

YOOX NET-A-PORTER GROUP PRESENTA INFINITY, LA NUOVA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ PENSATA PER RIPORTARE LA MODA E IL LUSO IN EQUILIBRIO CON IL NOSTRO PIANETA

- Infinity, la strategia di YOOX NET-A-PORTER, ha l'obiettivo di offrire un lusso che duri nel tempo, contribuendo a trasformare l'intero sistema della moda in uno più circolare, sostenibile e inclusivo.
- Una visione ambiziosa che il Gruppo punta a realizzare attraverso un programma strutturato per rispettare i 12 impegni su cui la strategia si basa, puntando a contribuire sin da subito ai *Sustainable Development Goals* dell'ONU e ad innescare un cambiamento concreto.
- Attraverso Infinity, il Gruppo lancerà una molteplicità di iniziative, da quelle dedicate al *circular design* e alla cura dei capi fino alla riduzione delle emissioni di anidride carbonica, passando per l'impegno concreto a garantire trasparenza e a rendere il lusso circolare un valore condiviso.

25 Novembre 2020 - YOOX NET-A-PORTER, leader globale del lusso online, lancia oggi la sua strategia *Infinity 2030*. L'approccio alla sostenibilità riflette l'obiettivo del Gruppo di realizzare un futuro in cui i prodotti siano fatti per durare ed essere amati nel tempo, e i clienti abbiano a disposizione informazioni e soluzioni per fare scelte consapevoli ed estendere la vita dei propri capi. Un futuro in cui le nuove generazioni siano pronte per un mondo dove l'ambiente sia tutelato e in cui la moda possa realmente contribuire a salvaguardare il nostro pianeta.

YOOX NET-A-PORTER farà leva sul decennale impegno in tema di sostenibilità, sulle sue competenze in tecnologia e innovazione, la sua dimensione globale (presenza in 180 paesi con 4.3 milioni di clienti e centinaia di partner nel settore), per promuovere la collaborazione con i player di settore e non solo, con l'obiettivo di trasformare il lusso in un mondo inclusivo e circolare.

La strategia Infinity si articola in 12 impegni, strettamente legati ai *Sustainable Development Goals* dell'ONU. Tali impegni abbracciano quattro aree - *Circular Business, Circular Culture, Planet Positive e People Positive* – e riflettono la profonda convinzione del Gruppo che non possa esserci sviluppo sostenibile se la dimensione ambientale e sociale non progrediscono all'unisono. I primi impegni verranno raggiunti entro la fine del 2020 e rappresenteranno una base solida su per portare avanti un cambiamento concreto nel corso dei prossimi 10 anni:

Circular Business: Programmi pilota e iniziative che includano la circolarità nelle attività del Gruppo a ogni livello attraverso innovazione, nuovi servizi e *circular design*. L'impegno ad estendere la vita dei capi parte dalle private *label* del Gruppo e l'obiettivo di rendere, entro il 2025, tutti i loro prodotti 100% sostenibili e circolari in linea con le nuove linee guida di YOOX NET-A-PORTER, che verranno condivise anche dai brand partner al fine di promuovere pratiche di *circular design*. Entro il 2023, saranno offerti servizi per la cura dei capi in collaborazione con sartorie locali, artigiani, imprenditori sociali e start-up accessibili in tutti i quattro i negozi online (NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX e THE OUTNET), affinché i capi stessi possano durare più a lungo e preservare il proprio valore.

Circular Culture: Rendere il lusso circolare un valore condiviso ed accessibile per tutti. Questo impegno prevede l'aumento costante, di anno in anno, di prodotti sostenibili disponibili sui negozi online del Gruppo e un maggior focus dei contenuti editoriali dedicati al lusso sostenibile e circolare per ispirare e informare. Inoltre, entro il 2022 saranno introdotte soluzioni online per permettere ai clienti di effettuare scelte più consapevoli e sostenibili.

Planet Positive: Adottare un approccio scientifico per mitigare l'impatto ambientale e investire in risorse per salvaguardare il nostro pianeta. Il Gruppo si pone l'obiettivo di diventare *climate positive* entro il 2030, impegnandosi a ridurre le emissioni di CO2 in linea con i *Science Based Target*; ad utilizzare energia rinnovabile al 100% entro la fine

YOOX NET-A-PORTER GROUP

del 2020, come previsto dall'iniziativa RE100; a diventare un business *zero-waste* entro il 2023 attraverso la riduzione, il riutilizzo, il riciclo e il compostaggio del 100% dei rifiuti aziendali.

People Positive: Promuovere una cultura positiva nel nostro settore supportando e dando fiducia alle nuove generazioni, abbattendo le barriere che impediscono loro di crescere ed affermarsi e creando un bacino sostenibile di talenti. Il Gruppo si impegna, attraverso 15.000 giorni di volontariato dei propri team entro il 2025, a fornire alle nuove generazioni le competenze digitali e imprenditoriali per eccellere nell'industria della moda, bilanciando tecnologia e creatività. Particolare attenzione sarà riservata alle categorie sottorappresentate. Inoltre, verranno introdotti programmi per far crescere nuovi talenti nella moda e lanciarli sul mercato e aumentare la consapevolezza sui temi di diversità e inclusione, sia internamente che fra i nostri partner e le organizzazioni di riferimento.

Giorgia Roversi, Director of Sustainability and Inclusion di YOOX NET-A-PORTER, ha dichiarato: *"Infinity promuove una trasformazione profonda verso un futuro più sostenibile e inclusivo. E il passo successivo di un lavoro che, sotto la guida del nostro Presidente e AD Federico Marchetti, da oltre dieci anni ci vede a sostegno di brand pionieri della sostenibilità, facendo leva sulle nostre competenze tecnologiche, innovative ed editoriali.*

Possiamo rivoluzionare il mondo della moda solo attraverso la collaborazione, condividendo soluzioni e sfide e ridefinendo continuamente la nostra risposta ai bisogni dei clienti. Per questo, tutti i 12 impegni previsti nella strategia di Infinity sono sostenuti da progetti pilota e iniziative che ci permetteranno di condividere soluzioni e esperienze sia all'interno dell'azienda sia con i nostri partner."

Il Gruppo farà leva sulle proprie iniziative di successo, come YOOXYGEN di YOOX, lanciato nel 2009, e NET SUSTAIN di NET-A-PORTER, nato nel 2019, con cui ha messo in contatto i propri clienti con brand sostenibili che hanno a cuore il benessere delle persone, degli animali e dell'ambiente. Il lancio della strategia Infinity segue quello della collezione sostenibile YOOX NET-A-PORTER for The Prince's Foundation, frutto del progetto The Modern Artisan. L'iniziativa ha l'obiettivo di rafforzare le competenze tessili di giovani artigiani nel Regno Unito e in Italia per creare capi di lusso sostenibili. L'analisi dei dati e l'Intelligenza Artificiale agevola la riduzione degli sprechi, l'uso consapevole dei materiali e la longevità dei capi.

FINE

Appendice

Gli obiettivi inclusi nella strategia Infinity di YOOX NET-A-PORTER sono esposti di seguito. Per maggiori dettagli e per visionare la strategia Infinity nella sua interezza, si rimanda al sito del Gruppo.

Circular Business commitments:	Cosa farà YOOX NET-A-PORTER:
---------------------------------------	-------------------------------------

YOOX NET-A-PORTER GROUP

<p>Design for Circular:</p> <p>Contribuiremo alla diffusione dell'economia circolare lavorando con i nostri brand partner e renderemo circolari tutti i prodotti delle nostre private label entro il 2025.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entro la fine del 2021, svilupperemo le nostre linee guida dedicate a prodotti e acquisti sostenibili e circolari per definire e diffondere pratiche di circular design a supporto delle nostre private label e dei nostri brand partner. 2. Entro la fine del 2021, formeremo i team delle nostre private label al fine di includere i principi del circular design nei loro processi, aumentando così di anno in anno la percentuale di prodotti sostenibili e circolari. 3. Entro la fine del 2021, formeremo i team addetti al buying su come inserire sostenibilità e circolarità nel loro modus operandi. 4. Condivideremo la nostra esperienza e le best practice con la nostra community di brand partner, e ogni anno collaboreremo con almeno un brand partner strategico per lavorare insieme con un approccio olistico alla crescita dell'offerta di prodotti sostenibili e circolari.
<p>Unlock Re-commerce:</p> <p>Permetteremo ai prodotti di lusso di avere più vite, grazie ad un'esperienza unica di re-commerce in tutti i nostri negozi online, entro il 2025.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dal 2021, inizieremo a testare modelli di re-commerce sulle nostre piattaforme online. Ognuno di questi test verrà esaminato e migliorato con l'obiettivo di identificare i modelli migliori che andranno a integrare l'offerta di ognuno dei nostri quattro online store entro il 2025. 2. Nel 2021 definiremo una strategia di marketing dedicata per sensibilizzare e superare i preconcetti ancora esistenti in tema di re-commerce.
<p>Make Loved Clothes Last:</p> <p>Aiuteremo i nostri clienti nella cura dei loro capi, offrendo servizi dedicati in tutti i nostri negozi online entro il 2023.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dal 2021, lanceremo progetti pilota per la cura dei capi con sartorie locali, artigiani e start-up, per un'offerta unica e tarata sui bisogni dei nostri clienti. Inizialmente, questi progetti verranno lanciati su Milano, Londra e New York. 2. Come parte del nostro impegno a dedicare entro la fine del 2021 il 20% dei contenuti editoriali e social media a temi di sostenibilità, faremo leva sulla nostra community di 14 milioni di follower per informare e mostrare ai clienti come prendersi cura di un capo e perché è importante farlo.
<p>Circular Culture commitments</p>	<p>Cosa farà YOOX NET-A-PORTER:</p>

YOOX NET-A-PORTER GROUP

<p>Enable better choices:</p> <p>Aumenteremo ogni anno la quota di prodotti sostenibili, in linea con le nostre linee guida dedicate a prodotti e acquisti sostenibili e circolari.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Utilizzeremo le nostre linee guida dedicate a prodotti e acquisti sostenibili e circolari per supportare ed espandere l'offerta di NET SUSTAIN e YOOXYGEN, arricchendo la scelta a disposizione dei nostri clienti. Utilizzeremo le nostre linee guida dedicate a prodotti e acquisti sostenibili e circolari come base per comunicare la sostenibilità dei brand e dei prodotti su tutti i nostri online store, aumentando l'attuale offerta di NET SUSTAIN e YOOXYGEN.
<p>Inspire our Customers:</p> <p>Ispireremo i nostri clienti aumentando i contenuti editoriali dedicati al lusso sostenibile e circolare, portandoli entro il 2022, almeno al 20% del totale.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Nel 2020 svilupperemo un nuovo framework di marketing responsabile, guidando i nostri team nell'affrontare le tematiche legate a sostenibilità e circolarità in modo autentico e sincero. Lavoreremo a stretto contatto con i brand partner per sviluppare contenuti dedicati, che mostrino il loro impegno alla sostenibilità e come questo si riflette nei loro prodotti.
<p>Curate a Conscious Experience:</p> <p>Entro il 2022, cureremo l'esperienza di acquisto dei nostri clienti per permettere scelte più consapevoli e sostenibili attraverso l'implementazione di soluzioni online dedicate.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Entro la fine del 2020 mapperemo tutti i punti di contatto con i clienti sui nostri online store, per un aumento programmato delle informazioni sulla sostenibilità dei prodotti e dei servizi offerti, aiutandoli a fare scelte responsabili lungo tutta l'esperienza d'acquisto. Investiremo nella ricerca e nelle ultime innovazioni tecnologiche per aiutare i nostri clienti a comprare più responsabilmente, con nuovi strumenti per stabilire taglie e vestibilità, showroom virtuali personalizzati attraverso l'Intelligenza Artificiale e limitando la necessità di effettuare resi.
<p>Planet Positive</p>	<p>Cosa farà YOOX NET-A-PORTER:</p>
<p>Become Climate Positive:</p> <p>Ridurremo le emissioni di CO2 conformemente ai Science Based Target e renderemo "climate positive" le nostre private label e operations entro il 2030.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Lavoreremo con il Gruppo Richemont per definire un target di riduzione delle emissioni in linea con la Science Based Target Initiative. Entro la fine del 2020 raggiungeremo il nostro obiettivo come membri del gruppo RE100 completando la transizione al 100% di energie rinnovabili per tutte le nostre strutture, interne e/o in gestione, e continueremo a ridurre al massimo i consumi attraverso sistemi avanzati di monitoraggio e gestione dell'energia degli edifici. Estenderemo il nostro attuale programma di compensazione delle emissioni di CO2 (che include scope 1 e 2, nonché le emissioni da viaggi e logistica) aggiungendo nuove categorie dello scope 3 e arrivando a rimuovere dall'atmosfera più anidride carbonica di quanta ne produciamo.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

<p>Source and Buy Responsibly:</p> <p>Lavoreremo con i nostri fornitori e brand partner per elevare costantemente il livello dei nostri standard di responsabilità sociale ed ambientale.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faremo leva sulla tecnologia per identificare un sistema semplice ed efficace che assicuri trasparenza lungo tutta la filiera, sia per le nostre private <i>label</i> che per i brand partner.
<p>Protect natural ecosystems:</p> <p>Diventeremo un business <i>zero-waste</i>, assicurandoci che entro il 2023 il 100% dei rifiuti generati dalle nostre <i>operations</i> sia riusato, riciclato o compostato.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Innoveremo il nostro programma di packaging sostenibile, identificando e implementando nuove soluzioni che riducano l'utilizzo dei materiali; estenderemo il nostro impegno a usare imballaggi riutilizzabili a nastri, borse porta abiti e sacchetti protettivi anti-polvere. Aumenteremo inoltre i consigli, sia online che sul packaging, per lo smaltimento degli imballaggi, sfruttando tutti i punti di contatto con i clienti durante l'<i>interna shopping experience</i>. 2. Nel corso del 2021 implementeremo a livello di Gruppo un sistema avanzato di valutazione dei rifiuti, assicurandoci che ogni flusso sia analizzato e inserito nel piano di riduzione, riutilizzo o riciclo dei rifiuti stessi.
<p>People Positive</p>	<p>Cosa farà YOOX NET-A-PORTER:</p>
<p>Nurture young talent:</p> <p>Entro il 2025, forniremo alle nuove generazioni, in particolare quelle appartenenti ai gruppi meno rappresentati, competenze imprenditoriali e digitali dedicando 15,000 giornate di volontariato dei nostri team.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entro la fine del 2020, lanceremo una nuova policy che inviterà tutti i colleghi del Gruppo a dedicare due giorni ad attività di volontariato, con un focus su educazione e formazione dei nuovi talenti e dei gruppi meno rappresentati. 2. Entro il 2022, faremo leva sulle competenze dei nostri team per offrire su ognuno dei nostri online store una piattaforma per il supporto e lo sviluppo dei nuovi talenti, come "The Vanguard" per NET-A-PORTER. 3. Continueremo a fornire ai giovani competenze digitali e tecnologiche, con particolare attenzione alle ragazze, per combattere i pregiudizi e ridurre il divario di genere nelle carriere in campo tecnologico, creando un bacino diversificato di nuovi talenti.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

<p>Create optimal workplaces:</p> <p>Promuoveremo un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso che favorisca e protegga il benessere di tutti i nostri impiegati.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Forniremo a tutti i nostri colleghi uno spazio per il confronto e per l'ascolto grazie al Diversity & Inclusion Council, e Employee Resource Group (ERG), al fine di affrontare e approfondire tutti gli aspetti dell'inclusione sociale.2. Entro la fine del 2020, rafforzeremo la nostra politica di pari opportunità lanciando la nuova Equity and Diversity Policy.3. Entro la fine del 2020, introdurremo moduli di formazione obbligatoria su diversity & inclusion per tutti i dipendenti del Gruppo.
<p>Build an inclusive world:</p> <p>Continueremo a favorire progresso e consapevolezza sui temi di uguaglianza e inclusione tramite opportunità commerciali, supporto economico e attraverso i nostri contenuti editoriali.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Entro la fine del 2020 formeremo tutti i nostri team di marketing e comunicazione sul nuovo framework di marketing responsabile di Gruppo, per assicurarci che tutti i contenuti pubblicati riflettano una società inclusiva e diversificata.2. Entro la fine del 2021, rafforzeremo il nostro processo di on-boarding di fornitori e brand partner incoraggiandoli a condividere i dati per il monitoraggio della diversità dei lavoratori, con l'obiettivo di aumentare la diversità della nostra supply chain.3. Continueremo a contribuire finanziariamente e collaboreremo con organizzazioni che accelerano il progresso sulle tematiche dell'inclusività, uguaglianza e benessere. Metteremo a disposizione di tutti i nostri quattro online store un nuovo framework di Charitable Giving per misurare l'impatto sociale delle organizzazioni che decidiamo di supportare.

Contact

Luca De Pietro
Communications Manager
Email: press@ynap.com

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP è il leader globale nel lusso e nella moda online con oltre 4.3 milioni di clienti alto spendenti in 180 Paesi. Come pioniere dell'unione tra il mondo del lusso e quello della tecnologia, YOOX NET-A-PORTER fornisce alla clientela più esigente il piacere della moda e del lusso che dura nel tempo. L'offerta di prodotti dei brand più desiderati al mondo e di servizi personalizzati, è arricchita da 20 anni di dati sul consumatore moderno.

YOOX NET-A-PORTER ha un posizionamento unico in un settore in forte crescita come quello dell'e-commerce di lusso grazie a un modello di business che comprende un ecosistema completo nel retail di lusso. Il Gruppo vende direttamente ai clienti in tutto il mondo attraverso i propri negozi online multimarca: NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX e THE OUTNET. Inoltre, la divisione Online Flagship Stores collabora con molti marchi leader del lusso per sviluppare le loro piattaforme di e-commerce, compresa la prossima generazione di soluzioni omnichannel che superano il concetto di confine tra lo shopping online, quello da mobile e quello in boutique.

YOOX NET-A-PORTER bilancia la tecnologia e il tocco umano per creare un'esperienza di acquisto di alto livello. Intelligenza artificiale, realtà aumentata, ricerca vocale e visiva sono tutte le innovazioni che il Gruppo sta sviluppando per arricchire l'esperienza di acquisto del cliente, che è quasi sempre da smartphone. La sostenibilità plasma sempre di più il business model

YOOX NET-A-PORTER GROUP

di YOOX NET-A-PORTER e, attraverso la circolarità, la trasparenza e la collaborazione, il Gruppo punta a promuovere un impatto positivo di lunga durata sulle persone e sul pianeta.

YOOX NET-A-PORTER è un gruppo globale con radici anglo-italiane. Il servizio al cliente altamente localizzato è supportato da uffici e attività logistiche negli Stati Uniti, in Europa, Medio Oriente, Giappone, Cina e Hong Kong. Il Gruppo ha rafforzato la sua presenza nei mercati di lusso in rapida crescita come quelli cinesi e mediorientali attraverso joint venture con i più forti partner locali (Alibaba e Symphony Investments di Mohamed Alabbar).

YOOX NET-A-PORTER fa parte di Richemont. Federico Marchetti, fondatore di YOOX, è Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo.

Segui @YNAP su Instagram/LinkedIn/Twitter/YouTube

Per ulteriori informazioni su YOOX NET-A-PORTER GROUP visita www.ynap.com