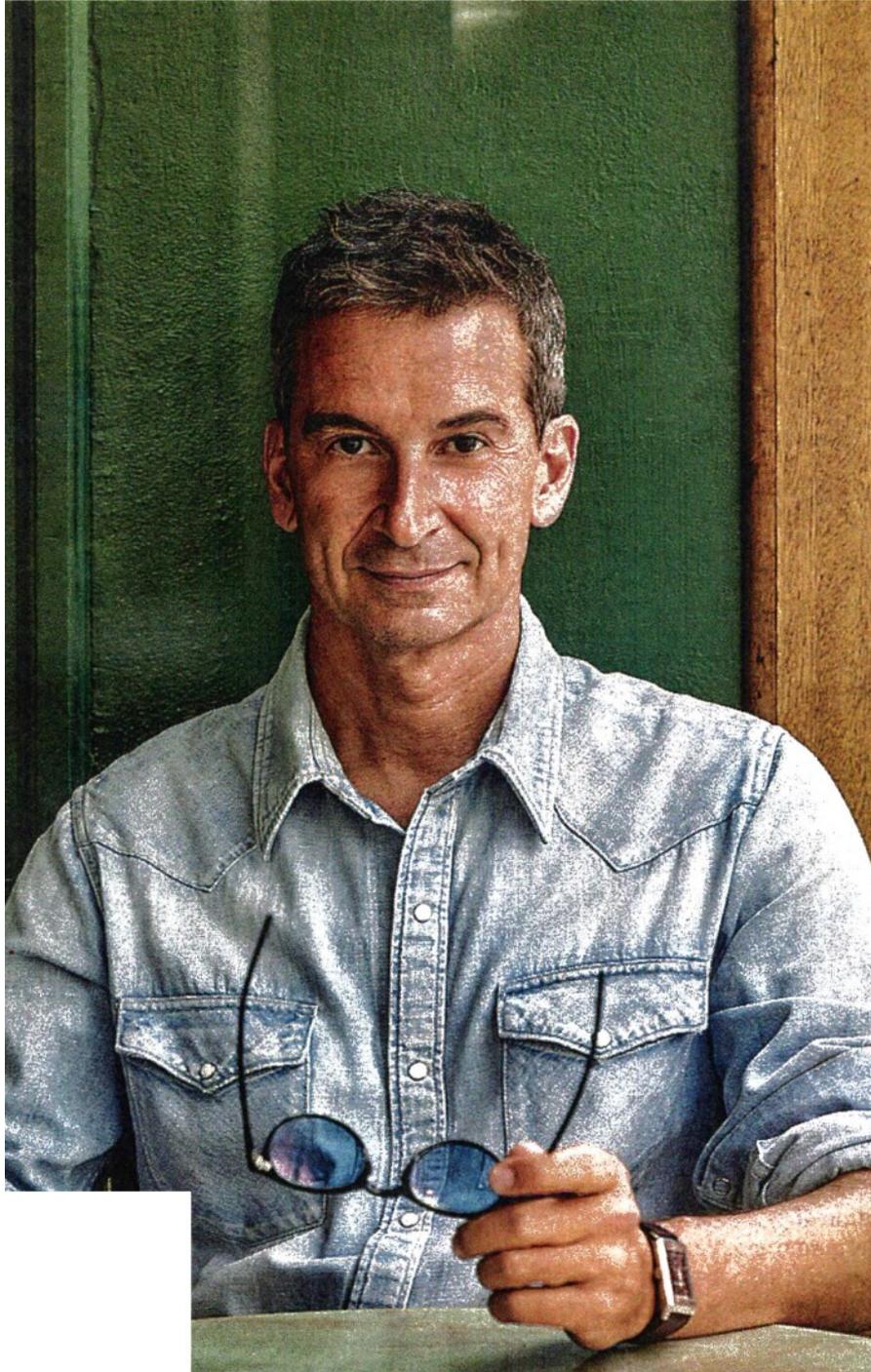
En. Rod.

08865



08865

**Credo di aver
convinto Sua
Maestà con
piani lanciati e
realizzati. Poi
ama il nostro
Made in Italy**



Presidente

Federico Marchetti
oggi guida la task
force moda di Re
Carlo III a Londra e
siede nel Consiglio
di amministrazione
della Giorgio
Armani Spa. Dopo
aver fondato il
gruppo Yoox Net-
a-Porter (foto:
David Needleman)