

## **L'Impresa Moda Responsabile. Integrare etica ed estetica nella filiera**

L'Impresa Moda Responsabile offre al proprio lettore la possibilità di esplorare, attraverso un percorso ricco di esempi, i legami tra moda e responsabilità sociale d'impresa. Il testo, il primo specificamente rivolto al settore Tessile&Abbigliamento (T&A), si inserisce nel più ampio dibattito sulla responsabilità sociale d'impresa. Partendo dalla constatazione del fallimento del modello di sviluppo economico ultraliberale, teso alla esclusiva massimizzazione del profitto, gli autori evidenziano la necessità di ripensare l'attuale sistema manageriale e imprenditoriale, ponendo al centro i valori e l'etica.

La tesi di fondo è, infatti, che "l'equilibrio economico di lungo termine nell'impresa può essere raggiunto solo se si integrano gli obiettivi economici di breve termine, irrinunciabili per la remunerazione di capitale e lavoro, con altri obiettivi non economici che fanno riferimento al rapporto con l'ambiente, la società, la cultura, i media, le istituzioni, la legislazione e soprattutto la dimensione dei valori e dell'etica".

Il settore T&A sconta alcune specificità sia dal lato della domanda sia dell'offerta. Dal lato della domanda, la circolazione delle informazioni e la diffusione dei social network hanno portato i consumatori a prestare una maggiore attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale dei prodotti e hanno accentuato la capacità di influenzare le scelte imprenditoriali nella moda molto più che in altri settori. Dal lato dell'offerta, invece, si riscontra in questo settore una filiera produttiva estremamente complessa e globalizzata, all'interno della quale i rapporti di forza sono difficili da delineare. Inoltre, negli ultimi anni si è verificato il progressivo spostamento della produzione verso i paesi emergenti e in via di sviluppo, ovvero laddove i costi del lavoro nettamente inferiori avrebbero garantito ricavi maggiori e meno stringenti vincoli in termini di rispetto delle norme ambientali.

Proprio l'incapacità di ricostruire la supply chain e, dunque, la scarsa trasparenza, nonché il mancato rispetto dei diritti sociali dei lavoratori e della tutela ambientale, hanno spesso portato a pesanti accuse da parte dei movimenti sociali nei confronti delle multinazionali della moda. Non è un caso, dunque, che la pressione sociale abbia indotto molte aziende della moda a sposare la causa della RSI e, dunque, ad adottare codici di condotta e sistemi di certificazione volontaria. Gli autori, tuttavia, osservano che, mancando spesso un sistema di monitoraggio indipendente ed esterno, tali iniziative rischiano di essere mere dichiarazioni di principio. Per riacquistare la fiducia dei consumatori, al contrario, è indispensabile che le aziende del settore moda ricostruiscano i propri sistemi valoriali e modelli d'impresa, restituendo centralità alla qualità e all'innovazione del prodotto: è necessario coniugare etica ed estetica. Questa è l'unica strada per contemperare gli interessi economici con gli interessi di tutti gli stakeholder che ruotano attorno all'impresa moda siano essi i consumatori, i fornitori, i dipendenti e i collaboratori, in senso più stretto, ovvero l'ambiente, la società, la cultura, i media, le istituzioni e la legislazione.

Come suggerito dagli autori, l'impresa moda responsabile è, pertanto, quell'impresa che: rispetta l'ambiente utilizzando materie prime che impattano meno sul territorio e sui lavoratori e ottimizzano il consumo delle risorse, e che tutela il territorio, i lavoratori e i consumatori pur garantendo un prodotto qualitativamente soddisfacente. Ma non solo. È quell'impresa che cerca di coinvolgere il consumatore attraverso la comunicazione e comunica con autenticità e trasparenza un messaggio positivo e che si preoccupa di supportare la cultura, il paesaggio, il territorio in cui si colloca, nonché di rispettare le normative sulla tutela ambientale e sociale e adottare un atteggiamento proattivo per il rispetto di standard

# Tafter Journal

Esperienze e strumenti per cultura e territorio

**Tafter Journal**

scritto da Francesca Quadrelli il 4 Aprile 2013

su base volontaria. L'impresa moda responsabile è, insomma, quell'impresa che in generale, cerca di adottare un comportamento etico al fine di contribuire al progresso sociale e civile delle comunità di riferimento e della collettività.

## **L'impresa moda responsabile**

Integrare etica ed estetica nella filiera

Francesca Romana Rinaldi, Salvo Testa

Egea Edizione, 2013

Euro 30,00



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)