

YOOX
NET-A-PORTER
GROUP



YOOX NET-A-PORTER GROUP, leader globale nel luxury fashion e-commerce, insieme a *The Humane Society of the United States*, *Humane Society International* e LAV, annuncia la politica *Fur Free*

MILANO, 6 giugno 2017 - YOOX NET-A-PORTER GROUP, il leader globale nel luxury fashion e-commerce, ha annunciato oggi la nuova politica *Fur Free* che prevede l'esclusione di tutti gli articoli e gli accessori prodotti con pellicce animali dagli online store multimarca NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX e THE OUTNET, in linea con l'adesione all'*International Fur Free Retailer Program*. La politica *Fur Free*, come riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2016 di YNAP, conferma l'impegno del Gruppo nella gestione responsabile dell'impatto ambientale e rientra nella relazione di lungo termine con *The Humane Society of the United States* (HSUS), la *Humane Society International* (HSI) e con la *Lega Anti Vivisezione* (LAV).

Questa scelta garantisce che gli online store multimarca di YNAP promuovano politiche commerciali a favore dei diritti degli animali. YNAP continuerà a collaborare con HSUS, HSI, LAV e con altre organizzazioni leader nella tutela degli animali e dell'ambiente al fine di mantenere costantemente aggiornati il Gruppo e i suoi partner sul tema delle pellicce e di un approvvigionamento etico dei prodotti.

La politica *Fur Free* rappresenta un ulteriore passo in avanti nell'ambito della responsabilità sociale nel settore della moda che vede YNAP aderire, insieme ad alcuni dei più importanti marchi del fashion e retail a livello globale, all'*International Fur Free Retailer Programme*, con il sostegno della *Fur Free Alliance* (FFA), una coalizione internazionale di principali organizzazioni per la protezione degli animali e dell'ambiente attive a livello mondiale.

PJ Smith, senior manager di HSUS per la fashion policy, ha commentato: "Ci congratuliamo con YOOX NET-A-PORTER GROUP per dimostrare attraverso la sua leadership un approccio attento e sensibile nell'industria della moda e del lusso. Questa iniziativa dovrebbe incoraggiare gli stilisti e gli altri retailer a scegliere soluzioni alternative alla pelliccia, che siano al contempo eleganti e funzionali e che consentano di non incorrere più nella crudeltà legata alle trappole e all'allevamento degli animali da pelliccia a fini commerciali".

Claire Bass, executive director della HSI/UK, ha commentato: "La scelta di YOOX NET-A-PORTER GROUP di aderire al *Fur Free*, è un messaggio davvero significativo per il mondo della moda, e in particolare per i brand del lusso, dove la pelliccia è ormai fuori moda. Gli stilisti e i retailer del settore moda che continuano a trattare le pellicce, vendono un prodotto che deriva dall'enorme sofferenza degli animali. È davvero entusiasmante vedere che brand così influenti aderiscano a politiche *Fur Free*."

Simone Pavesi, responsabile LAV area Moda Animal Free (www.animalfree.info), ha commentato: “L’impegno di YOOX NET-A-PORTER GROUP è un traguardo significativo che dovrebbe rappresentare un esempio importante nel mondo della moda. È un segnale tangibile che l’industria dell’abbigliamento può essere più sostenibile ed etica senza dover ricorrere necessariamente all’uso di prodotti di derivazione animale”.

Matteo James Moroni, Head of Sustainability di YOOX NET-A-PORTER GROUP, ha commentato: “YNAP ha avviato un importante progetto per gestire in modo responsabile l’impatto ambientale. Questo percorso è iniziato con il lancio nel 2009 di YOOXYGEN, la nostra prima iniziativa di sostenibilità. Il nostro impegno *Fur Free*, annunciato oggi nasce da un’attenta formazione con HSUS e LAV sul tema della tutela dei diritti degli animali. Abbiamo l’obiettivo di agire da catalizzatori per promuovere un cambiamento concreto in questo settore, condividendo le nostre competenze, innovando e dando il buon esempio.”

Per ulteriori informazioni:

The HSUS

Samantha Miller

smiller@humanesociety.org

HSI

Wendy Higgins

whiggins@hsi.org

LAV

Maria Falvo – Claudia Squadroni

ufficiostampa@lav.it - press@lav.it

IMAGE BUILDING

Giuliana Paoletti - Simona Raffaelli

ynap@imagebuilding.it

Humane Society International

La Humane Society International è una delle uniche organizzazioni internazionali per la protezione di tutti gli animali - inclusi quelli nei laboratori, quelli nelle aziende agricole, gli animali selvatici e da compagnia. Il nostro record di successi dimostra la nostra dedizione ed efficacia.

www.hsi.org

The Humane Society of the United States

The Humane Society of the United States è la più grande organizzazione nazionale per la protezione degli animali, considerata la più efficace dalle altre organizzazioni dello stesso settore. Dal 1954, la HSUS si è battuta per la protezione di tutti gli animali attraverso la difesa, l’educazione e programmi sul campo. Ogni anno salviamo e curiamo migliaia di animali, ma la nostra missione principale è prevenire ogni tipo di crudeltà. Lottiamo per gli animali, sia in America che in tutto il mondo, rispettando gli animali e lottando contro la crudeltà.

www.humanesociety.org

Lega Anti Vivisezione(LAV)

LAV nasce nel 1977, da allora, ogni giorno, si batte per l’affermazione dei diritti animali e la lotta a qualsiasi forma di specismo e di sfruttamento animale, praticando e promuovendo il cambiamento culturale nel

rapporto con gli altri animali che porti a stili di vita e a scelte politiche fondati sul rispetto e la solidarietà verso gli esseri viventi, senza distinzione di specie. Per un mondo dove ogni singolo animale abbia libertà, dignità, vita.

www.lav.it

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP è il leader globale nel luxury fashion e-commerce. Il Gruppo è un'azienda globale con radici anglo-italiane ed è il risultato della rivoluzionaria fusione, avvenuta nell'ottobre 2015, tra YOOX GROUP e THE NET-A-PORTER GROUP, due pionieri che hanno trasformato il settore della moda e del lusso sin dalla loro nascita nel 2000.

YOOX NET-A-PORTER GROUP vanta un modello di business unico nel suo genere, con i suoi online store multimarca in-season, [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#) e gli online store multimarca off-season, [YOOX](#) e [THE OUTNET](#), ma anche attraverso numerosi [ONLINE FLAGSHIP STORES](#) "Powered by YNAP". Dal 2012 il Gruppo è, inoltre, partner di Kering in una joint venture dedicata alla gestione degli ONLINE FLAGSHIP STORES di diversi marchi del lusso del gruppo francese.

Nel 2016, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha unito le forze con Symphony, un'entità controllata dalla famiglia di Mohamed Alabbar, per stabilire una joint venture rivoluzionaria per dare vita al leader indiscusso nel luxury e-commerce in Medio Oriente.

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha un posizionamento unico nel settore ad alta crescita del lusso online e può contare su oltre 2,9 milioni di clienti attivi, 29 milioni di visitatori unici mensili in tutto il mondo e ricavi netti aggregati pari a 1,9 miliardi di Euro nel 2016. Il Gruppo ha centri tecno-logistici e uffici in Europa, Stati Uniti, Giappone, Cina e Hong Kong e distribuisce in più di 180 Paesi nel mondo. YOOX NET-A-PORTER GROUP è quotata alla Borsa di Milano come YNAP.

Per ulteriori informazioni: www.ynap.com | LinkedIn: [YOOX NET-A-PORTER GROUP](#) | Twitter: [@YNAP](#)