

Interviste

Sector No Limits va in missione per la protezione dell'ambiente

Il marchio legato alla natura e ad ambassador come lo skydiver Sean MacCormac avvia il progetto Save the ocean. «Ci impegniamo ad abbattere il 25% delle emissioni di gas serra nei processi produttivi e a sostenere le ong californiane che recuperano la plastica abbandonata», ha detto a *MFF* il presidente Massimo Carraro

Da sempre **Sector No Limits** si muove nella natura. I mari, i cieli e le montagne sono i palcoscenici naturali delle imprese ardite e oltre i limiti di ambassador leggendari come **Patrick de Gayardon**, **Pipin** e **Manolo**. E sono sempre questi gli ambienti in cui vivono le loro sfide anche i Sector heroes di oggi, come lo skydiver **Sean MacCormac** protagonista della nuova campagna 2020. **Massimo Carraro**, presidente di Sector No Limits, spiega quali sono le nuove missioni del brand del gruppo **Morellato** e le strategie di business.

Quali sono le novità in seno a Sector?

La natura e l'outdoor sono effettivamente i mondi di riferimento di chi sceglie gli orologi Sector No Limits, che in un certo senso trasferiscono questi valori al polso di chi li indossa. E il progetto Sector Save the ocean nasce per ridurre l'inquinamento che con-

tamina i mari e l'impatto che ne deriva sull'ambiente, una collezione formata da tre orologi maschili e altrettanti femminili, con le casse e le fibbie realizzate in plastica recuperata dagli oceani, mentre il cinturino è di plastica riciclata. Le altre minime parti restanti sono in acciaio, materiale riciclabile all'infinito.

In che modo il progetto salvaguarda l'ambiente?

Innanzitutto ci prendiamo l'impegno d'abbattere del 25% le emissioni di gas serra nei processi produttivi. Il progetto è poi finalizzato a sostenere ong californiane che intervengono nel recupero della plastica abbandonata negli oceani. Da parte mia, sono convinto che si debba garantire un mondo migliore ai nostri figli. La sostenibilità non può essere dettata da strategie di marketing o trattata come un fenomeno di moda. È



Sopra, Massimo Carraro, presidente Sector No Limits e i modelli maschile e femminile della linea Save the ocean



semplicemente la cosa giusta da fare e non si può prescindere, anche a livello personale, dall'intraprendere attività a tutela dell'ambiente. Noi lo facciamo da tempo, ma oggi in particolare agiamo partendo da un progetto culturale che coinvolge tutta l'azienda.

Che area di mercato occupa Sector no limits?

Quella dell'orologeria sportiva e lifestyle, con fascia media di prezzo di 200-300 euro. È poi un marchio

maschile, anche se la donna, cui sono dedicate collezioni di orologi e gioielli, si è ritagliata un'importante fascia di mercato in continua crescita, attestandosi sul 30% delle vendite globali.

Quali sono i vostri mercati di riferimento?

Siamo molto soddisfatti del mercato italiano, che da qualche anno registra una continua crescita sia nei canali tradizionali sia attraverso le piattaforme digitali. L'Italia

rimane uno dei nostri key market. Sector no limits è comunque un brand che distribuiamo in tutto il mondo attraverso la nostra rete worldwide, con focus in Europa. Siamo sviluppando un importante progetto di rilancio in Francia, la patria di Patrick de Gayardon, dove abbiamo un nuovo ambassador, il kitesurfer **Valentin Garat**. Anche la Spagna è un mercato strategico, dove spicca un nuovo volto femminile, **Carla Herrera Oria**, anche lei kitesurfer.

Progetti per il futuro?

Presenteremo anche per l'autunno-inverno una nuova collezione Save the ocean. Nella prossima stagione lanceremo invece un orologio dedicato alla montagna e il nostro ambassador sarà **Ludovico Fossali**, che rappresenterà L'Italia alle Olimpiadi di Tokyo nel climbing, disciplina al suo debutto in quel contesto. Siamo orgogliosi di questa partnership e facciamo il tifo per lui. (riproduzione riservata)