
Modaes

Back Stage

Marie Claire Daveu (Kering): “Es necesario reducir los recursos naturales como un sello de calidad”

La máxima responsable de sostenibilidad del grupo francés de lujo, que se incorporó al cargo en 2012, considera que la excelencia pasa precisamente por ser sostenible y transparente.

S. Riera
24 oct 2016 - 04:51



1 / 3

<https://www.modaes.com/back-stage/marie-claire-daveu-kering-es-necesario-reducir-los-recursos-naturales-como-un-sello-de-calidad>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Marie Claire Daveau es directora de sostenibilidad y responsable de relaciones internacionales en el grupo **Kering**. La directiva se incorporó al hóliding francés, propietario de marcas como **Gucci, Stella McCartney, Saint Laurent** o **Puma**, procedente del ámbito público, donde había ejercido de asesora en el Ministerio de Ecología y Desarrollo Sostenible del Gobierno francés. Daveau está al frente de la estrategia de sostenibilidad de **Kering** desde 2012. Daveau participó en la pasada edición del South Summit en Madrid, un encuentro para poner de relieve la innovación en el sur de Europa y que reúne alrededor de 3.500 personas.

Pregunta: ¿Qué es ser sostenible?

Respuesta: Mi visión de la sostenibilidad la comparto con Kering y tiene que ver con mejorar la transparencia de la empresa hacia nuestros clientes e inversores, y con hacer las cosas de manera ética y respetuosa con el medio ambiente. Hoy en día, todavía es un reto la incorporación de la sostenibilidad en las empresas, pero en el futuro será una realidad en el día a día de las operaciones.

P.: Hasta ahora, las empresas que han necesitado hablar de sostenibilidad son las de la gran distribución. ¿Es el lujo una industria poco sostenible?

R.: Pienso que es necesario reducir los recursos naturales como un sello de calidad.

P.: ¿Por qué es necesario ser más transparente?

R.: Es necesario cambiar el paradigma. Somos conscientes de que no estamos solos y que trabajamos en mejorar el intercambio de información con los demás grupos de interés.

“La sostenibilidad no es ya una cuestión de presión externa, somos todos nosotros los que lo movemos, como ciudadanos”

P.: En sostenibilidad, ¿son las mismas reglas para el lujo que para el *mass market*?

R.: Al final, todos somos ciudadanos responsables con nuestro entorno. Queremos saber dónde están hechos los productos que compramos, de dónde vienen. Y esta es una revolución en todo el mundo, no sólo en Occidente.

P.: ¿Quién presiona más sobre la industria para que sea más sostenible?

R.: Prefiero no hablar de presión, porque parece que sea algo negativo. Hace unos años, sí la hubo, pero ahora es un reto común. Todo el mundo mira ahora hacia este sentido. No es ya una cuestión de presión externa, somos todos nosotros los que lo movemos, como ciudadanos.

P.: ¿Es el consumidor el que demanda empresas más sostenibles o son las empresas las que van un paso por delante?

R.: Los medios hablan constantemente de sostenibilidad y desde las mismas empresas nos preguntamos qué estamos haciendo en este ámbito. Los mismos

Modaes

fabricantes y todas las personas involucradas en el sistema somos ciudadanos que vemos con visión crítica lo que ocurre.

“La sostenibilidad no es algo de un sector en concreto, es algo necesario para todas aquellas empresas que hoy quieran estar en el mercado”

P.: ¿Cómo puede ser el lujo más sostenible?

R.: Tenemos que ser muy honestos en todos los temas. Los que desarrollamos productos necesitamos ahora tiempo para implantarlo y desarrollarlo. La sostenibilidad no es algo de un sector en concreto, es algo necesario para todas aquellas empresas que hoy quieran estar en el mercado.

P.: ¿El futuro del lujo pasa por la sostenibilidad?

R.: Sí. Lujo y sostenibilidad van de la mano, porque la excelencia debe estar en todos los ámbitos. Pero no es sólo una cuestión del lujo, en Kering no sólo tenemos marcas de lujo. Todos los sectores incluirán la sostenibilidad en sus prácticas porque cuestiones como el cambio climático nos afectan a todos.