

RIASSUNTO ESECUTIVO

La produzione di beni di lusso costa cara – non solo a livello economico ma anche sul piano dell'ecologia e delle persone coinvolte nelle catene di distribuzione. I processi di estrazione e lavorazione delle materie prime, l'attività degli stabilimenti produttivi e il trasporto hanno un forte impatto ambientale che include l'inquinamento di aria e acqua, la degradazione del suolo, lo spostamento delle terre emerse e la deforestazione. Enormi immissioni di sostanze chimiche e la trasformazione del paesaggio sono responsabili della frammentazione e della distruzione degli ecosistemi e hanno enormi ripercussioni su corsi d'acqua dolce, boschi e flora e fauna selvatiche. Inoltre, soprattutto le attività minerarie e la lavorazione delle materie prime sono associabili a violazioni dei diritti umani come il lavoro minorile e forzato o il cosiddetto land grabbing (WWF 2018). I danni causati dalle crisi congiunte del cambiamento climatico (IPCC 2021) e della perdita della biodiversità globale (SCBD 2020) diventano sempre più evidenti. Consumatori e legislatori di tutto il mondo iniziano così a prestare maggiore attenzione agli effetti negativi di produzione e consumo e chiedono maggior trasparenza e due diligence da parte delle aziende relativamente all'impatto ambientale e sociale lungo l'intera catena del valore. Nel 2018 il WWF aveva esaminato le 15 principali aziende svizzere dell'industria al fine di valutare quanto gioielleria e orologeria di lusso erano preparate alle sfide future, in che misura erano capaci di tracciare la loro catena di distribuzione e che tipo di collaborazione avevano instaurato con fornitori e partner commerciali per proteggere ambiente e società. Il rapporto era giunto alla deludente conclusione che solo pochi dei brand presi in esame erano in grado di ricostruire la loro parte nella catena di distribuzione e avevano adottato misure sufficienti per prevenire, ridurre o attenuare i rischi ambientali (l'intero rapporto del 2018 è disponibile in inglese qui).

È a fronte di questo scenario che il WWF ha condotto una nuova valutazione su come i marchi di orologi e gioielli propongono soluzioni per creare beni di lusso che contribuiscono al benessere della società e dell'ecosistema. Il rating del 2023 del WWF per il settore dell'orologeria e della gioielleria intende far luce sulla prestazione di sostenibilità dell'industria degli orologi e dei gioielli concentrandosi sulla catena globale del valore, in primis sulla provenienza di materie prime cruciali come l'oro. Questo rapporto illustra come le aziende più ambiziose stiano migliorando la situazione attuale e la percezione del settore, come altre siano rimaste indietro rispetto a quelle che vengono considerate buone pratiche di business e cosa sia generalmente necessario per ridurre l'impatto del settore sull'ambiente.

Rating della sostenibilità dei marchi di lusso di orologi e gioielli

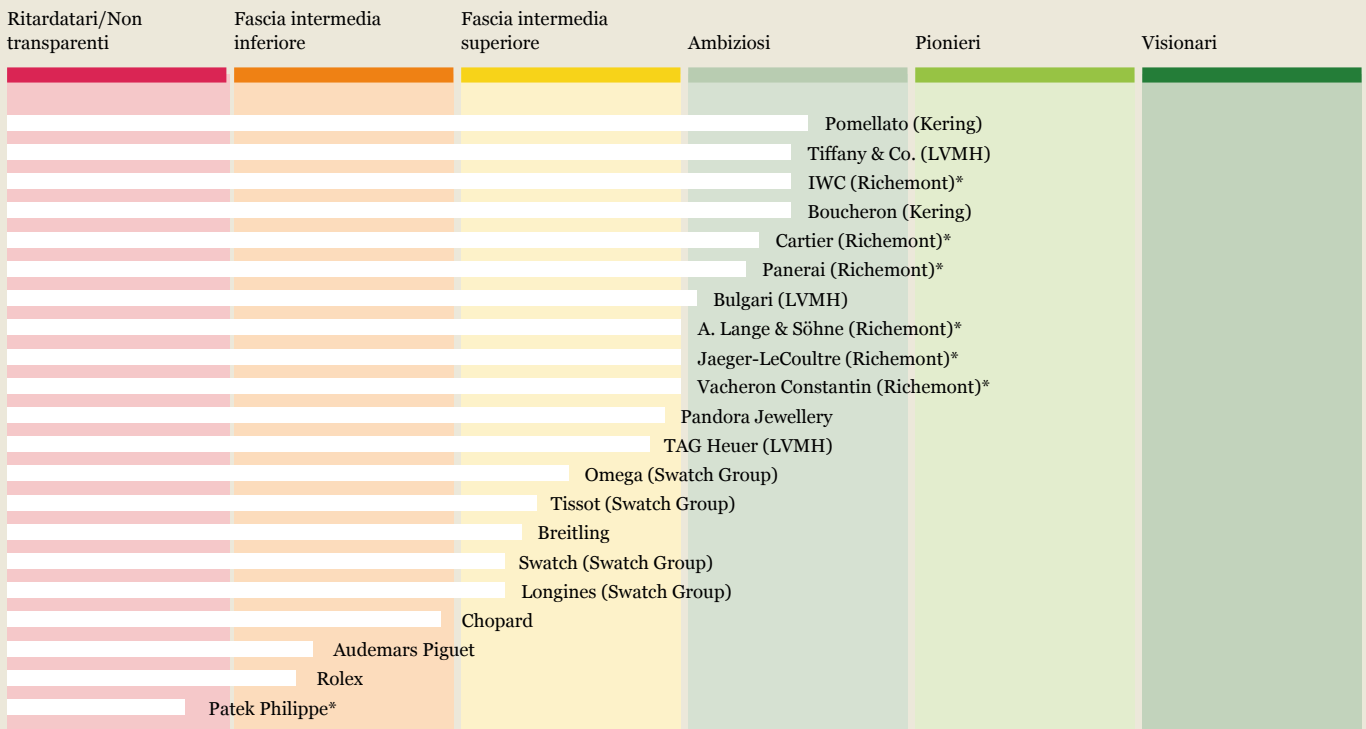


Figura 1: risultati del rating ambientale

Fonte: adelphi. Delle 21 aziende esaminate, 14 hanno colto l'occasione per commentare e completare la valutazione preliminare del WWF mentre le altre sette non hanno compilato la valutazione iniziale e pertanto sono state valutate unicamente sulla base dei dati disponibili al pubblico. I marchi che non hanno completato la prevalutazione e che sono stati valutati solo sulla base dei dati disponibili pubblicamente, sono contrassegnati da un * nel grafico. Nel caso di marchi individuali appartenenti a un gruppo, il nome del gruppo è indicato tra parentesi dopo il nome del marchio.

Il WWF ha valutato la performance di sostenibilità di 21 dei marchi più famosi di orologi e gioielli di lusso a livello di strategia di sostenibilità, interventi a favore del clima, biodiversità e gestione idrica, rispetto dei diritti umani, approcci alla circolarità, tracciabilità e trasparenza delle catene di distribuzione, monitoraggio e rendicontazione delle attività di sostenibilità nonché impegno degli stakeholder.

I risultati dimostrano che i marchi affiliati a grandi gruppi come Kering (marchi rilevanti: Pomellato, Boucheron), Richemont (marchi rilevanti: A. Lange & Söhne, Cartier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, Panerai) e LVMH (marchi rilevanti: Tiffany & Co., TAG Heuer, Bulgari) hanno beneficiato di iniziative per la sostenibilità a livello del gruppo. Di questi, sette marchi evidenziano un impegno verso pratiche di business responsabili qui classificate come “ambiziose”. Le iniziative per la sostenibilità della maggioranza dei marchi analizzati per questo rating si collocano nella fascia intermedia superiore; tre marchi si posizionano in quella intermedia inferiore. Patek Philippe si distingue per essere l'unico brand “non trasparente” a causa dell'assenza di informazioni circa il suo impegno sul fronte della sostenibilità. È evidente che nessun brand si è posizionato nelle due categorie più alte, il che significa che il margine di miglioramento del settore è ampio.

I risultati più dettagliati indicano che dal 2018 sono stati fatti progressi significativi in determinati ambiti, in particolare per quanto riguarda monitoraggio e analisi di materialità nonché nell'ambito del reporting e divulgazione. È stata inoltre riconosciuta l'importanza di proteggere il clima. Alcuni dei marchi hanno già definito delle strategie climatiche ambiziose e obiettivi di riduzione delle emissioni di gas serra su base scientifica.

Eppure serve ancora tanto lavoro se si vuole ottenere una maggiore tracciabilità della catena di distribuzione e trasparenza nell'industria – due prerequisiti fondamentali per il raggiungimento e il reporting di tutti gli altri obiettivi di sostenibilità. Ad oggi la performance del settore in termini di impegno delle parti interessate è piuttosto limitata: gran parte delle aziende non coinvolge in modo mirato e inclusivo fornitori, dipendenti e consumatori nelle proprie iniziative a favore della sostenibilità. Per di più numerose aziende del settore stanno ancora muovendo i primi passi per quanto riguarda acqua, biodiversità, gestione dei diritti umani e adozione di soluzioni circolari.

VERSO PRATICHE AZIENDALI RESPONSABILI

Se da un lato la performance di sostenibilità dell'orologeria e della gioielleria lascia molto a desiderare, dall'altro i risultati del rating dimostrano che singoli brand sono già impegnati su questioni di sostenibilità e hanno adottato approcci e misure che possono servire da esempio per gli altri stakeholder del settore. Correggendo le proprie pratiche aziendali e l'impegno con i fornitori, ciascun brand può avere un impatto e un'influenza positivi sull'industria nel suo complesso. Pertanto il rapporto presenta esempi di best practice tanto di start-up quanto di imprese affermate che hanno sviluppato soluzioni innovative per migliorare sostenibilità, circolarità, trasparenza e tracciabilità lungo la catena del valore. Queste possono concentrarsi su un aspetto, una materia prima o un metodo specifici oppure coprire un intero modello di business e pertanto rappresentano la varietà di soluzioni possibili che le aziende possono adottare per le loro operazioni.

Nell'insieme c'è ancora parecchia strada da fare, ragion per cui il WWF esorta l'industria degli orologi e dei gioielli a:

- aumentare la tracciabilità e la trasparenza lungo le catene di distribuzione;
- eseguire un'analisi di materialità per lo sviluppo e l'implementazione di una strategia globale di sostenibilità;
- integrare la sostenibilità nelle procedure aziendali;
- migliorare la governance e la gestione di clima, biodiversità, acqua e impatto sui diritti umani lungo tutta la catena del valore;
- adottare approcci circolari per ridurre l'utilizzo di materie prime;
- monitorare gli effetti e stilare un rendiconto pubblico delle tematiche ambientali;
- collaborare con i colleghi del settore e impegnarsi con le parti interessate.

IL POTERE DELLE DECISIONI DI CONSUMO

Con le loro decisioni di acquisto i consumatori possono influenzare direttamente le priorità delle aziende e contribuire a migliorare la prestazione di sostenibilità. Il rapporto illustra le diverse opportunità per i consumatori di esercitare un'influenza positiva:

- Domandate un più alto livello di trasparenza. Comprate da brand che si impegnano a fornire la massima tracciabilità e che si assumono la responsabilità di ottenere trasparenza su tutta la catena di distribuzione. Informatevi su origine, condizioni di lavoro, impatto ambientale, certificazione e standard degli orologi o dei gioielli acquistati.
- Praticate un consumo responsabile. Puntate a ridurre il consumo di nuovi prodotti ad uso intensivo delle risorse e privilegiate orologi e gioielli di aziende che si dedicano a pratiche di approvvigionamento e produzione trasparenti e responsabili. Gioielli e orologi possono inoltre essere condivisi, scambiati o noleggiati per occasioni speciali anziché comprati nuovi.
- Riutilizzate e adattate. Se alcuni beni non vengono più usati, valutate di prolungarne l'uso rivendendoli o riciclandoli. Negli ultimi anni il mercato di orologi e gioielli di seconda mano ha subito una forte crescita e creato molte occasioni di rivendita.
- Chiedete maggiore sostenibilità. Sostenete azioni collettive per pretendere prodotti di origine responsabile. Nei limiti del possibile impegnatevi e votate a favore di politiche e normative migliori che proteggono la natura e i diritti umani.

Questo rapporto intende incoraggiare e contribuire in modo costruttivo alla transizione dell'industria verso una maggiore responsabilità, trasparenza e rendicontazione.