



PANDORA

Gioielli dal cuore etico

Al colosso danese “la medaglia d’oro” per le produzioni green e per il rispetto dell’ambiente e dei lavoratori. Nuova collezione Pandora ispirata ai personaggi Disney: protagonisti Mickey e Minnie Mouse e le Principesse.

DI SERGIO GOVERNALE

L’86% dell’oro e addirittura il 91% dell’argento utilizzati in questi gioielli provengono da materiali riciclati.

Questo non vuol dire che la qualità sia inferiore, anzi. Il valore di questi materiali è infatti lo stesso di quello dei minerali estratti dalle miniere.

Non solo gioielli dal design contemporaneo a prezzi accessibili. Le creazioni Pandora hanno anche un cuore etico. Il gruppo danese è infatti attento all’ambiente, alla salute e alle condizioni di lavoro

dei propri dipendenti e vanta una produzione altamente green, tanto da aver conquistato “la medaglia d’oro” dei riconoscimenti nel settore: la certificazione gold Leed (Leadership in Energy and Environmental Design). In due sole parole Pandora è “socialmente responsabile”. Cosa vuol dire? Che il colosso quotato alla Borsa Nasdaq Omx di Copenhagen è costantemente impegnato a implementare pratiche etiche in tutti gli aspetti della sua attività: dal garantire un ambiente di lavoro stimolante e orientato allo sviluppo di benefici per gli addetti, alla loro salute e sicurezza, fino all’impatto sull’ecologia e alla gestione dell’energia.

Vediamo un esempio. La maggior parte dei gioielli Pandora è realizzata in Oro 14K e Argento Sterling 925, decorati da pietre di zirconia cubica sintetica e, talvolta, da pietre preziose o diamanti naturali. L’86% dell’oro e addirittura il 91% dell’argento utilizzati in questi gioielli provengono da materiali riciclati. Questo non vuol dire che la qualità sia inferiore, anzi. Il valore di questi materiali è infatti lo stesso di quello dei minerali estratti dalle miniere. Ma l’utilizzo di oro e argento riciclati riduce i danni ecologici di oltre il 95%. A calcolarlo è stata Trucost, società di consulenza per i costi ambientali, secondo cui il costo ambientale derivante dall’utilizzo di pietre di zirconia cubica sintetiche è minore di oltre il 99% in termini di emissioni di gas serra e inquinanti atmosferici rispetto ai diamanti estratti.

Non solo: il restante 14% di oro e il residuo 9% di argento è materiale grezzo proveniente rispettivamente da raffinerie certificate “conflict-free” e da fornitori certificati dal Responsible Jewellery Council, il massimo organismo in materia. L’ecosostenibilità delle produzioni e la garanzia che anche i fornitori rispettino l’ambiente sono condensate nel Pandora Ethics, il programma di responsabilità del gruppo a cui sono improntate non solo le interazioni di lavoro dei dipendenti all’interno dell’azienda a livello globale, ma anche il modo in cui l’azienda interagisce con gli stakeholder e le società con cui opera. A tutti i fornitori viene chiesto, infatti, di firmare un codice di condotta responsabile e sono soggetti a controlli periodici, affinché siano conformi agli standard richiesti, in caso di situazioni giudicate non conformi Pandora interviene aiutandoli a migliorare trasferendo loro conoscenze e competenze.

Il rispetto dell’ambiente non finisce qui. Pandora ha raggiunto il 100% di riutilizzo dei quattro principali prodotti di scarto della lavorazione dei gioielli: gesso, vetro, gomma e cera. Il gesso viene riciclato nel settore edilizio, il vetro nella produzione di piastrelle, la gomma viene usata come carburante dall’industria del cemento e la cera utilizzata dai produttori di statuine decorative nei processi



Pandora ha raggiunto il 100% di riutilizzo dei quattro principali prodotti di scarto della lavorazione dei gioielli: gesso, vetro, gomma e cera. Il gesso viene riciclato nel settore edilizio, il vetro nella produzione di piastrelle, la gomma viene usata come carburante dall'industria del cemento e la cera utilizzata dai produttori di statuine decorative nei processi di fusione.

di fusione. In questo modo il riciclo complessivo di tutti gli scarti di produzione è pari all'86%.

A marzo di quest'anno, in aggiunta, il gruppo ha inaugurato uno degli stabilimenti di produzione più green al mondo. Situato a Lamphun, nel Nord della Thailandia, ha ricevuto anch'esso la certificazione Leed e ha ridefinito gli standard per il settore dei gioielli. La sede produttiva altamente efficiente nell'uso delle risorse ha consentito a Pandora di ridurre il consumo medio di energia, le emissioni di gas serra e il consumo d'acqua per unità prodotta. E un'altra sede di produzione ecologica e all'avanguardia verrà completata nel 2018 a Bangkok. Inoltre, nel quartier generale di Copenhagen, il nuovo Global Office, aperto l'anno scorso, ha ottenuto la certificazione Leed nella categoria gold. Qui, il consumo di energia è alimentato da mulini a vento e pannelli solari e al posto dei cestini, nei piani dedicati agli uffici, sono state allestite delle stazioni di riciclo per tutti i tipi di materiali.

Il riutilizzo al 100% vale anche per tutte le shopper di carta ed i cofanetti Pandora. Ricavate da legno proveniente da silvicoltura sostenibile, sono il frutto della partnership con il fornitore MTG Group. Da quando è iniziata la collaborazione nel 2009, entrambe le aziende sono cresciute rapidamente e in modo eticamente responsabile.

Ma quando nasce il successo del colosso danese? Nel 1982, quando viene fondato dall'orafo Per Enevoldsen e da sua moglie Winnie a Copenaghen. Da allora l'azienda ha intrapreso una crescita continua. Dall'essere una gioielleria locale danese è diventata infatti uno dei brand di gioielleria più amati dalle donne: dalle Americhe all'Asia, passando dall'Europa e finendo in Oceania. Nel 1989 è iniziata la produzione dei gioielli in Thailandia, dove la coppia aveva scoperto non solo metalli e pietre preziose, ma anche artigiani altamente qualificati, esperti nelle tecniche orafe tradizionali. Dal 2005 al 2010 l'espansione: nel 2006 ha aperto le porte il primo Concept Store, nel 2008 il fondo di private equity Axcel ha acquisito il 60% del capitale e negli anni successivi il gruppo ha ottenuto la piena proprietà della distribuzione nei mercati chiave. L'azienda, inoltre, ha aumentato la propria capacità produttiva aprendo nuove e più grandi sedi di produzione interamente di proprietà a Gemopolis, il quartiere orafa di Bangkok.

I gioielli oggi sono venduti in più di cento Paesi nel mondo attraverso una rete di circa 7.700 punti vendita, tra cui più di 2.200 negozi monomarca. Pandora impiega oltre 22.300 addetti in tutto il mondo, di cui oltre 13.200 in Thailandia dove, come abbiamo detto, ha la sede produttiva. Ha chiuso il 2016 con un fatturato to-

tale di 20,3 miliardi di corone, pari a circa 2,7 miliardi di euro.

Sul fronte della produzione, il boom è iniziato nel 2000, con il lancio dell'iconico bracciale con charm. Il bracciale componibile ha preannunciato il successo internazionale. Di lì a poco Pandora ha conquistato nuovi mercati, tra cui gli Stati Uniti, il Canada, l'Australia e la Germania. Due le collezioni: la prima si chiama Moments ed è composta da bracciali componibili con oltre 700 charm ispirati a temi diversi, realizzati in Oro 14K, Argento Sterling 925, nella nuova lega metallica Pandora Rose, in vetro di Murano e smalto. L'idea era quella di permettere alle donne di celebrare i momenti della propria vita creando look in linea con i propri colori, temi, ricordi, occasioni o simboli preferiti. La seconda, denominata Pandora Essence Collection e introdotta nel 2013, si compone di bracciali rigidi in Oro 14K, Argento Sterling 925 e bicolore, bracciali e collane a maglia snake o a maglia a grani in Argento Sterling 925 e una vasta gamma di charm tutti decorati con materiali di alta qualità e con incisi significati importanti che esprimono l'essenza delle donne.

Tutti i gioielli Pandora sono rifiniti a mano e sono realizzati con materiali di alta qualità nel rispetto dell'ambiente.

Pandora propone inoltre un'ampia scelta di anelli, anch'essi componibili – fedine, a fascia, solitari, con pietre e da cocktail –, oltre a collane, pendenti e orecchini, per permettere alle donne di tutto il mondo di creare composizioni uniche secondo il proprio stile.

L'ultima novità di questa stagione è il lancio della Pandora Disney Collection, per la prima volta in EMEA ed in Italia. Grazie all'estensione dell'alleanza strategica con la Walt Disney Company ai mercati d'Europa, Medio Oriente e Africa, a partire dallo scorso ottobre, i gioielli d'ispirazione Disney di Pandora sono ora disponibili in quasi tutti i mercati globali del brand danese.

La collezione che si compone di circa trenta nuovi gioielli, alcuni dei quali sono una novità della collezione Disney di Pandora, è ispirata ai personaggi più amati di Disney, tra cui Mickey e Minnie Mouse e le Principesse Disney: Cenerentola, Aurora, Belle ed Elsa. Inoltre, il bracciale componibile con charm di Pandora è diventato il gioiello ufficiale di Disneyland Paris in Francia.

Per le feste natalizie i nuovi gioielli rifiniti a mano con un design unico ed innovativo, in Argento Sterling 925, smalto, cristalli celebrano Mickey Mouse, Minnie, le Principesse e tutti gli altri personaggi iconici, resi celebri dal genio di Walt Disney che rivivono su charms, bracciali e collane perfette per tutti gli stili. Dalla famosa scarpetta di Cenerentola al bracciale rigido de La Bella e la Bestia con i charm "Disney, La Rosa Luminosa di Belle" e "Disney, Mrs Bric e Chicco" fino ai cristalli di ghiaccio di Frozen e tutti i pendenti dedicati alle principesse più amate di sempre. Tutte le creazioni d'ispirazione Disney possono essere mixate con tutti i gioielli Pandora esistenti per donare un tocco fiabesco al look e rendere colorata e giocosa la stagione delle feste. Portare un pizzico di magia, di gioia e di pensieri positivi nella vita di tutti i giorni sarà un gioco da ragazzi. Questo il messaggio alla base della nuova collezione Pandora ispirata al mondo Disney. ■



L'ultima novità di questa stagione è il lancio della Pandora Disney Collection. Grazie all'estensione dell'alleanza strategica con la Walt Disney Company ai mercati d'Europa, Medio Oriente e Africa, i gioielli d'ispirazione Disney sono ora disponibili in quasi tutti i mercati globali del brand danese.