

Úvod do transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy

Příručka pro odborníky z praxe

Obsah

1.Úvod

2.Cíle učení

3.Metodika

4.Workshopy a aktivity

5.Hodnocení

6.Knihy a články

1. Úvod

Transparentnost dodavatelského řetězce v oblasti módy znamená otevřené sdílení podrobností o cestě oblečení, včetně surovin, výroby a distribuce. Transparentnost dodavatelského řetězce je pro módní značky zásadní, aby podpořily etická tvrzení a splnily cíle ESG tím, že odhalí složitou síť dodavatelů při získávání materiálů, výrobě a distribuci.

2. Cíle výuky

- Definujte transparentnost dodavatelského řetězce a její součásti: Účastníci se seznámí s klíčovými složkami a strategiemi pro dosažení transparentnosti dodavatelského řetězce s důrazem na praktické přístupy k jejich realizaci.
- Prozkoumejte roli manažera transparentnosti v organizaci: V tomto modulu se seznámíte s povinnostmi a funkcemi manažera transparentnosti a zdůrazníte jeho klíčovou roli při dohledu a řízení iniciativ v oblasti transparentnosti v rámci organizace.

3. Metodika

Školící program se skládá z online modulu a doplňkových aktivit pod vedením facilitátora, které pokrývají různé přístupy k učení. Aktivita navazují na poznatky získané během online školení. Proto doporučujeme, aby účastníci nejprve prošli online modul a teprve poté se zúčastnili aktivit vedených facilitátorem.

3.1. Online modul

Online modul má následující strukturu a témata. Každá část obsahuje praktické příklady, které ilustrují probírané koncepty. Upozorňujeme také na dvě případové studie osvědčených postupů v rámci spolupráce a vytváření sítí pro transparentnost v oblasti módy.

1. Přehled transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy: Toto téma se zabývá významem transparentnosti v dodavatelském řetězci módního průmyslu a zdůrazňuje potřebu otevřenosti a jasnosti v procesech získávání zdrojů, výroby a distribuce.

2. Jak se transparentnost liší od udržitelnosti a oběhového hospodářství: Tato část objasňuje rozdíly mezi transparentností, udržitelností a oběhovostí v kontextu módního průmyslu a zdůrazňuje jedinečné aspekty a cíle každého konceptu.

3. Klíčové koncepty transparentnosti dodavatelského řetězce: V této části jsou představeny základní pojmy nezbytné pro dosažení transparentnosti dodavatelského řetězce v odvětví módy, které jsou základem pro pochopení a zavedení opatření v oblasti transparentnosti.

4. Jak transparentnost dodavatelského řetězce pomáhá společností plnit cíle ESG: Diskuse se zabývá způsoby, jakými transparentnost dodavatelského řetězce pomáhá společností plnit environmentální, sociální a správní cíle (ESG), a zdůrazňuje její úlohu v udržitelných a odpovědných obchodních postupech.

5. Role manažera pro transparentnost v módní společnosti: Toto téma popisuje povinnosti a funkce manažera transparentnosti v módní společnosti a osvětluje klíčovou roli, kterou hraje při zajišťování transparentnosti v celém dodavatelském řetězci.

3.2 Profil zprostředkovatele

Facilitátor by měl být zkušený komunikátor, který se dokáže přizpůsobit potřebám účastníků a je schopen vytvořit poutavé a inkluzivní vzdělávací prostředí. Jeho odborné znalosti v příslušných oblastech posílí celkový zážitek z učení a přispějí k dosažení cílů modulu.

4. Workshopy a aktivity

4.1. Případové studie

4.1.1. SEPIIA

<https://sepiia.com>

<https://www.instagram.com/sepiia2080/?hl=es>

<https://www.facebook.com/sepiia2080/>

<https://www.linkedin.com/company/sepiia/?originalSubdomain=ar>

Sepiia je španělská oděvní značka, která se zrodila v roce 2016 v Madridu. Vyrábí pohodlné, odolné a snadno udržovatelné oděvy z inovativních a udržitelných materiálů, přičemž používá 100% cirkulární, recyklované a recyklovatelné suroviny s využitím recyklovaného polyesteru, který se mění na antibakteriální technickou přízi. v rámci závazku k udržitelnosti a boje proti úpadku textilního průmyslu ve vyspělých zemích s cílem snížit náklady do zemí s nižšími mzdami se Sepiia rozhodla, že se na jejích webových stránkách může každý podívat, kde probíhají jednotlivé části výrobního procesu, a získat informace o jejích dílnách. Společnost spolupracuje s místními dílnami a laboratořemi ve Španělsku a Portugalsku. Zavázala se, že všem zpřístupní sledovatelnost a transparentnost svého výrobního řetězce. Transparentní jsou také její ceny, což spotřebitelé stále více oceňují, aby pochopili, proč její oděvy stojí tolik, kolik stojí.

Vědí, že za oděvem stojí lidé se zárukami, kteří investují do výzkumu a vývoje a podporují uvědomělou spotřebu, a jsou ochotni zaplatit, aby něco změnili. Po použití nabízí společnost Sepiia spotřebiteli, který oděv vrátí, aby přízi recykloval a dal jí třetí život. Sepiia je společností B Corp, patřící mezi 5 % nejlepších společností B Corp®. B Corps jsou účelově zaměřené společnosti, které využívají sílu podnikání k budování inkluzivní, udržitelné a regenerativní ekonomiky pro všechny lidi a planetu. Splňují nejvyšší standardy v oblasti sociálních a environmentálních výsledků, transparentnosti a odpovědnosti a závazku k pozitivnímu dopadu.

4.1.2. CECILIA SÖRENSEN

<https://www.ceciliasorensen.com/>

<https://www.instagram.com/ceciliasorensencollection/>

<https://www.facebook.com/ceciliasorensencollection>

<https://www.linkedin.com/in/ceciliasorensen/>

Cecilia Sörensen Studio je nezávislá módní návrhářská společnost založená v roce 2002. Cecilia je návrhářka narozená ve Finsku, která pracuje a žije v pohoří Tramuntana na Mallorce ve Španělsku. Kolekce se vyrábí výhradně na místě na Mallorce. Cílem je používat v celé kolekci certifikované ekologické materiály a zajistit kvalitu ve všech aspektech výroby a

zároveň být férová k životnímu prostředí a lidem. Její závazek je založen na sledovatelnosti a transparentnosti celého hodnotového řetězce a hodnotí kvalitu každého svého výrobku podle základních kritérií: sociálních, environmentálních, sledovatelnosti, recyklovatelnosti a udržitelnosti. Jako nezávislá značka spočívá její podstata na pomalé módě v malých množstvích, bez zbytečných zásob, bez mzdového otroctví, bez škodlivých chemikálií a bez levných masově vyráběných oděvů typu "použij a zahod".

4.2. Analýza případové studie a reflexe (1h30)

Sepiia & Cecilia Sörensen

Účel:

Analýza případové studie zahrnuje její přečtení a vyvození fundovaných závěrů a doporučení.

Na základě výše uvedených případových studií se účastníci zapojí do úvah o reálných důsledcích transparentnosti dodavatelského řetězce ve dvou módních odvětvích. Cílem tohoto cvičení je prohloubit porozumění účastníků praktickým důsledkům transparentnosti dodavatelského řetězce a podpořit kritické myšlení o složitostech spojených se zaváděním iniciativ transparentnosti v módním průmyslu.

Pokyny:

1. Rozdělte účastníky do dvou skupin.
2. Poskytněte každé skupině jednu ze 2 případových studií, které se zabývají webovou stránkou. [Sepiia](#) & [Cecilia Sörensen](#)
3. Odpovězte na níže uvedené otázky a dejte skupinám pokyn k diskusi o následujících bodech
4. Požádejte každou skupinu, aby představila shrnutí své analýzy případové studie a získané poznatky.
5. Podpořte širší diskusi tím, že účastníky vyzvete, aby se zamysleli nad společnými tématy, složitostmi a možnými strategiemi identifikovanými v různých případových studiích.
6. Na závěr požádejte účastníky, aby se individuálně zamysleli nad tím, jak případové studie ovlivnily jejich chápání transparentnosti dodavatelského řetězce a jeho problémů v módním průmyslu.

SEPIIA:

1. Jak přispívá používání inovativních a udržitelných materiálů společností Sepiia k jejímu závazku k udržitelnosti?
2. Jaký význam má rozhodnutí společnosti Sepiia používat ve svém výrobním procesu 100% cirkulární, recyklované a recyklovatelné suroviny?

3. Jak pomáhá iniciativa společnosti Sepiia za transparentnost na jejích webových stránkách podporovat transparentnost dodavatelského řetězce v módním průmyslu?
4. Jaké jsou potenciální problémy, kterým může společnost Sepiia čelit při realizaci své iniciativy v oblasti transparentnosti, a jak je lze řešit?
5. Jak může přístup společnosti Sepiia k udržitelnosti a transparentnosti inspirovat ostatní módní značky k podobným postupům?

CECILIA SÖRENSEN:

1. Jaká filozofie stojí za tím, že Cecilia Sörensen Studio ve své kolekci používá certifikované ekologické materiály?
2. Jak studio Cecilia Sörensen zajišťuje kvalitu ve všech aspektech výroby a zároveň je spravedlivé k životnímu prostředí a lidem?
3. Podle jakých základních kritérií hodnotí studio Cecilia Sörensen kvalitu svých výrobků?
4. Jakým způsobem studio Cecilia Sörensen ztělesňuje principy pomalé módy ve svém výrobním procesu?
5. Jakým škodlivým praktikám se studio Cecilia Sörensen ve svém výrobním procesu vyhýbá? např.: mzdové otroctví a používání škodlivých chemikálií.
 - Jaké byly klíčové problémy uvedené v případové studii?
 - Jak jednotlivé zúčastněné strany vnímaly výzvy a jak na ně reagovaly?
 - Jaká potenciální řešení nebo přístupy by mohly řešit problémy a zároveň zohlednit zájmy všech zúčastněných stran?
 - Jaké poučení lze z této případové studie vyvodit, pokud jde o zavádění transparentnosti dodavatelského řetězce v módním průmyslu?

4.3. Vytvoření případové studie (45 min)

Účel:

Vyberte si módní značku a zjistěte, zda zavedla iniciativy pro transparentnost dodavatelského řetězce a zda se jasně zavázala k udržitelnosti. Po analýze módní značky napište vlastní případovou studii.

Rychlé módní značky:

[INDITEX](#)

[ZARA](#)

[H&M](#)

Značky pomalé módy:

[Kruhový projekt](#)

[Ecolaf](#)

[Mayamiko](#)

[Kolektivní stopa](#)

1. Značka:

- Jaký je název a pozadí módní značky?
- Kdo ji řídí? Kolik lidí pro ni pracuje?
- Jaké jsou klíčové produkty nabízené značkou?
- Která je cílová skupina/veřejnost?

2. Přehled dodavatelského řetězce:

- Jaké jsou jednotlivé fáze/kroky dodavatelského řetězce značky viditelné na webových stránkách? Od získávání surovin až po dodání konečného výrobku zákazníkům?
- Jsou do dodavatelského řetězce značky zapojeny nějaké specifické regiony nebo země?

3. Iniciativy v oblasti transparentnosti:

- Zavedla značka ve svém dodavatelském řetězci nějaké iniciativy v oblasti transparentnosti? Pokud ano, jaké to jsou?
- Jakým způsobem značka komunikuje své úsilí o transparentnost zainteresovaným stranám, jako jsou zákazníci, dodavatelé a veřejnost?

4. Postupy udržitelnosti:

- Jaké udržitelné postupy značka uplatňuje ve svém dodavatelském řetězci, například používání ekologických / recyklovaných / upcyklovaných materiálů nebo snižování uhlíkové stopy?
- Zajišťuje značka v rámci svého dodavatelského řetězce etické a spravedlivé pracovní postupy?

5. Výzvy a příležitosti:

- S jakými problémy se značka potýká při zavádění transparentnosti dodavatelského řetězce a postupů udržitelnosti?
- Jaké příležitosti značka identifikovala v rámci svého úsilí o transparentnost a udržitelnost?

6. Dopad a výhled do budoucna:

- Má značka plány do budoucna nebo potenciální zlepšení, kterých chce dosáhnout v oblasti transparentnosti a udržitelnosti dodavatelského řetězce?
- Jaký dopad měly iniciativy značky v oblasti transparentnosti a udržitelnosti na vnímání zákazníků?

4.4. Pět otázek, které mohou spotřebitelé zvážit při hodnocení transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy.

Účel:

Tyto otázky mohou přimět spotřebitele, aby se zamysleli nad svými nákupními rozhodnutími a zvážili dopad svých rozhodnutí na transparentnost dodavatelského řetězce módního průmyslu a etické postupy při získávání zdrojů.

- 1. Zohledňujete při nákupu oblečení původ použitých materiálů a výrobní procesy, které se podílejí na vzniku oděvu, jak se chováte?** - Tato otázka vybízí spotřebitele, aby se zamysleli nad tím, zda berou v úvahu původ a výrobní procesy oblečení, které kupují.
- 2. Znáte nějaké konkrétní módní značky, které jsou známe svými transparentními a etickými postupy v dodavatelském řetězci?** Pokud ano, jaké faktory přispívají k vašemu vnímání jejich transparentnosti? - Tato otázka vyzývá spotřebitele, aby identifikovali módní značky s transparentními a etickými postupy v dodavatelském řetězci a zvážili faktory, které utvářejí jejich vnímání transparentnosti.
- 3. Jak důležité je pro vás podporovat módní značky, které upřednostňují transparentnost dodavatelského řetězce a etické postupy při získávání surovin?** - Tato otázka vybízí spotřebitele, aby posoudili, jaký význam přikládají podpoře značek, které upřednostňují transparentnost a etické postupy ve svém dodavatelském řetězci.
- 4. Na jaké zdroje informací se spoléháte, abyste se dozvěděli o postupech dodavatelského řetězce a etickém získávání zdrojů od módních značek?** - Cílem této otázky je zjistit, jakými kanály spotřebitelé vyhledávají informace o postupech dodavatelského řetězce a etickém získávání zdrojů značky.
- 5. Jakým způsobem mohou podle vás spotřebitelé ovlivnit a podpořit módní značky, aby zlepšily transparentnost svého dodavatelského řetězce a etické postupy při získávání surovin?** - Tato otázka vybízí spotřebitele, aby zvážili svou roli při ovlivňování a prosazování zlepšení transparentnosti dodavatelského řetězce a etických postupů získávání zdrojů v módním průmyslu.

4.5. Porozumění oděvům pro hodnocení transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy.

Toto cvičení pomůže manažerům lépe porozumět oděvům, které nakupují, a usnadní transparentnější a odpovědnější přístup k výběru oblečení v organizaci.

Potřebné materiály:

10 různých oděvů:

- Sbírejte různé oděvy, včetně košil, kalhot, šatů atd.
- Zajistěte, aby představovaly různé materiály a styly.

Sešit nebo pracovní list:

- Do sešitu nebo pracovního listu by si účastníci měli zaznamenat informace o každém oděvu.

Přístup k internetu:

- Účastníci mohou potřebovat přístup k internetu za účelem vyhledávání informací.

Kroky:

- **Vybrané oděvy:** Rozložte 10 oděvů, které jste si vybrali pro cvičení.
- **Výzkumné značky:** Účastníci by měli prozkoumat zázemí značky, její hodnoty a veškeré zveřejněné snahy o udržitelnost a etické postupy.
- **Prozkoumejte štítky:** Podívejte se na štítky uvnitř každého oděvu. Tyto štítky obvykle obsahují informace o látce, pokyny k péči a někdy i o zemi původu.
- **Informace o dokumentu:** U každého oděvu zaznamenejte následující informace:
 - Informace o značce: Informace o značce: zakladatelé, poslání, klíčové hodnoty.
 - Původ: Kde byl oděv vyroben.
 - Materiály: Materiály: Složení oděvu (bavlna, polyester atd.), co dalšího? Lze najít informace o přízi, knoflících, podšívce atd.
 - Etické postupy: Jakékoli informace o spravedlivých pracovních postupech nebo udržitelných iniciativách.
 - Složení tkaniny: Všimněte si materiálů použitých v oděvu. Může se jednat o bavlnu, polyester, vlnu atd.
 - Pokyny pro péči: Pokyny k praní, sušení a péči o oděv: Vyhledejte pokyny k praní, sušení a péči o oděv.

- Značka a země původu: Uveďte značku oděvu a místo jeho výroby.
- **Zamyslete se nad zjištěními:** Uvažujte o vzorcích a společných rysech, kterých jste si všimli u jednotlivých oděvů. Převažují některé materiály nebo země původu nad jinými?
- **Diskutujte o udržitelnosti a etice:** Podpořte diskusi o ekologických a etických aspektech oděvů. Jsou vyrobeny z udržitelných materiálů? Kde byly vyrobeny? Byly vyrobeny za spravedlivých pracovních podmínek? Můžete najít nějaké certifikáty?
- **Prozkoumejte alternativy:** Diskutujte o alternativních možnostech udržitelnějšího a etického oblečení. Hledejte značky, které upřednostňují postupy šetrné k životnímu prostředí a spravedlivé pracovní podmínky.
- **Stanovte si osobní cíle:** Vyzvěte účastníky, aby si stanovili osobní cíle pro uvědomělejší a informovanější výběr při nákupu oblečení.
- **Následná diskuse:** Naplánujte následnou diskusi, na které se podělíte o své postřehy a zkušenosti po provedení změn ve výběru oblečení.

Toto cvičení nejen zvyšuje povědomí o oděvech, které nosíme, ale také by mělo podpořit uvědomělejší a udržitelnější přístup k výběru módy.

5. Hodnocení

5.1. Kvíz (10 min)

Pro dokončení modulu musí účastníci získat 84 % bodů.

1. Co je transparentnost dodavatelského řetězce v oblasti módy?

- a. Proces skrývání informací o postupech dodavatelského řetězce módní značky.
- b. Proces otevřeného sdílení podrobností o postupech dodavatelského řetězce módní značky.
- c. Proces outsourcingu dodavatelského řetězce módní značky na externí dodavatele.

2. Jaké jsou výhody transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy?

- a. Zlepšení pověsti značky a loajality zákazníků.
- b. Snížení dopadu na životní prostředí a zlepšení podmínek pro pracovníky.
- c. Zvýšení zisku a snížení výrobních nákladů.

3. Jaké jsou některé výzvy spojené se zaváděním transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy?

- a. Nedostatečná spolupráce dodavatelů a odpor ke změnám.
- b. Zvýšení výrobních nákladů a snížení zisku.
- c. Omezený zájem spotřebitelů a nedostatečná regulační podpora.

4. Jaká je role manažera transparentnosti v módní značce?

- a. dohlížet na iniciativy v oblasti transparentnosti v rámci organizace a řídit je.
- b. Skrýt informace o postupech dodavatelského řetězce značky.
- c. outsourcovat postupy dodavatelského řetězce značky dodavatelům třetích stran.

5. Jak mohou spotřebitelé ovlivnit a podpořit módní značky, aby zlepšily transparentnost svého dodavatelského řetězce a etické postupy při získávání zdrojů?

- a. nákupem u značek, které upřednostňují transparentnost a etické postupy při získávání surovin.
- b. Bojkotováním značek, které neupřednostňují transparentnost a etické postupy při získávání zdrojů.
- c. Ignorováním problému a pokračováním v nákupu u jakékoli značky, kterou si vyberou.

Odpovědi: b, 2. a a b, 3. a a b, 4. a, 5. a

5.2. Sebehodnocení (10 min)

Pokyny:

Věnujte prosím několik okamžiků zamyšlení nad tím, jak chápete rizika a výzvy v oblasti transparentnosti v módním průmyslu. Ohodnoťte se na následující škále.

Děkujeme vám za vyplnění hodnocení!

1. Rozhodně nesouhlasím
2. Nesouhlasím
3. Neutrální
4. Souhlasím
5. Rozhodně souhlasím

1. Chápu význam transparentnosti dodavatelského řetězce v módním průmyslu.

Moje hodnocení:

2. Umím rozlišovat mezi transparentností, udržitelností a oběhovým hospodářstvím v kontextu módního průmyslu.

Moje hodnocení:

3. Zním klíčové pojmy nezbytné pro dosažení transparentnosti dodavatelského řetězce v odvětví módy.

Moje hodnocení:

4. Jsem si jistý svou schopností vyvážit touhu po transparentnosti s možnými dopady na důvěru spotřebitelů.

Moje hodnocení:

5. Umím rozpoznat a řešit potenciální rizika, která mohou vzniknout při zavádění transparentnosti dodavatelského řetězce v módním průmyslu.

Moje hodnocení:

6. Jako zástupce komunity dokážu najít rovnováhu mezi potřebou zaměstnání a environmentálními a sociálními zájmy.

Moje hodnocení:

7. Jako specialista na vztahy s veřejností umím informovat o závazku společnosti k transparentnosti a zároveň řešit chyby z minulosti.

Moje hodnocení:

6. Knihy a články

"Nová věda o udržitelnosti: Sally Uren: "Budování základů pro velkou změnu

Tato kniha se zabývá principy udržitelnosti a transparentnosti a poskytuje informace o tom, jak mohou podniky dosáhnout pozitivní změny.

"Transparent: How Transparency in Business Can Make or Break Your Company" od Dona

Tapscotta a Davida Ticolla - tato kniha není zaměřena pouze na transparentnost dodavatelského řetězce, ale pojednává o širších důsledcích transparentnosti v podnikání, včetně jejího dopadu na dodavatelské řetězce.

"The Transparency Edge: How Credibility Can Make or Break You in Business" od Barbary

Pagano a Elizabeth Pagano - Nabízí praktické rady pro budování transparentnosti v obchodních vztazích, které jsou aplikovatelné na dynamiku dodavatelského řetězce.

"Velký obrat: Winston - Zkoumá výzvy a příležitosti udržitelnosti a transparentnosti v rychle se měnícím světě.

Módní průmysl a životní prostředí:

"Fashionopolis: Dana Thomasová: "Cena rychlé módy a budoucnost oblečení" - zkoumá dopad módního průmyslu, zejména modelu rychlé módy, na životní prostředí a zkoumá udržitelné alternativy.

"Overdressed: Cline - zkoumá sociální a environmentální náklady rychlého módního průmyslu a jeho dopad na globální ekonomiky.

"Wardrobe Crisis: How We Went From Sunday Best to Fast Fashion" (Krise šatníku: Jak jsme se od nedělního bestu dostali k rychlé módě) od Clare Pressové - zkoumá environmentální a etické problémy v módním průmyslu a zasazuje se o udržitelné a etické postupy.

"Móda a udržitelnost: Kate Fletcher a Lynda Grose - poskytuje ucelený přehled o udržitelných módních postupech, včetně transparentnosti dodavatelského řetězce a environmentálních aspektů.

"To Die For: Lucy Siegle - zkoumá sociální a environmentální dopad módního průmyslu a zabývá se otázkami, jako je transparentnost dodavatelského řetězce a etické postupy.

"Móda a udržitelnost: - Zkoumá průsečík luxusní módy a udržitelnosti a diskutuje o výzvách a příležitostech pro transparentnější a udržitelnější postupy.

"Udržitelná móda a textil: Kate Fletcher - zkoumá ekologický dopad módního a textilního průmyslu a nabízí pohled na udržitelný design a výrobu.

