

Stile e design

Imprese & prodotti

Grandi gruppi italiani

Morellato, una donna manager per spingere la sostenibilità

LAURA ASNAGHI

Tra i fiori all'occhiello del gruppo c'è "Live Diamond", ovvero i gioielli green che permettono di creare in laboratorio diamanti rubini, smeraldi e zaffiri grazie a un frammento di pietra preziosa

Stile, innovazione e grande attenzione alla sostenibilità. Per Morellato, il Gruppo italiano di gioielli ed orologi la creatività va di pari passo con tutto ciò che è eco-friendly, rispettoso dell'ambiente e dei diritti di chi lavora. E questo Gruppo che conta 13 marchi di successo come Morellato, Sector No Limits e Philip Watch, più tre licenze di gran nome, come Chiara Ferragni, Maserati e Trussardi, è così focalizzato su una politica green tanto da avere pubblicato quest'anno il suo primo Bilancio di sostenibilità. Dove tutto è certificato e documentato. Non solo, ma in azienda, dal luglio dello scorso anno, è stata nominata una big manager con la delega alla sostenibilità. Lei è Cristina de' Stefani, amministratore delegato Finance & Corporate affairs ma anche azionista del Gruppo con il marito Massimo Carraro, che riveste il ruolo di presidente, e il cognato Marco, anche lui Ceo.

«Il mercato è sempre più esigente e i consumatori sempre più consapevoli dell'importanza di prodotti di gran classe ma che rispettano un codice etico a 360 gradi – spiega Cristina de' Stefani – e noi siamo pronti a soddisfare tutte le aspettative». Tra i fiori all'occhiello del gruppo c'è "Live Diamond", ovvero i gioielli green che permettono di creare diamanti ma anche rubini, smeraldi e zaffiri, partendo da un "seme", vale a dire un frammento di una pietra preziosa, che viene sviluppato in laboratorio. «Con questo processo si evitano danni all'ambiente, si abbattano le emissioni di gas nocivi, si consuma meno acqua ma anche meno energia e cosa, altrettanto fondamentale, si evita il lavoro in miniera sempre molto pericoloso. E alla fine, si ottengono diamanti e preziosi ecologici, molto belli, dai prezzi accessibili».

Ma per essere green bisogna agire su più fronti. E Cristina de' Stefani, racconta con orgoglio che il gruppo usa anche l'oro rici-



1

Il personaggio



Cristina de' Stefani
ad Finance & Corporate affair di Morellato con la nuova delega alla sostenibilità

clato, utilizza pelle rigenerata da scarti industriali per creare cinturini e per alcuni orologi vengono adottati movimenti che si caricano con l'energia solare. A tutto questo si aggiunge una attenzione particolare per il packaging sempre più ecologico e plastic free.

Il gruppo Morellato, presente in Italia e all'estero, ha avuto risultati economici eccellenti passando da un fatturato di 208 milioni a 305 milioni di euro, un aumento da record, frutto della sua vivacità commerciale, con una diversificazione di brand che per-

Un'immagine di "Live Diamond", la nuova linea Morellato di gioielli green

mette di avere un'ampia offerta di prodotti, che coprono tutte le necessità. Dall'orologio di alto livello al solitario per il fidanzamento, dal piccolo gioiello alle fedeli, ai bracciali e alle collane.

La gamma dei prodotti è ampia e improntata a una sostenibilità documentata passo dopo passo, con una politica di trasparenza che si riflette anche nella gestione del personale. «Per noi la parità di genere è fondamentale – assicura l'imprenditrice – la presenza femminile è elevata in tutti i reparti e tra le figure dirigenziali abbiamo 28 donne e 35 uomini. Non solo. Ma diamo ampio spazio ai giovani. Il 43 per cento dei dipendenti del gruppo sono under 30». E visto che la formazione del personale addetto alle vendite gioca un ruolo strategico dallo scorso anno, è nata l'Accademy del Gruppo Morellato che coinvolge più di 1300 persone che lavorano in circa 250 punti vendita in Italia.

Il quartier generale di Morellato è a Padova ed è immerso in un parco di 10 mila metri quadrati, dove i dipendenti possono pranzare all'aperto e stare in mezzo alla natura. Il ristorante interno ha cento posti a sedere, più un'area relax con divanetti e salottino, in cartone riciclato, e il calcio balilla. Un welfare aziendale coerente con una produzione di gioielli e orologi sempre più attenta alla sostenibilità e rispettosa delle radici del gruppo. Che è nato nel 1930 muovendo i primi passi da una piccola bottega orafa di Venezia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA