



Έκθεση Έρευνας TRAMA

Μεθοδολογία και Ανάλυση



Πίνακας περιεχομένων

1. Εισαγωγή	3
2. Βιβλιογραφία Ανάλυση των Δευτερευόντων Δεδομένων	6
3. Εννοιολογικό Πλαίσιο	21
4. Μεθοδολογική προσέγγιση	29
5. Σχεδιασμός Δειγματοληψίας	36
6. Συζήτηση και Ανάλυση Πρωτογενών Δεδομένων	42
7. Συμπεράσματα	97
8. Αναφορές	103
9. Παραρτήματα	107



1. Εισαγωγή

Αυτή η ερευνητική έκθεση περιγράφει λεπτομερώς την έρευνα που διεξήχθη σε δύο στάδια, πρώτα μέσω δευτερογενών δεδομένων και, στη συνέχεια, μέσω μιας πρωτογενούς έρευνας περιπτώσιολογικών μελετών με τη χρήση ερωτηματολογίων που διενεργήθηκαν ως μέρος του R1 - Curriculum and Job Profile. Ο στόχος του R1 είναι η διεξαγωγή εις βάθος έρευνας και αναλύσεων σχετικά με την αλυσίδα αξίας της μόδας και ο εντοπισμός περιπτώσιολογικών μελετών και βέλτιστων πρακτικών που σχετίζονται με οίκους μόδας και επωνυμίες και τις τρέχουσες αλυσίδες αξίας και τις ανάγκες τους, ειδικά εντός της κυκλικής οικονομίας.

1. Στόχος μας είναι να εκπαιδύσουμε Διευθυντές του ιδιωτικού ή/και του δημόσιου τομέα που είναι υπεύθυνοι για τις προμήθειες, τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας, τους αγοραστές κ.λπ. να μην αγοράζουν προϊόντα ή υπηρεσίες που παραβιάζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα ή μολύνουν το περιβάλλον.
2. Στόχος μας είναι να προωθήσουμε τις βέλτιστες πρακτικές στον τομέα της βιομηχανίας μόδας και κλωστοϋφαντουργίας ή/και προμήθειας ενδυμάτων, υποδημάτων, υφασμάτων και δερμάτων από εταιρείες του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα που έχουν καταφέρει να δράσουν σε αυτούς τους κινδύνους μέσω ηθικών και περιβαλλοντικά βιώσιμων και διαφανών μεθόδους και πρακτικές
3. Στόχος μας είναι να εντοπίσουμε τις δεξιότητες που απαιτούνται και τις διαδικασίες που ακολουθούνται για την επίτευξη του παραπάνω σημείου.

Το Intellectual Output R1 είναι μέρος του ερευνητικού σταδίου που για εμάς ήταν επιζήμιο προκειμένου να δημιουργήσουμε ένα κατάλληλο και χρήσιμο περιεχόμενο ενός εκπαιδευτικού προγράμματος που θα ανταποκρίνεται στους στόχους του. Μέσω των Προκαταρκτικών Εργασιών, εντοπίσαμε τους βασικούς παίκτες του οικοσυστήματος των διαφανών επιχειρήσεων μόδας σε κάθε χώρα-εταίρο, και των μεγάλων ευρωπαϊκών. Δημιουργήσαμε ένα φύλλο excel και κάναμε ανάλυση καταστάσεων και έρευνα για αυτούς τους βασικούς παίκτες. Όλα αυτά τα στοιχεία παρουσιάστηκαν από κάθε εταίρο κατά τη διάρκεια της εναρκτήριας εκδήλωσης στην Αθήνα.

Κατά τη διάρκεια της έναρξης, οργανώσαμε ένα εργαστήριο μάθησης δράσης σχεδιαστικής σκέψης με σημαντικούς ενδιαφερόμενους φορείς της ηθικής κοινότητας της μόδας στην Αθήνα, συμπεριλαμβανομένων ηθικών σχεδιαστών, επαγγελματιών ηθικής, συμβούλων, εκπαιδευτικών και εκπροσώπων μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Αυτό μας βοήθησε να αλληλεπιδράσουμε με την τοπική ομάδα-στόχο μας, να προσλάβουμε συμμετέχοντες για το εκπαιδευτικό μας πρόγραμμα και υποστηρικτές και πρεσβευτές της TRAMA. Ακόμη περισσότερο, αν και αυτό μας βοήθησε να προσδιορίσουμε πώς οι επιχειρηματίες μόδας διαχειρίζονται τις αλυσίδες εφοδιασμού τους για να επιτύχουν ηθικά πράσινες διαφανείς και ανιχνεύσιμες αλυσίδες εφοδιασμού.

Καταφέραμε επίσης να κατανοήσουμε ποιες είναι οι ανάγκες και οι δεξιότητες των διευθυντών εφοδιαστικής αλυσίδας, οι κύριες προκλήσεις τους και η προτιμώμενη πλατφόρμα εκπαίδευσης.

Τα αποτελέσματα από αυτές τις δραστηριότητες μας βοήθησαν να κατανοήσουμε τους Στόχους Έρευνας και Εκπαίδευσης που σταδιακά συν-σχεδιάστηκαν στους τομείς της Γνώσης TRAMA. Οι θεματικές περιοχές ήταν στην πραγματικότητα αλληλένδετες και αλληλένδετες και θα έπρεπε να επιδιωχθούν ταυτόχρονα με τα ίδια μέσα έρευνας. Εξετάσαμε τη σχετική βιβλιογραφία σχετικά με τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και τις επιχειρηματικές δεξιότητες δέουσας επιμέλειας και δημιουργήσαμε το εννοιολογικό ερευνητικό μας πλαίσιο τόσο για κατασκευές όσο και για οντότητες. Αφού σχεδιάσαμε το εννοιολογικό μας πλαίσιο, αποφασίσαμε ότι έπρεπε να ερευνήσουμε σε βάθος τις βέλτιστες πρακτικές των διαφανών επιχειρήσεων μόδας στις χώρες μας για να δούμε πώς επιτυγχάνεται η διαφανής διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και ποιες είναι οι επιχειρηματικές δεξιότητες που συμβάλλουν στην επιτυχή απόδοση στην επίτευξη κοινωνικών, περιβαλλοντικών, ηθικές, πράσινες, διαφανείς και ανιχνεύσιμες αλυσίδες εφοδιασμού. Επιλέξαμε τις υποθέσεις μας με βάση τα συγκεκριμένα κριτήρια επιλογής μας, δύο ανά χώρα, και πραγματοποιήσαμε πολλαπλές συνεντεύξεις, παρατηρήσεις, συλλέξαμε φωτογραφίες και εξετάσαμε τα εταιρικά τους αρχεία και δεδομένα. Πραγματοποιήσαμε μια εκτενή ανάλυση μέσω αναλυτικής επαγωγής, κωδικοποίησης πολλαπλών επιπέδων και κατηγοριοποίησης στοιχείων. Με βάση τα αποτελέσματα της ποιοτικής μας μελέτης σχεδιάσαμε το ερωτηματολόγιο της έρευνάς μας. Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ποιοτικής μας μελέτης ήταν επαρκή για τον σχεδιασμό του περιεχομένου του εκπαιδευτικού προγράμματος R2 και του εγχειριδίου R3 για εκπαιδευτές.



2. Βιβλιογραφία Ανάλυση των Δευτερευόντων Δεδομένων

2.1. Εισαγωγή

« Δεν υπάρχει ομορφιά χωρίς αλήθεια και δεν υπάρχει αλήθεια χωρίς διαφάνεια », Ιδρυτής Carry Somers και Διευθυντής Παγκόσμιων Επιχειρήσεων Fashion Revolution (Fashion Transparency Index, 2019).

Η σύγκρουση μεγάλων κρίσεων και οικονομικών κρίσεων τα τελευταία χρόνια έχει επηρεάσει κάθε τμήμα της οικονομίας και της κοινωνίας της ΕΕ και μας ανάγκασε να αμφισβητήσουμε τις υποθέσεις, να επανεξετάσουμε το οικονομικό μας μοντέλο. Η γεωπολιτική κατάσταση με την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία, η πανδημία και η ανάκαμψη, η επείγουσα ανάγκη να ανταποκριθούμε στις κρίσεις του κλίματος και της βιοποικιλότητας οδήγησε σε μια νέα πίεση στο πώς μπορούμε να αυξήσουμε την ευημερία των πολιτών μας και να εξασφαλίσουμε βιώσιμη ανάπτυξη μέσω της καλύτερης χρήσης των πόρων και των υλικών που συνθέτουν τα προϊόντα που χρησιμοποιούμε καθημερινά, καθώς και βελτιώνοντας τα ίδια τα προϊόντα. Κάνοντας τα προϊόντα να καταναλώνουν λιγότερη ενέργεια, χρησιμοποιώντας τα πιο αποτελεσματικά και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, βασιζόμενοι σε ανακυκλωμένα υλικά αντί για πρωτογενείς πρώτες ύλες και διαδίδοντας πρωτοπόρα κυκλικά οικονομικά μοντέλα, μπορούμε να αποσυνδέσουμε την οικονομική μας ανάπτυξη από τη χρήση φυσικών πόρων και την υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Με την προώθηση μιας εναρμονισμένης προσέγγισης σε επίπεδο ΕΕ, μπορούμε να ενισχύσουμε την ανταγωνιστικότητα, να δημιουργήσουμε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και θέσεις εργασίας, να προωθήσουμε τον οικολογικό χαρακτήρα της ενιαίας αγοράς σύμφωνα με το θεματολόγιο βιώσιμης ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας, να επιτρέψουμε στους καταναλωτές να εξοικονομήσουν κόστος και η οικονομία της ΕΕ είναι πιο ανθεκτική σε διαταραχές σε ολοκληρωμένες παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Επιπλέον, θα συμβάλει αποφασιστικά στην επίτευξη της κλιματικής ουδετερότητας έως το 2050, στην ανάσχεση της απώλειας βιοποικιλότητας και στην επίτευξη της φιλοδοξίας μας για μηδενική ρύπανση (πρόταση της ΕΕ για τον οικολογικό σχεδιασμό για τα αειφόρα προϊόντα, 2022).

2.2. Το ευρωπαϊκό υπόβαθρο και η σημασία αυτής της μελέτης

Σύμφωνα με τη στρατηγική της ΕΕ για τα αειφόρα και κυκλικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα (Μάρτιος 2022) στην ΕΕ, ο κλάδος των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και της ένδυσης είναι οικονομικά σημαντικός και μπορεί να διαδραματίσει εξέχοντα ρόλο στην κυκλική οικονομία. Περιλαμβάνει περισσότερες από 160.000 εταιρείες και απασχολεί 1,5 εκατομμύριο άτομα, δημιουργώντας κύκλο εργασιών 162 δισεκατομμυρίων ευρώ το 2019. Η κατανάλωση ένδυσης και υπόδησης αναμένεται να αυξηθεί κατά 63%

έως το 2030, ενώ τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα ευθύνονται κατά μέσο όρο για την τέταρτη υψηλότερη αρνητική επίδραση στην το περιβάλλον και την κλιματική αλλαγή και τρίτο υψηλότερο για χρήση νερού και γης από την άποψη του παγκόσμιου κύκλου ζωής. Μία από τις κύριες πηγές ακούσιας απελευθέρωσης της ρύπανσης από μικροπλαστικά είναι τα υφάσματα από συνθετικές ίνες. Υπολογίζεται ότι περίπου το 60% των ινών που χρησιμοποιούνται στα ρούχα είναι συνθετικές, κυρίως πολυεστέρας, και αυτή η ποσότητα αυξάνεται. Περίπου 5,8 εκατομμύρια τόνοι κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων απορρίπτονται κάθε χρόνο στην ΕΕ, περίπου 11 κιλά ανά άτομο, και κάθε δευτερόλεπτο κάπου στον κόσμο, ένα φορτηγό κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων απορρίπτεται ή αποτεφρώνεται. Η παραγωγή και η κατανάλωση κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων συνεχίζει να αυξάνεται και το ίδιο και ο αντίκτυπός τους στο κλίμα, στην κατανάλωση νερού και ενέργειας και στο περιβάλλον. Η μετάβαση στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας είναι αργή και το περιβαλλοντικό και κλιματικό αποτύπωμα παραμένει υψηλό. Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις έχουν τις ρίζες τους στο διαδεδομένο γραμμικό οικονομικό μοντέλο που βασίζεται στην λήψη, κατασκευή, απόρριψη, που χαρακτηρίζεται από χαμηλά ποσοστά χρήσης, επαναχρησιμοποίησης, επισκευής και ανακύκλωσης κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από ίνες σε ίνες και που συχνά δεν θέτει την ποιότητα, η ανθεκτικότητα και η ανακυκλωσιμότητα ως προτεραιότητες για το σχεδιασμό και την κατασκευή ενδυμάτων. Η απόρριψη μικροπλαστικών από συνθετικά υφάσματα και υποδήματα σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής τους προσθέτει περαιτέρω στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του κλάδου. «Ο κόσμος θα εξαντλήσει πολλούς φυσικούς πόρους στο άμεσο μέλλον εάν δεν υπάρξει αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο προέρχονται, παράγονται, παραδίδονται, χρησιμοποιούνται, ανακτώνται και ανανεώνονται τα προϊόντα» (Hazen et al., 2017).

Η στρατηγική της ΕΕ αναγνωρίζει ότι η πολύπλοκη και ποικιλόμορφη παγκόσμια αλυσίδα αξίας κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων αντιμετωπίζει επίσης κοινωνικές προκλήσεις, εν μέρει λόγω των πιέσεων για ελαχιστοποίηση του κόστους παραγωγής για την κάλυψη της ζήτησης των καταναλωτών για προσιτά προϊόντα. Η παιδική εργασία στη βιομηχανία ένδυσης αποτελεί σοβαρή πηγή ανησυχίας. Καθώς οι γυναίκες αποτελούν την πλειοψηφία του χαμηλόμισθου και ανειδίκευτου εργατικού δυναμικού της κλωστοϋφαντουργίας, η βελτίωση της βιωσιμότητας της εφοδιαστικής αλυσίδας έχει επίσης μια σημαντική διάσταση της ισότητας των φύλων. Η κλωστοϋφαντουργία έχει τη δυνατότητα να προωθήσει την ισότητα των φύλων, καθώς εκτιμάται ότι το 75% των εργαζομένων στον κόσμο της ένδυσης είναι γυναίκες (SWD, 2017).

Η παραγωγή ενδυμάτων ακολουθεί πολλά στάδια πριν φτάσει στα καταστήματα (καλλιέργειες βαμβακιού, καλλιέργεια, κλώση νημάτων, βαφή υφασμάτων, ράφιμο, συσκευασία, αποστολή, εκπομπές αέρα από διάφορα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού, τελικός χρήστης). Το πραγματικό περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος είναι υψηλό.

Ωστόσο, ορισμένες μάρκες πωλούν πλέον τα ρούχα τους για ένα φλιτζάνι καφέ. Ζούμε σε μια κλιματική έκτακτη ανάγκη και ο τομέας της μόδας και της κλωστοϋφαντουργίας είναι ένας από τους πιο ρυπογόνους και σπάταλους κλάδους. Ο κλάδος εξακολουθεί να στερείται διαφάνειας, με ευρεία εκμετάλλευση των ανθρώπων που εργάζονται στην αλυσίδα εφοδιασμού. Ποτέ πριν δεν υπήρχαν τόσοι πολλοί άνθρωποι στον πλανήτη σε σκλαβιά, και η μόδα είναι ο βασικός μοχλός αυτής της πραγματικότητας. Οι μάρκες και οι λιανοπωλητές εξακολουθούν να μην αναλαμβάνουν αρκετή ευθύνη για τις συνθήκες αμοιβής και εργασίας στα εργοστάσιά τους, τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των υλικών που χρησιμοποιούν ή τον τρόπο με τον οποίο τα προϊόντα που παράγουν επηρεάζουν την υγεία των ανθρώπων, των ζώων και του πλανήτη μας. Τα ενδύματα κατασκευάζονται από υλικά και διαδικασίες που απαιτούν την εξόρυξη φυσικών, μη ανανεώσιμων πόρων και έχουν σημαντικές αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Εβδομήντα πέντε (75) εκατομμύρια άνθρωποι εργάζονται απευθείας στη βιομηχανία της μόδας και της κλωστοϋφαντουργίας, περίπου το 80% από αυτούς είναι γυναίκες. Πολλοί υφίστανται εκμετάλλευση, λεκτική και σωματική κακοποίηση, εργάζονται σε μη ασφαλείς συνθήκες, με πολύ μικρή αμοιβή. Η μόδα είναι η δεύτερη βιομηχανία στη σύγχρονη δουλειά. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με προκαταρκτική έρευνα που διεξήγαγε ο συγγραφέας αυτής της μελέτης, η παραγωγή ενδυμάτων διατρέχει υψηλό κίνδυνο εργασιακής εκμετάλλευσης. Οι μάρκες πληρώνουν κατά μέσο όρο 1€-1,8€ ανά ένδυμα. υπάρχουν Έλληνες ράφτες, κυρίως γυναίκες, που εργάζονται σε εργοστάσια αμείβονται με 4 € την ημέρα? υπάρχουν ασυνόδευτοι ανήλικοι μετανάστες και πρόσφυγες κλεισμένοι σε εργοστάσια στην Ελλάδα που εργάζονται υπό συνθήκες δουλείας με 20 ευρώ το μήνα, χωρίς ελευθερία κινητικότητας, με παρακράτηση των εγγράφων τους (Φωτιάδι, 2019).

Η εμπορία ανθρώπων είναι ένα σοβαρό και αποτρόπαιο έγκλημα που παραβιάζει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και το οποίο μπορεί να εντοπιστεί στην παραγωγή αγαθών και στην παροχή υπηρεσιών που καταναλώνουμε καθημερινά. Το 2016, 40,3 εκατομμύρια άνθρωποι ζούσαν στη σύγχρονη δουλειά. Υπάρχει σε κάθε γωνιά του κόσμου αλλά είναι φαινομενικά αόρατο στους περισσότερους ανθρώπους. Η επίλυση αυτού του προβλήματος απαιτεί συνεχή επαγρύπνηση και δράση (Global Slavery Index, 2018).

Είκοσι τέσσερα σημεία εννέα (24,9) εκατομμύρια άνθρωποι εργάζονται υπό συνθήκες σύγχρονης δουλείας. Ένα (1) στα τέσσερα (4) είναι παιδιά. μέση ηλικία υποδούλωσης 12 ετών. Υπολογίζεται ότι 2 δισεκατομμύρια άτυποι εργαζόμενοι σε όλο τον κόσμο στερούνται βασικής εργατικής, κοινωνικής και υγειονομικής προστασίας. Η αξία των προϊόντων που κινδυνεύουν από εμπορία ανθρώπων που εισάγονται από την G20 είναι 354 δισεκατομμύρια δολάρια. τα πέντε κορυφαία προϊόντα που κινδυνεύουν από εμπορία ανθρώπων που εισάγονται από την G20 είναι: 1) φορητοί υπολογιστές, υπολογιστές και

έξυπνα τηλέφωνα αξίας 200,1 δισεκατομμυρίων δολαρίων, 2) ρούχα με 127,7 δισεκατομμύρια δολάρια, 3) ψάρια 20,9 δισεκατομμύρια δολάρια, 4) σοκολάτα 3,6 δισεκατομμύρια δολάρια και 5) ζάχαρη με 2,1 δισ. δολάρια.

Παγκοσμίως 218 εκατομμύρια παιδιά ηλικίας 5-17 ετών βρίσκονται σε συνθήκες εργασίας. Από αυτά τα 152 εκατομμύρια είναι θύματα παιδικής εργασίας και τα 73 εκατομμύρια εργάζονται υπό επικίνδυνες συνθήκες.

Η Ευρώπη έχει 1.243.400 ανθρώπους σε σκλαβιά. Η Ελλάδα είναι 2η στην ευρωπαϊκή λίστα με το 7,9/1000 τοις εκατό του πληθυσμού να ζει υπό καθεστώς σκλαβιάς περίπου 89.000 άτομα. Η Ελλάδα είναι γνωστή ως «το κέντρο εμπορίας ανθρώπων στην Ευρώπη», καθώς είναι μια χώρα που, λόγω της γεωγραφικής της θέσης, είναι η είσοδος στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ευθύνεται για το 90% των περιπτώσεων παράνομης μετανάστευσης στην Ευρώπη. (Global Slavery Index, 2018).

Σύμφωνα με το Ειδικό Ευρωβαρόμετρο που δημοσιεύτηκε τον Μάρτιο του 2020, το οποίο αποκαλύπτει αποτελέσματα από έρευνα που διεξήχθη τον Δεκέμβριο του 2019, το 94% των ανθρώπων πιστεύει ότι η προστασία του περιβάλλοντος είναι σημαντική για αυτούς προσωπικά, ενώ το 76% πιστεύει ότι η κλιματική αλλαγή είναι ένα πολύ σοβαρό πρόβλημα στην χώρα τους. Στην Ελλάδα τα νούμερα αυτά είναι 70% και 82% αντίστοιχα. Ειδικά για τη βιομηχανία ένδυσης, το 82% των ανθρώπων στην Ευρώπη πιστεύει ότι δεν υπάρχουν αρκετές πληροφορίες για περιβαλλοντικά προβλήματα και συνθήκες εργασίας που συνδέονται με την ένδυση, ενώ το ποσοστό αυτό για την Ελλάδα ανέρχεται στο 92% των ερωτηθέντων.

Σύμφωνα με την Έρευνα Καταναλωτή της Επανάστασης της Μόδας 2018, περισσότεροι από ένας στους τρεις ανθρώπους δήλωσαν ότι λαμβάνουν υπόψη τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις όταν αγοράζουν ρούχα. Το 84% των ερωτηθέντων είπε ότι οι μάρκες μόδας θα πρέπει να αντιμετωπίσουν την παγκόσμια φτώχεια. Το 85% είπε ότι οι μάρκες μόδας θα πρέπει να αντιμετωπίσουν την κλιματική αλλαγή. Το 72% του κοινού είπε ότι οι μάρκες μόδας πρέπει να κάνουν περισσότερα για να βελτιώσουν τη ζωή των γυναικών που κατασκευάζουν τα προϊόντα τους. Το 80% είπε ότι οι μάρκες μόδας πρέπει να αποκαλύπτουν τους κατασκευαστές τους. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (68%) συμφώνησε ότι η κυβέρνηση μπορεί να διαδραματίσει ρόλο στη διασφάλιση της βιώσιμης παραγωγής ρούχων. Τα τρία τέταρτα των ανθρώπων συμφώνησαν ότι οι επωνυμίες μόδας πρέπει να υποχρεούνται από το νόμο να προστατεύουν το περιβάλλον σε κάθε στάδιο της παραγωγής, το 77% συμφώνησε ότι οι επωνυμίες μόδας πρέπει να υποχρεούνται από το νόμο να σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα όλων όσων εμπλέκονται στην κατασκευή των προϊόντων τους.

2.3. Εφοδιαστικές Αλυσίδες και Κυκλική Οικονομία

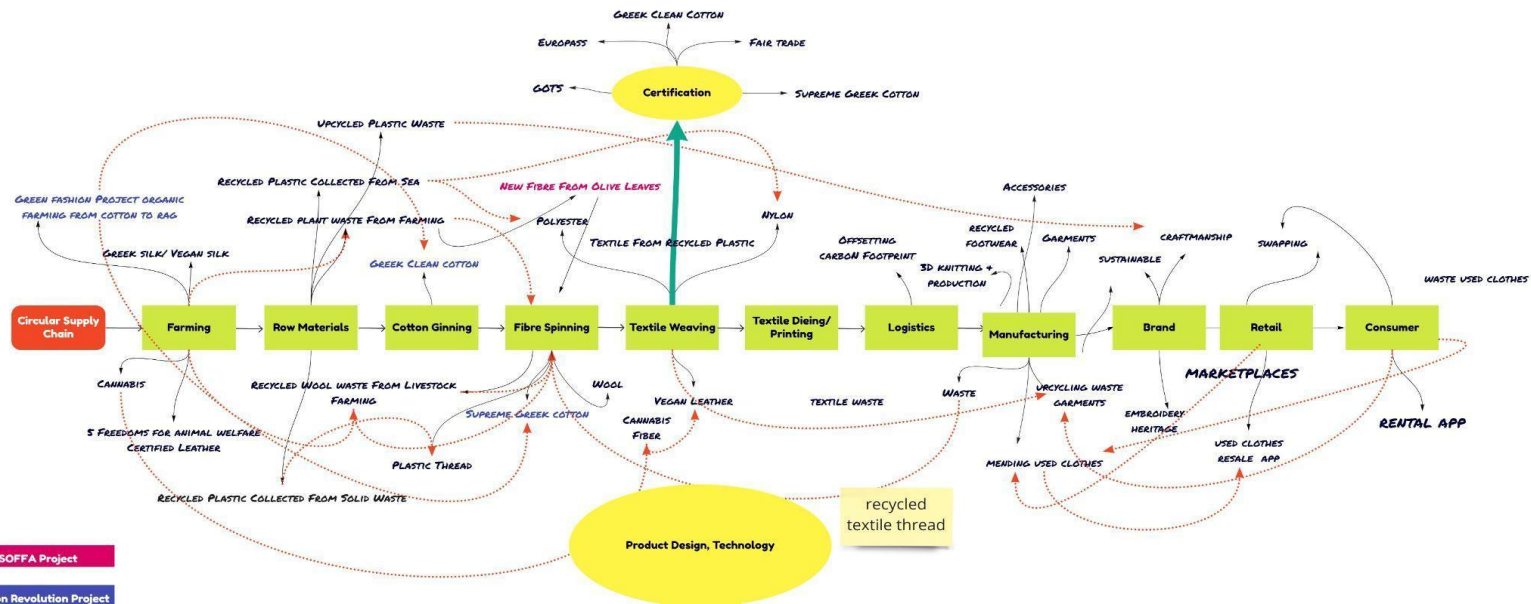
Μια αλυσίδα εφοδιασμού μόδας είναι ένα δίκτυο μεταξύ μιας εταιρείας και των προμηθευτών της για την παραγωγή και τη διανομή ενός συγκεκριμένου προϊόντος στον τελικό αγοραστή. Αυτό το δίκτυο περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες, άτομα, οντότητες, πληροφορίες και πόρους. Η αλυσίδα εφοδιασμού μόδας αντιπροσωπεύει επίσης τα βήματα που χρειάζεται για να φτάσει το προϊόν από την αρχική του κατάσταση στον πελάτη. Οι αλυσίδες εφοδιασμού αναπτύσσονται από εταιρείες ώστε να μπορούν να μειώσουν το κόστος τους και να παραμείνουν ανταγωνιστικές στο επιχειρηματικό τοπίο. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πώς να διαχειριστούμε την αλυσίδα εφοδιασμού με τον σωστό τρόπο. Η εφοδιαστική αλυσίδα είναι το δίκτυο όλων των ατόμων, των οργανισμών, των πόρων, των δραστηριοτήτων και της τεχνολογίας που εμπλέκονται στη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών. Περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες και τα υλικά που περιλαμβάνονται σε αγαθά ή υπηρεσίες. Καλύπτει την παραγωγή πρώτων υλών, τα στάδια κατασκευής, τη μεταφορά, την παράδοση και τη διάθεση στο τέλος του κύκλου ζωής τους. Περιλαμβάνει επίσης τις δραστηριότητες των προμηθευτών και των υπερβολάβων (Morris, 2020).

Η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM) είναι η διαχείριση της ροής αγαθών και υπηρεσιών και περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες που μετατρέπουν τις πρώτες ύλες σε τελικά προϊόντα. Περιλαμβάνει τον ενεργό εξορθολογισμό των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης από την πλευρά της προσφοράς για τη μεγιστοποίηση της αξίας των πελατών και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά. Το SCM αντιπροσωπεύει μια προσπάθεια των προμηθευτών να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν αλυσίδες εφοδιασμού που είναι όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικές και οικονομικές. Οι αλυσίδες εφοδιασμού καλύπτουν τα πάντα, από την παραγωγή έως την ανάπτυξη προϊόντων έως τα πληροφοριακά συστήματα που απαιτούνται για την καθοδήγηση αυτών των επιχειρήσεων. Το SCM βασίζεται στην ιδέα ότι σχεδόν κάθε προϊόν που έρχεται στην αγορά προκύπτει από τις προσπάθειες διαφόρων οργανισμών που συνθέτουν μια αλυσίδα εφοδιασμού. Αν και οι αλυσίδες εφοδιασμού υπάρχουν εδώ και πολύ καιρό, οι περισσότερες εταιρείες μόλις πρόσφατα έδωσαν σημασία σε αυτές ως προστιθέμενη αξία στη λειτουργία τους.

Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία, το Σχέδιο Δράσης για την Κυκλική Οικονομία και η Βιομηχανική Στρατηγική προσδιόρισαν τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα ως τομέα προτεραιότητας για να ανοίξει ο δρόμος προς μια ουδέτερη εκπομπή άνθρακα, κυκλική οικονομία και μια βασική αλυσίδα αξίας προϊόντων με επείγουσα ανάγκη και ισχυρές δυνατότητες για τη μετάβαση σε βιώσιμη και κυκλική παραγωγή, κατανάλωση και

επιχειρηματικά μοντέλα. Η ΕΕ εφαρμόζει το πεδίο εφαρμογής της για την πράσινη και ψηφιακή μετάβαση του ευρωπαϊκού τομέα κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης μέσω της στρατηγικής της ΕΕ για τα αειφόρα και κυκλικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, την πρόταση κανονισμού για τον οικολογικό σχεδιασμό για βιώσιμα προϊόντα και την οδηγία για την εταιρική αειφορία για τη δέουσα επιμέλεια που δημοσιεύτηκε τον Μάρτιο του 2022, το Transition Pathway for the Textiles Ecosystem. Το όραμα της στρατηγικής της ΕΕ για την κλωστοϋφαντουργία είναι ότι έως το 2030 τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα που θα διατίθενται στην αγορά της ΕΕ θα είναι μακρόβια και ανακυκλώσιμα, σε μεγάλο βαθμό κατασκευασμένα από ανακυκλωμένες ίνες, απαλλαγμένα από επικίνδυνες ουσίες και παράγονται με σεβασμό των κοινωνικών δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος. Οι καταναλωτές επωφελούνται περισσότερο από τα υψηλής ποιότητας προσιτά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, η γρήγορη μόδα είναι εκτός μόδας και οι οικονομικά κερδοφόρες υπηρεσίες επαναχρησιμοποίησης και επισκευής είναι ευρέως διαθέσιμες. Σε έναν ανταγωνιστικό, ανθεκτικό και καινοτόμο κλάδο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, οι παραγωγοί αναλαμβάνουν την ευθύνη για τα προϊόντα τους κατά μήκος της αλυσίδας αξίας, ακόμη και όταν γίνονται απόβλητα. Το κυκλικό οικοσύστημα κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων ευδοκιμεί, χάρη στις επαρκείς ικανότητες για καινοτόμο ανακύκλωση από ίνες σε ίνες, ενώ η αποτέφρωση και η υγειονομική ταφή των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων περιορίζεται στο ελάχιστο. Η αξία των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων διατηρείται στην οικονομία για όσο το δυνατόν περισσότερο, μειώνοντας τις εξαρτήσεις από παρθένες πρώτες ύλες.

Η Κυκλική Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας έχει οριστεί ως: «οι συντονισμένες προστινές και αντίστροφες αλυσίδες εφοδιασμού μέσω σκόπιμης ενοποίησης επιχειρηματικών οικοσυστημάτων για τη δημιουργία αξίας από προϊόντα/υπηρεσίες, υποπροϊόντα και χρήσιμα απόβλητα μέσω παρατεταμένων κύκλων ζωής που βελτιώνουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα των οργανισμών» (Batista et al., 2018). Μια κυκλική αλυσίδα εφοδιασμού περιλαμβάνει μια εταιρεία που επαναχρησιμοποιεί τα απόβλητα και οι πελάτες επιστρέφουν για να τα μετατρέψουν σε νέα ή ανακαινισμένα προϊόντα. Μια κυκλική αλυσίδα εφοδιασμού στοχεύει να ελαχιστοποιήσει τη χρήση πρώτων υλών και να ελαχιστοποιήσει τα απορριπτόμενα απόβλητα. Μια σειρά από έννοιες, όπως βιώσιμες αλυσίδες εφοδιασμού, πράσινες αλυσίδες εφοδιασμού, περιβαλλοντικές αλυσίδες εφοδιασμού και αλυσίδες εφοδιασμού κλειστού βρόχου, έχουν εισαχθεί και χρησιμοποιούνται εναλλακτικά. Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει πώς μια γραμμική αλυσίδα εφοδιασμού μόδας δημιουργεί βρόχους, σε διαφορετικά στάδια, και μετατρέπεται σε μια κυκλική αλυσίδα εφοδιασμού μόδας.



Το Circularity σημαίνει το σχεδιασμό προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων με τρόπο που διασφαλίζει τη συνεχή ροή των πόρων, με στόχο την εξάλειψη της σπατάλης και τη δημιουργία πιο αποτελεσματικών, βιώσιμων συστημάτων. Συνδέεται στενά με τις ιδέες των οικονομιών ανοδικής και κλειστού βρόχου, όπου οι πόροι μοιράζονται και επαναχρησιμοποιούνται, εξαλείφοντας την ανάγκη άσκοπης εξόρυξης νέων πόρων. Δημιουργία προϊόντων που είναι κατασκευασμένα για να διαρκούν, από ασφαλή, ανακυκλωμένα και πιο βιώσιμα υλικά (δηλαδή είτε φυσικά καλλιεργούνται, καλλιεργούνται ή δημιουργούνται με διαδικασίες ανανεώσιμων πηγών ενέργειας) που μπορούν να ανακυκλωθούν πολλές φορές. Κυκλικές αλυσίδες εφοδιασμού: Συστήματα τροφοδοσίας που ανακυκλώνουν προϊόντα και υποστηρίζουν κυκλικές διαδικασίες παραγωγής και ροές υλικών. Κυκλικά ταξίδια πελατών: Παροχή προσιτών τρόπων εμπειρίας και ενασχόλησης με την κυκλική μόδα όπου τα προϊόντα χρησιμοποιούνται περισσότερο, επισκευάζονται, επαναχρησιμοποιούνται και ανακυκλώνονται.

2.4. Ηθικές Αλυσίδες Εφοδιασμού & Προμηθειών

Οι κυβερνητικές αντιδράσεις για τον εντοπισμό των κινδύνων στις εισαγωγές, τις δημόσιες προμήθειες και τις αλυσίδες εφοδιασμού των επιχειρήσεων είναι κρίσιμες. Οι χώρες που λαμβάνουν τα περισσότερα μέτρα περιλαμβάνουν: ΗΠΑ, ΗΒ, Σουηδία, Κάτω Χώρες, Νορβηγία, Βέλγιο, Ισπανία, Πορτογαλία, Μαυροβούνιο και Κροατία. Σύμφωνα με την αξιολόγηση απόκρισης της κυβέρνησης, το ποσοστό ορόσημο της Ελλάδας στις αλυσίδες εφοδιασμού είναι τόσο χαμηλό όσο 18,3%. Η συνολική βαθμολογία για την Ελλάδα είναι 55,1% με βαθμολογία BB. Η Ολλανδία σημειώνει την υψηλότερη βαθμολογία

στην περιοχή με 75,2% να παίρνει βαθμολογία A, ακολουθούμενη από το Ηνωμένο Βασίλειο (71,5% BBB), τη Σουηδία (68,7% BBB), το Βέλγιο (68,3% BBB) κ.λπ.

Οι δημόσιες συμβάσεις αναφέρονται στη διαδικασία με την οποία οι δημόσιες αρχές, όπως κυβερνητικές υπηρεσίες ή τοπικές αρχές, αγοράζουν έργα, αγαθά ή υπηρεσίες από εταιρείες. Κάθε χρόνο, περισσότερες από 250.000 δημόσιες αρχές στην ΕΕ δαπανούν περίπου το 14% του ΑΕΠ για την αγορά υπηρεσιών, έργων και προμηθειών. Σε πολλούς τομείς οι δημόσιες αρχές μπορεί να είναι οι κύριοι αγοραστές, συχνά άθελά τους, μολυσμένων αγαθών. Ο υψηλός κινδύνος χαρακτήρας των δημοσίων συμβάσεων οφείλεται στο γεγονός ότι συνδέονται με πολλές παγκόσμιες αγορές και στον κρυφό χαρακτήρα μεγάλου μέρους του σημερινού εργατικού δυναμικού, όπου η σύγχρονη δουλειά χρησιμοποιείται ως βάνανσος τρόπος μείωσης του κόστους παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών. Η εφαρμογή διασφαλίσεων της εφοδιαστικής αλυσίδας στην αγοραστική δύναμη πολλών δισεκατομμυρίων ευρώ των πόλεων και των εθνικών κυβερνήσεων θα μπορούσε να συμβάλει στη θέσπιση κοινών προτύπων για τις ηθικές προμήθειες.

Οι εταιρείες που χρησιμοποιούν, εν γνώσει ή εν αγνοία τους, θύματα εμπορίας ανθρώπων για την κατασκευή αγαθών και την παροχή υπηρεσιών σε κυβερνήσεις έχουν αθέμιτο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με επιχειρήσεις που σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα στις δραστηριότητές τους. Ως εκ τούτου, οι δημόσιες αρχές θα πρέπει να δημιουργήσουν ίσους όρους ανταγωνισμού επιμένοντας σε αλυσίδες εφοδιασμού χωρίς εμπορία ανθρώπων για να διασφαλίσουν ότι όλες οι επιχειρήσεις παίζουν με τους ίδιους κανόνες και ότι δεν υπάρχει αθέμιτο πλεονέκτημα για τις εταιρείες που εκμεταλλεύονται θύματα εμπορίας ανθρώπων.

Τον Ιούνιο του 2013, το Συμβούλιο Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων ενέκρινε ψήφισμα με το οποίο καλούσε τα κράτη και τις επιχειρήσεις να καταπολεμήσουν την εμπορία ανθρώπων, συμπεριλαμβανομένων των αλυσίδων εφοδιασμού. Η Σύμβαση του Συμβουλίου της Ευρώπης για τη δράση κατά της εμπορίας ανθρώπων χαρακτηρίζει την εμπορία ανθρώπων ως παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ζητά καλύτερη προστασία των θυμάτων. Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα, άρθρ. 4 παρ. 2. απαγορεύει την καταναγκαστική εργασία. Η Οδηγία της ΕΕ για την καταπολέμηση της εμπορίας ανθρώπων 2011/36/ΕΕ απαιτεί από τα κράτη να αποθαρρύνουν τη ζήτηση που ενθαρρύνει την εμπορία ανθρώπων. Η ΕΕ δεσμεύτηκε: « *Να καταπολεμήσει την εμπορία ανθρώπων (ΤΗΒ) στην ΕΕ για όλες τις μορφές εκμετάλλευσης, συμπεριλαμβανομένης της εργασιακής εκμετάλλευσης καθώς και όλων των μορφών εμπορίας παιδιών* » (Συμβούλιο της Ευρώπης, 18 Μαΐου 2017). Στις 4 Δεκεμβρίου 2017, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή («ΕΚ») εξέδωσε ανακοίνωση με την οποία ζητά από τα κράτη μέλη να εντείνουν τις προσπάθειες «να διαταράξουν το επιχειρηματικό μοντέλο και να ξεμπλέξουν την αλυσίδα εμπορίας».

Το ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 5ης Ιουλίου 2016 σχετικά με την καταπολέμηση της εμπορίας ανθρώπων στις εξωτερικές σχέσεις της ΕΕ ζητά ευθέως διάλογο και εταιρικές σχέσεις μεταξύ πολλών ενδιαφερομένων για τη συγκέντρωση εμπειρογνομώνων κατά της εμπορίας επιχειρήσεων για τη διεξαγωγή κοινών δράσεων κατά της εμπορίας ανθρώπων και της « *Ε.Ε. τα κράτη μέλη να συνεργαστούν ενεργά με εθνικές και διεθνείς εταιρείες για να διασφαλίσουν ότι τα προϊόντα τους σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού είναι απαλλαγμένα από εκμετάλλευση και να τα θεωρήσουν υπεύθυνα για εμπορία ανθρώπων που συμβαίνει σε οποιοδήποτε σημείο της αλυσίδας εφοδιασμού τους, συμπεριλαμβανομένων των συνδεδεμένων εταιρειών και -εργολάβοι* ».

Διεθνή πρότυπα όπως οι κατευθυντήριες αρχές του ΟΗΕ για τις Επιχειρήσεις και τα Ανθρώπινα Δικαιώματα, οι Αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ, η Τριμερής Διακήρυξη Αρχών της ΔΟΕ σχετικά με τις κοινωνικές πολιτικές, οι δεσμεύσεις του ΟΑΣΕ για την καταπολέμηση της εμπορίας ανθρώπων και οι κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ. Το Πρωτόκολλο του ΟΗΕ για την πρόληψη, καταστολή και τιμωρία της εμπορίας προσώπων, ιδιαίτερα γυναικών και παιδιών, που συμπληρώνει τη σύμβαση του ΟΗΕ κατά του Διακρατικού Οργανωμένου Εγκλήματος, 2000, ("UNTOC") (το "Πρωτόκολλο του Παλέρμο" [/ "Πρωτόκολλο του ΟΗΕ για την εμπορία ανθρώπων"]) απαιτεί Τα κράτη να αποθαρρύνουν το αίτημα που ενθαρρύνει όλες τις μορφές εκμετάλλευσης και να θεσπίσουν ποινική ευθύνη για εγκλήματα που σχετίζονται με την εμπορία ανθρώπων. Οι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης του 2030 («ΣΒΑ») απαιτούν τον τερματισμό της καταναγκαστικής εργασίας έως το 2030. Η σύνοδος του Φόρουμ Επιχειρήσεων και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του ΟΗΕ τον Νοέμβριο του 2018 επικεντρώθηκε στις δημόσιες συμβάσεις ως μοχλός για τη δέουσα επιμέλεια για τα ανθρώπινα δικαιώματα σε σχέση με τους SDG 12 & 8. Οι νέες οδηγίες της ΕΕ του 2014 για τις δημόσιες συμβάσεις επιβεβαιώνουν ότι τα κοινωνικά κριτήρια μπορούν και πρέπει να χρησιμοποιούνται στις δημόσιες συμβάσεις.

Οι ανάδοχοι αναμένεται να είναι δεσμευμένοι, προορατικοί και με προσήλωση στις προσπάθειές τους να αντιμετωπίσουν και να μειώσουν τον κίνδυνο εμπορίας ανθρώπων στις επιχειρήσεις και τις αλυσίδες εφοδιασμού τους. Ταυτόχρονα, αναγνωρίζεται ότι δεν βρίσκονται όλοι οι εργολάβοι σε παρόμοια θέση και ορισμένοι, όπως αυτοί με μεγάλες αλυσίδες εφοδιασμού, ενδέχεται να αντιμετωπίσουν περισσότερες προκλήσεις από άλλους όσον αφορά την εκπλήρωση των ευθυνών τους. Επιπλέον, δεν είναι όλοι οι κίνδυνοι ίσοι ως προς τον αντίκτυπό τους. Δηλώθηκε από τις ΗΠΑ η Επιτροπή Προμηθειών και Αλυσίδων Εφοδιασμού, της Ανώτερης Επιχειρησιακής Ομάδας Πολιτικής της Διυπηρεσιακής Ομάδας Εργασίας του Προέδρου για την Παρακολούθηση και την Καταπολέμηση της Εμπορίας Προσώπων («η Επιτροπή SPOG»). Οι διασφαλίσεις

πρακτικών διαχείρισης κινδύνου έχουν βασιστεί σε μεγάλο βαθμό σε επιτυχημένες πρακτικές στον ιδιωτικό τομέα για την αύξηση της σταθερότητας και της παραγωγικότητας στο εργατικό δυναμικό, συμπεριλαμβανομένου ενός προγράμματος ευαισθητοποίησης των εργαζομένων, μιας τηλεφωνικής γραμμής, ενός προγράμματος προσλήψεων και μισθών, ενός σχεδίου στέγασης (Mayock et al, 2016).

Το Δανικό Ινστιτούτο για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα δημοσίευσε μια εργαλειοθήκη (Morris, 2020) για να επιτρέψει στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τις δημόσιες συμβάσεις, τους αγοραστές και τους διαχειριστές συμβάσεων να εφαρμόσουν απαιτήσεις για την προώθηση του σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων από τους προμηθευτές τους.

Ο κύκλος των δημόσιων προμηθειών αποτελείται από τον προγραμματισμό των προμηθειών, τη διαδικασία σύναψης συμβάσεων και τη διαχείριση συμβάσεων. Η εργαλειοθήκη υπογραμμίζει τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να ενσωματωθούν οι απαιτήσεις ότι οι προμηθευτές σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα σε διάφορα στάδια του κύκλου προμηθειών. Το εύρος των αγαθών και των υπηρεσιών που αγοράζονται από τις δημόσιες αρχές ποικίλλει ευρέως, από έργα υποδομής μεγάλης κλίμακας και αστικής ανάπτυξης, έως την απόκτηση πολύπλοκων αντικειμένων όπως οπικά συστήματα, έως την ανάθεση βασικών δημόσιων υπηρεσιών στον τομέα της υγείας και της κοινωνικής περίθαλψης και αγορά κοινών αγαθών όπως χαρτικά, έπιπλα και τρόφιμα. Αυτή η εργαλειοθήκη υπογραμμίζει τον τρόπο με τον οποίο οι απαιτήσεις για τα ανθρώπινα δικαιώματα μπορούν να ενσωματωθούν στην πλειονότητα των ασκήσεων προμηθειών.

Δεδομένης της διαφοροποίησης μεταξύ των εθνικών καθεστώτων δημοσίων συμβάσεων, η εργαλειοθήκη περιγράφει μια γενική προσέγγιση που προορίζεται να είναι σχετική με διαφορετικά νομικά πλαίσια και πλαίσια της αγοράς. Ωστόσο, οι εθνικοί νόμοι και οι πολιτικές που σχετίζονται με τις δημόσιες συμβάσεις ενδέχεται να περιορίσουν την άμεση εφαρμογή ορισμένων από τις προσεγγίσεις που περιγράφονται σε αυτήν την εργαλειοθήκη ή, από την άλλη πλευρά, ενδέχεται να απαιτούν αυστηρότερες απαιτήσεις. Ως εκ τούτου, οι προτάσεις που περιγράφονται σε αυτήν την εργαλειοθήκη θα πρέπει να προσαρμοστούν από τους χρήστες για να διασφαλιστεί η ευθυγράμμισή τους με τους εθνικούς νόμους και πολιτικές. Επιπλέον, η προσαρμογή στο τοπικό πλαίσιο θα πρέπει να βασίζεται σε αξιολόγηση των σημερινών επιπέδων γνώσης, ικανότητας και προϋπολογισμού στο πλαίσιο της λειτουργίας προμηθειών (Morris, 2020).

2.5. Δείκτης Διαφάνειας Μόδας

Η Fashion Revolution δημοσιεύει από το 2016 τον ετήσιο Δείκτη Διαφάνειας Μόδας (Ditty, 2020) που αξιολογεί και κατατάσσει 250 από τις μεγαλύτερες παγκόσμιες μάρκες μόδας και λιανοπωλητές ανάλογα με το πόσα αποκαλύπτουν για τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πολιτικές, πρακτικές και τον αντίκτυπό τους. Οι επωνυμίες επιλέγονται με βάση τον ετήσιο κύκλο εργασιών τους, άνω των 400 εκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ και αντιπροσωπεύουν μια εξάπλωση των τμημάτων της αγοράς, όπως high street, πολυτελή, αθλητικά, αξεσουάρ, υποδήματα και τζιν από όλη την Ευρώπη, τη Βόρεια Αμερική, τη Νότια Αμερική, την Ασία και την Αφρική. Το FTI έχει σχεδιαστεί για να δίνει μια ενδεικτική ματιά στο πόσα πράγματα γνωρίζουν και μοιράζονται οι επωνυμίες για τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις αλυσίδες αξίας τους. Ο Δείκτης Διαφάνειας Μόδας εξετάζει δημοσίως δημοσιοποιημένες πληροφορίες/δεδομένα σχετικά με τις πολιτικές, τις διαδικασίες, τις επιδόσεις και την πρόοδο των μεγάλων εμπορικών σημάτων σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιβάλλοντος σε όλη την αλυσίδα αξίας.

Το FTI εστιάζει συγκεκριμένα στη διαφάνεια μέσω της δημόσιας γνωστοποίησης και όχι σε όλα όσα κάνουν οι μάρκες και οι έμποροι λιανικής στο εσωτερικό και στα παρασκήνια στις εταιρείες και τις αλυσίδες εφοδιασμού τους. Δεν προσφέρει εις βάθος ανάλυση του περιεχομένου, της ποιότητας, της αυθεντικότητας ή της ακρίβειας των πολιτικών, των διαδικασιών, της απόδοσης και της προόδου των επωνυμιών σε οποιονδήποτε δεδομένο τομέα. Η επαλήθευση των ισχυρισμών που διατυπώνονται από μάρκες και εμπόρους λιανικής είναι πέρα από το πεδίο εφαρμογής αυτής της έρευνας. Η μεθοδολογία παρέχει πληροφορίες που: Αποκαλύπτουν μοτίβα διαφανούς αποκάλυψης. Προσδιορισμός αναδυόμενων θεμάτων και τάσεων στη διαφάνεια του κλάδου. Επιτρέψτε σε οποιονδήποτε να δει ποια είναι η θέση των επωνυμιών όσον αφορά τη διαφάνεια σε σύγκριση με τους ομοτίμους τους. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως σύγκριση από έτος σε έτος για την παρακολούθηση της προόδου με την πάροδο του χρόνου.

Ο Δείκτης FTI αποτελείται από τις ακόλουθες ενότητες και στοιχεία για αξιολογήσεις:

1. ΠΟΛΙΤΙΚΗ & ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ
 - 1.1. Ποιες είναι οι πολιτικές της εταιρείας για τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον;
 - 1.2. Ποιες είναι οι πολιτικές πωλητών/προμηθευτών της εταιρείας που καλύπτουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά πρότυπα σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού; (π.χ. Κώδικας Δεοντολογίας, Όροι Δέσμευσης, Οδηγός Προμηθευτών).



- 1.3. Δημοσιεύει τις διαδικασίες ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιβαλλοντικής διαχείρισης της εταιρείας (δηλαδή πώς η εταιρεία εφαρμόζει τις πολιτικές της 1.1 και 1.2. Ο απλός έλεγχος συμμόρφωσης δεν αρκεί για να κερδίσει βαθμούς).
- 1.4. Δημοσιεύει ένα στρατηγικό σχέδιο για τη σταδιακή βελτίωση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων (π.χ. χάρτη πορείας ή έγγραφο οράματος).
- 1.5. Δημοσιεύει ετήσια έκθεση βιωσιμότητας ή εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που ελέγχεται ή επαληθεύεται από ανεξάρτητο τρίτο μέρος. Εκθέσεις που δημοσιεύθηκαν μετά τον Ιανουάριο του 2019.
2. ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ
 - 2.1. Αποκαλύπτει δημόσια τα στοιχεία επικοινωνίας για το τμήμα της εταιρείας που έχει την ευθύνη για τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά θέματα.
 - 2.2. Αποκαλύπτει δημόσια το μέλος του διοικητικού συμβουλίου της εταιρείας ή την επιτροπή του διοικητικού συμβουλίου που είναι υπεύθυνο για θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιβάλλοντος.
 - 2.3. Αναγνωρίζει δημόσια πώς η εταιρεία δίνει προτεραιότητα στα χρήματα που δαπανώνται για τη διαχείριση και την εφαρμογή δραστηριοτήτων ΕΚΕ και βιωσιμότητας.
 - 2.4. Δημοσιεύει πώς η εταιρεία ενσωματώνει τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές επιδόσεις στις πρακτικές αγορών.
3. ΙΧΝΗΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ
 - 3.1. Δημοσιεύει εργοστάσια πρώτης βαθμίδας (άμεση σχέση με τον αγοραστή, π.χ. μονάδες παραγωγής, εγκαταστάσεις Cut Make Trim (CMT), ράψιμο ενδυμάτων, φινίρισμα ενδυμάτων, παραγωγή πλήρους συσκευασίας και συσκευασία και αποθήκευση)
 - 3.2. Εκδίδει εγκαταστάσεις επεξεργασίας (π.χ. εκκοκκιστήριο και κλώση, πλέξιμο, ύφανση, υπερβολάβοι, βαφεία και υγρή επεξεργασία, βυρσοδεφεία, κεντήματα, τυπογραφεία, φινίρισμα υφασμάτων, βαφεία, πλυντήρια κ.λπ.)
 - 3.3. Εκδίδει προμηθευτές πρώτων υλών όπως ίνες, δέρματα, καουτσούκ, βαφές, μέταλλα κ.λπ. (π.χ. προμηθευτές πρώτων υλών, αγροκτήματα, σφαγεία, προμηθευτές νημάτων ραπτικής, νήματα και συνδετήρες, προμηθευτές χημικών προϊόντων κ.λπ.)
4. ΓΝΩΡΙΣΕ, ΔΕΙΞΕ & ΔΙΟΡΘΩΣΕ
 - 4.1. Know, Show & Fix: Αποκαλύπτει δημόσια τις διαδικασίες δέουσας επιμέλειας για τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον, τα αποτελέσματα και το τι κάνει η επωνυμία για να διορθώσει τυχόν



- προβλήματα που εντοπίστηκαν. (Παρακαλώ σημειώστε: Ο έλεγχος από μόνος του δεν αποτελεί διαδικασία δέουσας επιμέλειας.)
- 4.2. Γνώρισε: Αποκαλύπτει δημόσια τον τρόπο με τον οποίο η εταιρεία αξιολογεί την εφαρμογή των πολιτικών της για την αλυσίδα εφοδιασμού (όπως περιγράφεται στο εδάφιο 1.2) ανά εγκατάσταση (π.χ. σε εργοστάσια, εγκαταστάσεις μεταποίησης και αγροκτήματα)
 - 4.3. Δείξε: Αποκαλύπτει δημόσια τα ευρήματα από τις αξιολογήσεις σε επίπεδο εγκαταστάσεων (π.χ. σε εργοστάσια, εγκαταστάσεις μεταποίησης και αγροκτήματα)
 - 4.4. Διόρθωσε: Αποκαλύπτει δημόσια την περιγραφή και την κατάσταση της διαδικασίας αποκατάστασης
 5. ΘΕΜΑΤΑ ΠΡΟΚΛΗΤΩΝ
 - 5.1. ΑΞΙΟΠΡΩΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΑΣ
 - 5.2. ΕΜΦΥΛΗ & ΦΥΛΕΤΙΚΗ ΙΣΟΤΗΤΑ
 - 5.3. ΒΙΩΣΙΜΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ & ΥΛΙΚΑ
 - 5.4. ΥΠΕΡΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ, ΑΠΟΒΛΗΤΑ & ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ
 - 5.5. ΝΕΡΟ & ΧΗΜΙΚΑ
 - 5.6. ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ & ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ
Απανθρακοποίηση, αποψίλωση και αναγέννηση των δασών
Εκπομπές άνθρακα
Χρήση ενέργειας

Σύμφωνα με το Fashion Revolution Transparency Index 2022:

- η συνολική βαθμολογία των εμπορικών σημάτων ήταν 24%. Το 48% αποκαλύπτει τους πρώτους κατασκευαστές του.
- Το 12% αποκαλύπτει πληροφορίες σχετικά με τους προμηθευτές πρώτων υλών.
- Το 32% αποκαλύπτει ορισμένες από τις εγκαταστάσεις επεξεργασίας τους.
- Το 31% αποκαλύπτει λίστα προμηθευτών.
- Το 32% περιγράφει την ύπαρξη μόνιμων προγραμμάτων παραλαβής ρούχων, το 22% αποκαλύπτει τι συμβαίνει με τα ρούχα που έλαβαν.
- Το 36% έχει δημοσιεύσει την πρόδοό του προς τη μείωση της χρήσης παρθένων πλαστικών για τη συσκευασία, το 18% το κάνει για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα.
- Το 62% των μεγάλων εμπορικών σημάτων δημοσιεύουν το αποτύπωμα άνθρακα στις δικές τους εγκαταστάσεις, το 34% αποκαλύπτει αυτές τις πληροφορίες σε επίπεδο επεξεργασίας και κατασκευής και το 22% σε επίπεδο πρώτων υλών.
- Η ιταλική μάρκα **OVS** σημείωσε την υψηλότερη βαθμολογία φέτος με 78%, **H&M** με 68%, **Timberland** και **The North Face** με 66%, **C&A** and **Vans** με 65%, **Gildan** με 63%,

Esprit και United Colors of Benetton με 60%, Tommy Hilfiger , Calvin Klein και Van Heusen με 59% και Gucci , Target Australia και Kmart Australia στο 56%

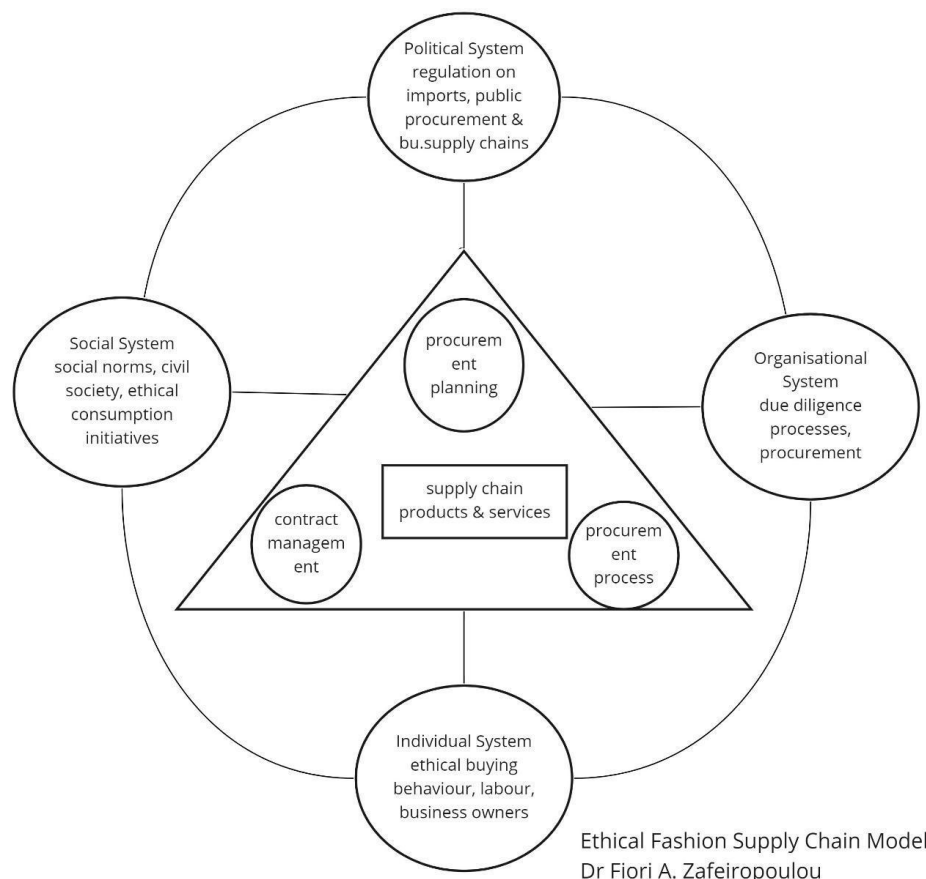
2.6. Συμπεράσματα

Αυτή η ερευνητική μελέτη διερευνά το ζήτημα της αποτροπής της χρήσης κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και υπηρεσιών που έχουν γίνει μέσω της σύγχρονης δουλειάς και μέσω διαδικασιών που επιδεινώνουν το κλίμα στη βιομηχανία της μόδας. Μελετά ένα σύνολο διαδικασιών και διαδικασιών που πρέπει να υιοθετήσουν οι κυβερνήσεις. Συνιστά επίσης ένα σύνολο μηχανισμών και διαδικασιών για τις προμήθειες του ιδιωτικού τομέα και τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ο τομέας εστίασης είναι ο τομέας της μόδας και της κλωστοϋφαντουργίας στην Ευρώπη. Η μελέτη υιοθετεί μια προσέγγιση θεωρίας συστημάτων που διερευνά τη δυναμική των πολιτικών, οργανωτικών, κοινωνικών και ατομικών σφαιρών στη μετατροπή τους σε βιώσιμες και ηθικές αλυσίδες εφοδιασμού επιχειρήσεων μόδας. Τα αποτελέσματα της μελέτης χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία των Περιοχών Γνώσης για το εκπαιδευτικό πρόγραμμα κατάρτισης για δραστηριότητες Διαχείρισης Προμηθειών και Εφοδιαστικής Αλυσίδας, καθώς και του Εννοιολογικού Πλαισίου βάσει του οποίου έχει σχεδιαστεί ο Διαχειριστής Διαφάνειας στη Βιομηχανία Μόδας. Τα αποτελέσματα της μελέτης εφαρμόστηκαν περαιτέρω μέσω του σχεδιασμού ενός ερωτηματολογίου για μια διερευνητική πρωτογενή ερευνητική μελέτη για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων από παράγοντες του κλάδου που στοχεύουν στελέχη προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας σε ιδιωτικές εταιρείες στην Ευρώπη.

3. Εννοιολογικό Πλαίσιο

3.1. Εννοιολογικό πλαίσιο

Εικόνα 1: Μοντέλο Εφοδιαστικής Αλυσίδας Αειφόρου & Ηθικής Μόδας



3.2. Γνωσιακές περιοχές

Ανάγκες και Προκλήσεις του TM	Καθήκοντα του TM	Δεξιότητες και Ικανότητες του TM	Γνωσιακές περιοχές
Γνώση βασικών παγκόσμιων τάσεων και πώς επηρεάζουν τους προμηθευτές / πελάτες	Προσδιορισμός βασικών κινδύνων και ελέγχων, σύσταση βελτιωμένων ελέγχων, εκτέλεση έργων ετοιμότητας ελέγχων και αναγνώριση και αξιολόγηση της διαμόρφωσης των ελέγχων στην αναφορά σχετικών επιχειρηματικών διαδικασιών καθώς και σε υποδομές πληροφορικής, ασφάλεια, διαχείριση αλλαγών, λειτουργίες	Κίνδυνοι, διαδικασίες και έλεγχοι χρηματοοικονομικών αναφορών και τεχνολογίας πληροφοριών	Βασικές γνώσεις Διοίκησης/Διοίκησης Επιχειρήσεων, Προμηθειών και Logistics, Σχετική τεχνογνωσία μόδας
Κίνδυνοι, διαδικασίες και έλεγχοι που σχετίζονται με τη χρηματοοικονομική αναφορά και τις προμήθειες	Διοίκηση και καθοδήγηση του προσωπικού καθώς εκτελεί αξιολογήσεις για την αξιολόγηση των ελέγχων, την ασφάλεια και την εκτέλεση διαδικασιών ελέγχου	Μέτρηση Επιπτώσεων Αλυσίδας Αξίας με χρήση του δείκτη FT	Ιχνηλασιμότητα & Διαφάνεια
	Απλοποίηση πολύπλοκων διαδικασιών της εφοδιαστικής αλυσίδας	Δυνατότητα απλοποίησης πολύπλοκων διαδικασιών της εφοδιαστικής αλυσίδας	
	Συμβολή στη συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών		Ποιοτικός Έλεγχος / Έλεγχος + Διαχείριση αλλαγών
κατανάλωση ενέργειας	Καθοδήγηση στην ανάπτυξη και εφαρμογή μιας συστηματικής προσέγγισης		



Οικολογία	Προστατέψτε από επικίνδυνα χημικά, για μόλυνση του πλανήτη, για παραμόρφωση του κλίματος από την παραγωγή ή τη γεωργία		
	προστασία των δικαιωμάτων των ζώων		
	Παροχή πληροφοριών στο κοινό για την ενθάρρυνση της διαφάνειας και της λογοδοσίας		
Προς βιώσιμες παγκόσμιες αλυσίδες αξίας	Δημιουργία Βιώσιμων Επιχειρηματικών Συνεργασιών & δικτύων, Διαμοιρασμός Ευθύνης		
Σχέσεις με συνδικάτα	Πώς η εταιρεία διασφαλίζει ότι τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά παράπονα από υπαλλήλους και εργαζόμενους καταγράφονται και αντιμετωπίζονται	Εξωτερική και εσωτερική επικοινωνία για τον μετασχηματισμό, την εκπαίδευση, την επιρροή	
Παγκόσμια vs τοπική παραγωγή	Ηγετικό ρόλο στην παροχή εκπαίδευσης και συμβουλών σε εσωτερικά στελέχη και μέλη προμηθευτών σε πιο περίπλοκες υποθέσεις	Επικοινωνήστε με τους καταναλωτές σας και το κοινό τι κάνετε	
	Διατήρηση της επίγνωσης του πρωτοκόλλου/πολιτικής ισότητας και διαφορετικότητας και εργασίας για τη δημιουργία και τη διατήρηση ενός ασφαλούς και υποστηρικτικού περιβάλλοντος όπου όλοι οι άνθρωποι και το έργο τους	Γνώση του κώδικα δεοντολογίας και επιχειρηματικής συμπεριφοράς της εταιρείας	Γνώση του κώδικα δεοντολογίας και επιχειρηματικής συμπεριφοράς της εταιρείας



	αντιμετωπίζονται με αξιοπρέπεια, δικαιοσύνη και σεβασμό.		
	Συμμορφωθείτε με τους σχετικούς Κώδικες Δεοντολογίας, συμπεριλαμβανομένου του Κώδικα Δεοντολογίας και των πολιτικών που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια	Ισχυρή ιδιοκτησία και λήψη αποφάσεων	
	Ελάχιστος μισθός διαβίωσης		
	Ισότητα των φύλων, Φυλετική ισότητα, Ίσες Ευκαιρίες, Ίσες αμοιβές		Οι κατευθυντήριες αρχές του ΟΗΕ για τις επιχειρήσεις και τα ανθρώπινα δικαιώματα ως πλαίσιο δράσης στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού κλωστοϋφαντουργίας
Η προμήθεια βιώσιμων και ανακυκλωμένων υλικών και η ευθύνη για το τέλος της ζωής τους, συλλέγονται από τους καταναλωτές	Βιώσιμη μόδα: Από την παραγωγή στην εναλλακτική κατανάλωση	Κυκλικές πρωτοβουλίες	
Διαχείριση των αποβλήτων	Νέες Προσεγγίσεις Επιχειρήσεων και Διακυβέρνησης στη Βιώσιμη Μόδα: Μαθαίνοντας από τους Ειδικούς		

- Ανάγκες και προκλήσεις του ΤΜ :** Γνώση βασικών παγκόσμιων τάσεων και πώς επηρεάζουν τους προμηθευτές / πελάτες.

Καθήκοντα : Προσδιορισμός βασικών κινδύνων και ελέγχων, σύσταση βελτιωμένων ελέγχων, εκτέλεση έργων ετοιμότητας ελέγχου και αναγνώριση και αξιολόγηση της διαμόρφωσης των ελέγχων στην αναφορά σχετικών επιχειρηματικών διαδικασιών καθώς και σε υποδομές πληροφορικής, ασφάλεια, διαχείριση αλλαγών, λειτουργίες.

Δεξιότητες και ικανότητες : Κίνδυνοι, διαδικασίες και έλεγχοι χρηματοοικονομικών αναφορών και τεχνολογίας πληροφοριών.



Γνωσιακός τομέας : Βασικές γνώσεις Διοίκησης Επιχειρήσεων/Διοίκησης, Προμηθειών και Logistics, Σχετική τεχνογνωσία μόδας.

Ενότητα : Ανάπτυξη και Εφαρμογή Πρακτικών Διαφάνειας Μόδας: Ανάπτυξη και εφαρμογή πρακτικών διαφάνειας, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης εργαλείων όπως ελέγχους, πιστοποιήσεις και συστήματα ιχνηλασιμότητας.

2. **Ανάγκες και προκλήσεις του TM :** Κίνδυνοι, διαδικασίες και έλεγχοι που σχετίζονται με τη χρηματοοικονομική αναφορά και τις προμήθειες.
Καθήκοντα : Διοίκηση και καθοδήγηση του προσωπικού καθώς εκτελεί αξιολογήσεις για την αξιολόγηση των ελέγχων, την ασφάλεια και την εκτέλεση διαδικασιών ελέγχου. Απλοποίηση πολύπλοκων διαδικασιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Συμβολή στη συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών.
Δεξιότητες και Ικανότητες : Μέτρηση Επιπτώσεων Αλυσίδας Αξίας με χρήση του δείκτη FT. Δυνατότητα απλοποίησης πολύπλοκων διαδικασιών της εφοδιαστικής αλυσίδας.
Τομείς γνώσης : Ιχνηλασιμότητα & Διαφάνεια, Ποιοτικός Έλεγχος / Έλεγχος + Διαχείριση αλλαγών.
Ανάγκες και προκλήσεις του TM : Κατανάλωση ενέργειας, Οικολογία.
Καθήκοντα : καθοδήγηση στην ανάπτυξη και εφαρμογή μιας συστηματικής προσέγγισης, Προστασία από επικίνδυνες χημικές ουσίες, για μόλυνση του πλανήτη, για παραμόρφωση του κλίματος από την παραγωγή ή τη γεωργία, προστασία για τα δικαιώματα των ζώων.
Δύο Ενότητες : Διαχείριση δεδομένων για Διαφάνεια Εφοδιαστικής Αλυσίδας Μόδας: Εκμάθηση συλλογής, ανάλυσης και αναφοράς δεδομένων και πληροφοριών που σχετίζονται με τη διαφάνεια της εφοδιαστικής αλυσίδας, συμπεριλαμβανομένων μετρήσεων βιωσιμότητας και δεικτών απόδοσης. **Συνεχής βελτίωση στη διαφάνεια και τη βιωσιμότητα της μόδας:** Ανάπτυξη μιας διαδικασίας για συνεχή βελτίωση της διαφάνειας και της βιωσιμότητας της εφοδιαστικής αλυσίδας, συμπεριλαμβανομένου του καθορισμού στόχων και της μέτρησης της προόδου.
3. **Ανάγκες και προκλήσεις του TM :** Προς βιώσιμες παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, σχέσεις με συνδικάτα, παγκόσμια vs τοπική παραγωγή.
Καθήκοντα : Παροχή πληροφοριών στο κοινό για την ενθάρρυνση της διαφάνειας και της λογοδοσίας, Δημιουργία βιώσιμων επιχειρηματικών συνεργασιών και δικτύων, επιμερισμός ευθύνης, πώς η εταιρεία διασφαλίζει ότι τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά παράπονα εργαζομένων και εργαζομένων συλλαμβάνονται και αντιμετωπίζονται, Καθοδήγηση στην παροχή εκπαίδευσης και συμβουλών σε εσωτερικά στελέχη και μέλη προμηθευτών σε πιο περίπλοκες υποθέσεις.
Δεξιότητες και ικανότητες : Εξωτερική και εσωτερική επικοινωνία σχετικά με τον



μετασχηματισμό, την εκπαίδευση, την επιρροή, την επικοινωνία όσων κάνετε στους καταναλωτές και στο κοινό.

Δύο Ενότητες : Επικοινωνίες διαφάνειας στη βιομηχανία της μόδας: Κατανόηση του τρόπου αποτελεσματικής επικοινωνίας των προσπάθειών διαφάνειας σε εσωτερικούς και εξωτερικούς ενδιαφερόμενους, συμπεριλαμβανομένων των πελατών, των επενδυτών και των ΜΚΟ. **Συνεργασία και Δικτύωση: Δημιουργία Σχέσεων για τη Διαφάνεια της Μόδας:** Δημιουργία σχέσεων και δικτύωσης με άλλους οργανισμούς και ομάδες του κλάδου για την ανταλλαγή γνώσεων και βέλτιστων πρακτικών.

4. **Καθήκοντα :** Διατήρηση της επίγνωσης του πρωτοκόλλου / πολιτικής για την ισότητα και τη διαφορετικότητα και εργασία για τη δημιουργία και τη διατήρηση ενός ασφαλούς και υποστηρικτικού περιβάλλοντος όπου όλοι οι άνθρωποι και η εργασία τους αντιμετωπίζονται με αξιοπρέπεια, δικαιοσύνη και σεβασμό. Συμμορφωθείτε με τους σχετικούς Κώδικες Δεοντολογίας, συμπεριλαμβανομένου του Κώδικα Δεοντολογίας και των πολιτικών που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια. Ελάχιστος μισθός διαβίωσης, Ισότητα των φύλων, Φυλετική ισότητα, Ίσες Ευκαιρίες, Ίσες αμοιβές.

Δεξιότητες και Ικανότητες : Γνώση του κώδικα δεοντολογίας και επιχειρηματικής συμπεριφοράς της εταιρείας, Ισχυρή ιδιοκτησία και λήψη αποφάσεων. Τομείς γνώσης: Γνώση του κώδικα δεοντολογίας και επιχειρηματικής συμπεριφοράς της εταιρείας, Οι κατευθυντήριες αρχές του ΟΗΕ για τις επιχειρήσεις και τα ανθρώπινα δικαιώματα ως πλαίσιο δράσης στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού κλωστοϋφαντουργίας.

Δύο Ενότητες : Εισαγωγή στη Διαφάνεια Εφοδιαστικής Αλυσίδας Μόδας: Κατανόηση της σημασίας της διαφάνειας στη βιομηχανία της μόδας, συμπεριλαμβανομένων των οφελών για τις εταιρείες, τους καταναλωτές και το περιβάλλον. **Οι κίνδυνοι και οι προκλήσεις της διαφάνειας της αλυσίδας εφοδιασμού μόδας:** Προσδιορισμός και διαχείριση κινδύνων και προκλήσεων που σχετίζονται με τη διαφάνεια της εφοδιαστικής αλυσίδας, όπως παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Κατανόηση των νομικών και κανονιστικών τάσεων και ενδεχόμενων απαιτήσεων που σχετίζονται με τη διαφάνεια της εφοδιαστικής αλυσίδας.

5. **Ανάγκες και προκλήσεις του ΤΜ :** Προμήθεια βιώσιμων και ανακυκλωμένων υλικών και ευθύνη για το τέλος της ζωής, συλλογή από τους καταναλωτές, διαχείριση απορριμμάτων, κυκλική μόδα, βιώσιμη συσκευασία, μεταχειρισμένες πρώτες ύλες, αναγεννητική γεωργία και παραγωγή.

Καθήκοντα : Βιώσιμη Μόδα: Από την παραγωγή στην Εναλλακτική Κατανάλωση,



Προσεγγίσεις Νέων Επιχειρήσεων και Διακυβέρνησης στη Βιώσιμη Μόδα:
Μαθαίνοντας από τους ειδικούς.

Δεξιότητες και ικανότητες : Κυκλικές πρωτοβουλίες.

Τρεις Ενότητες : Κατανόηση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας Μόδας: Μαθαίνοντας για την αλυσίδα εφοδιασμού της μόδας: ιστορία και γεωγραφία, διάφοροι τύποι και ο αντίκτυπός της στον πλανήτη μας. Καινοτομία εφοδιαστικής αλυσίδας: Μείνετε ενημερωμένοι με τις νέες τεχνολογίες και τάσεις στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. **Φάσεις Εφοδιαστικής Αλυσίδας Μόδας 1 και 2:** Εκμάθηση για τα διαφορετικά στάδια μιας αλυσίδας εφοδιασμού μόδας, συμπεριλαμβανομένων των πρώτων υλών και της προμήθειας. **Φάσεις Εφοδιαστικής Αλυσίδας Μόδας 3 και 4:** Εκμάθηση για τα διάφορα στάδια μιας αλυσίδας εφοδιασμού μόδας, συμπεριλαμβανομένης της κατασκευής και της διανομής.



4. Μεθοδολογική προσέγγιση

4.1. Εισαγωγή

Υπάρχουν τέσσερα κύρια χαρακτηριστικά στην ποιοτική έρευνα που έχουμε αντιμετωπίσει μέσω του ερευνητικού μας σχεδιασμού: έλεγχος, αναπαραγωγή, λειτουργικός ορισμός και έλεγχος υποθέσεων. Έλεγχος στο να καταλάβουμε ποιες είναι οι αιτίες των εξηγήσεών μας μέσω των παρατηρήσεών μας. Προσπαθούμε να καταλάβουμε την αιτία των διαφανών αλυσίδων εφοδιασμού και τη συμπεριφορά των διευθυντών / αξιωματικών σε αυτό το πλαίσιο. Ξεκινήσαμε την εξερεύνηση θέτοντας μια σειρά από ερευνητικά ερωτήματα σχετικά με το «πώς, τι, γιατί» και μέσω των πρώτων περιπτωσιολογικών μελετών και των συνεντεύξεων με τους συμμετέχοντες, αυτές οι ερωτήσεις εξαλείφθηκαν και περιορίστηκαν σε συγκεκριμένα θέματα. Δεύτερον, αντιμετωπίσαμε το ζήτημα της δυνατότητας αναπαραγωγής. Αν και διάφοροι ερευνητές θεωρούν ότι η αναπαραγωγή μελετών είναι είτε σημαντική είτε ασήμαντη. Μια άλλη αναπαραγωγή μιας μελέτης είναι μια άλλη μερική αλήθεια που προστίθεται στην έρευνα (Horseborough, 2003). Τρίτον, ο λειτουργικός ορισμός μπορεί να οριστεί ως στοιχεία που απαιτούν ένα σύνολο διαδικασιών για τη μέτρηση αυτών των στοιχείων. Εξετάσαμε τα ακόλουθα στοιχεία και τα περιγράψαμε ξεκάθαρα στην αφήγησή μας: ποιος είναι ο σκοπός της μελέτης μέσω αφηγηματικών δεδομένων; την επαγωγική προσέγγιση· ο σχηματισμός ερευνητικών προτάσεων· περιορισμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση πριν από τα ευρήματα. νατουραλιστικό σκηνικό? Η δειγματοληψία μας ήταν στοχευμένη για εις βάθος κατανόηση. Η μέτρηση έγινε μέσω της αφήγησης. Ο σχεδιασμός της έρευνάς μας ήταν ευέλικτος και ελάχιστης διαταραχής. συλλογή δεδομένων μέσω άτυπων συνεντεύξεων και συλλογής εγγράφων· ανάλυση δεδομένων μέσω αναλυτικής επαγωγής όσων ειπώθηκαν στις συνεντεύξεις. Τέλος, η ερμηνεία των δεδομένων είναι εικαστική και εξετάζεται σε συνεχή βάση (Morgan, 2007). Τόσο τα πρωτογενή όσο και τα δευτερεύοντα δεδομένα υπήρξαν οι πηγές της εμπειρικής μας μελέτης: τα πρωτογενή δεδομένα συλλέχθηκαν από ερωτηματολόγια συνεντεύξεων, παρατήρησης, συνομιλίας και αυτοδιαχείρισης. Ενώ τα δευτερεύοντα δεδομένα προέρχονταν από πολλές πηγές και με πολλές μορφές κυρίως από την ΕΕ, και τις ελληνικές κεντρικές και τοπικές αρχές με τη μορφή εκθέσεων, έρευνας, νομοθεσίας, εκθέσεων αξιολόγησης, εκθέσεων στρατηγικής, ειδικών προγραμμάτων, προσφορών δημοσίων συμβάσεων, οργανωτικών εκθέσεων από την περίπτωση μας εταιρείες, ιστοσελίδες και άλλα.

Οι προσεγγίσεις μικτών μεθόδων χρησιμοποιήθηκαν από την πλειοψηφία των ερευνητών σε μελέτες επιχειρήσεων και διαχείρισης. Η μεθοδολογία τους δείχνει ότι τα δεδομένα συλλέχθηκαν σε πολλαπλούς γύρους συλλογής δεδομένων και από ποικίλες πηγές: παρατήρηση από συμμετέχοντες, ανάκτηση αρχειακών δεδομένων, εις βάθος συνεντεύξεις και μελέτες περιπτώσεων. Ο σχεδιασμός μεικτής μεθόδου επιτρέπει σε κάθε μεθοδολογία να στοχεύει διαφορετικές προοπτικές σχετικά με τον στόχο της

μελέτης, αντιμετωπίζοντας έτσι διαφορετικές έρευνες. Όπως μπορεί να υποστηριχθεί, μία από τις διαφορές μεταξύ του ρεαλισμού και του πραγματισμού είναι ότι ο πρώτος αναζητά τη λογική του γιατί τα πράγματα είναι όπως είναι, ενώ ο δεύτερος αποδέχεται τα πράγματα όπως είναι και τα εξετάζει. Η χρήση ενός μείγματος μεθόδων βοηθά διασφαλίζοντας ότι οι αδυναμίες και τα τυφλά σημεία μιας προσέγγισης αντισταθμίζονται από τα δυνατά σημεία μιας ή περισσότερων άλλων προσεγγίσεων (Saunders et al, 2009). Η εμπιστοσύνη στα συμπεράσματα είναι μεγαλύτερη όταν διαφορετικές προσεγγίσεις έχουν παράγει παρόμοια αποτελέσματα. Η χρήση του σχεδιασμού μικτής έρευνας μας είναι μια πιο ρεαλιστική προσέγγιση ανάλογα με το πρόβλημα που ερευνούμε, τις δεξιότητες, τις προτιμήσεις και τους διαθέσιμους πόρους μας (Curran και Blackburn, 2001). Ο επιστημολογικός και μεθοδολογικός πλουραλισμός είναι μια λύση στη συζήτηση μεταξύ των δύο ερευνητικών παραδειγμάτων για πολλούς ερευνητές μικρών επιχειρήσεων. Δεν είμαστε απλώς ωμή ανάμειξη δύο, αντίθετα η κατασκευή ερμηνειών και εξηγήσεων που συνδυάζουν τα αποτελέσματα των δύο παραδειγμάτων είναι πιο δύσκολη από ό,τι όταν χρησιμοποιείται ένα μόνο παράδειγμα. Προτείνουμε τη χρήση ποιοτικών μεθόδων για τη διερεύνηση του νοήματος και στη συνέχεια την επιβεβαίωση ή την επικύρωση των ευρημάτων με μια ποσοτική μελέτη (Crotty, 1998; Curran and Blackburn, 2001; Saunders et al, 2009).

4.2. Διεξαγωγή Ποιοτικής Έρευνας

Οι συνεντεύξεις είναι πιο αποτελεσματικές όταν αντλούνται σχεσιακά δεδομένα, καθώς συμβάλλουν στη δημιουργία εμπιστοσύνης (Sloane and O'Reilly, 2013). Οι συνεντεύξεις αυξήθηκαν σε εστίαση και βάθος κατά την περίοδο λόγω της διαδραστικής και αθροιστικής φύσης της εργασίας πεδίου.

Σε όλη τη φάση της συνέντευξης χρησιμοποιήσαμε μια στρατηγική σύγκρισης για να κάνουμε σύγκριση μεταξύ των πληροφοριοδοτών και να εντοπίσουμε βασικά σημεία συνέργειας ή αντίθεσης. Καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας βελτιώσαμε τα αναδυόμενα θέματα και ζητήσαμε από τους ερωτηθέντες να σχολιάσουν αυτά τα νέα θέματα. Έτσι, τα ερωτήματα που θέσαμε εξελίσσονταν με την πάροδο του χρόνου ακολουθώντας ένα πρωτόκολλο που αναπτύσσονταν παράλληλα με το ερευνητικό έργο. Η χρήση εξωτερικών συμμετεχόντων από τους οποίους ζητήθηκε να δηλώσουν τι ήξεραν για συγκεκριμένες επιχειρήσεις και πρακτικές δικτύου και την αποτελεσματικότητα και να μας παραπέμπουν σε άλλους επιχειρηματίες μείωσε την πιθανή μεροληψία των ερωτηθέντων και μας επέτρεψε να αντλήσουμε περισσότερο νόημα από τα δεδομένα. Επίσης, για να αποφευχθεί η μεροληψία, εξασφαλίσαμε την ανωνυμία και ότι η χρήση αυτών των δεδομένων ήταν αυστηρά για ακαδημαϊκή χρήση και δεν θα διανεμόταν στις ελληνικές αρχές. Παράλληλα με αυτό συλλέγαμε διάφορους τύπους δευτερογενών

δεδομένων, όπως διαδικτυακές εκθέσεις, στρατηγικά σχέδια αρχής, ερευνητικές εκθέσεις και μελέτες αξιολόγησης, ιστορικές εκθέσεις, νομικά και πολιτικά έγγραφα. Αυτό μας παρείχε έντυπο υλικό των παρεμβάσεων και πολιτικών του θεσμικού πλαισίου. Έτσι, ο τριγωνισμός επιτεύχθηκε για να αποδοθεί αξιοπιστία στα δεδομένα μας και να επικυρωθούν τα ευρήματά μας (Yin, 2008). Η διαδικασία που ακολουθήσαμε κατά τη διεξαγωγή της εμπειρικής μας μελέτης, η οποία είναι γνωστή ως αναλυτική επαγωγή, αναφέρεται επίσης σε παρόμοιες ερευνητικές μελέτες (Battilana and Dorado, 2010; Mair, Battilana and Cardens 2012; Sharir and Lerner, 2006).

Δημιουργήσαμε ένα ερευνητικό πρωτόκολλο και ένα πρότυπο προσέγγισης υποθέσεων (βλ. Παράρτημα I).

Στη συνέχεια δημιουργήσαμε το Ερωτηματολόγιο Συνέντευξής μας με βάση τη λειτουργικότητα του Δείκτη Διαφάνειας Μόδας.

4.3. Μεθοδολογία Ποσοτικής Έρευνας

Ακολουθώντας το πρωτόκολλο «προσαρμοσμένου σχεδιασμού» (Dillman, 1978, 2007) αναπτύξαμε το αυτοδιαχειριζόμενο ερωτηματολόγιο (βλ. Παράρτημα Α) (Tomaskovic-Devey et al, 1994). Κατά τη διαμόρφωση των ερωτήσεων αντιμετωπίσαμε ζητήματα αναζήτησης πληροφοριών, δομής και διατύπωσης ερωτήσεων (Jankowicz, 2000). Συμπεριλάβαμε κυρίως ερωτήσεις κλειστού τύπου με διατεταγμένες επιλογές που επιτρέπουν επιλογές ανοιχτού τύπου και στην τελική ενότητα προσθέσαμε μερικές ερωτήσεις ανοιχτού τύπου που απαντήθηκαν μόνο από λίγους ερωτηθέντες (βλ. Παράρτημα για το πλήρες ερωτηματολόγιο). Πάντα προσφέραμε μια παρόμοια επιλογή με το «άλλος, δεν ξέρω». Σύμφωνα με υπάρχουσες έρευνες για κοινωνικούς κανόνες και συμμαχίες, χρησιμοποιήσαμε κλίμακες Likert 5 σημείων (Brown et al, 2000; Dong-Jin, 1997; Kaufmann and Dant, 1992; Mavondo and Rodrigo, 2001; Mollering, 2003; Morgan and Hunt, 1994; Rotter, 1967; Whipple and Gentry, 2000). Χρησιμοποιήσαμε τόσο τη συμπεριφορικά αγκυρωμένη κλίμακα αξιολόγησης (BARS) - η μεταβλητή αξιολογείται κατά μήκος μιας κλίμακας με σαφώς καθορισμένα σημεία κλίμακας που περιέχει παραδείγματα συγκεκριμένων συμπεριφορών - όσο και την κλίμακα παρατήρησης συμπεριφοράς (BOS) - η μεταβλητή αξιολογείται ως προς τη συχνότητα με ποιες συγκεκριμένες συμπεριφορές εκτελούνται (DeCotiis, 1977).

Για να αποκτήσουμε εγκυρότητα, διαμορφώσαμε τη λειτουργικοποίησή μας με βάση προηγούμενες ερευνητικές μελέτες (Dubin, 1978) μέσω προσαρμογής κλιμάκων ή άμεσης εφαρμογής. αυτή ήταν επίσης η πρακτική της προηγούμενης έρευνας (Mavondo και Rodrigo, 2001). Δεδομένου ότι η μελέτη μας ήταν πιλοτική, χρησιμοποιήσαμε διαφορετικές κλίμακες πολλαπλών στοιχείων για τις ίδιες μεταβλητές για να ελέγξουμε

τη σημασία τους. Για να ελεγχθεί ο βαθμός στον οποίο ένα εννοιολογικό μοντέλο είναι εμπειρικά έγκυρο, πρέπει να εκτελεστούν έρευνες έρευνας με τρόπο που να προσδιορίζει την ακρίβειά του. Συμπεριλήφθηκαν επίσης μεταβλητές ελέγχου (Gulati, 1995b).

4.4. Πρωτόκολλο έρευνας και κατευθυντήριες γραμμές για την προσέγγιση υποθέσεων

Καθώς κάθε εταίρος μπορεί να μην έχει εμπειρία σε μεθόδους επιστημονικής έρευνας, ετοιμάσαμε τις ερωτήσεις που θα μας βοηθήσουν όλους να λάβουμε λεπτομερείς πληροφορίες που χρησιμοποιούμε στην περιγραφή της «βέλτιστης πρακτικής».

Οι συνεργάτες θα πραγματοποιήσουν συνεντεύξεις με τουλάχιστον 10 οργανισμούς που θα επιλεγούν από 10 σύντομες περιπτώσεις.

Για την επιλογή οργανισμών και ερωτηθέντων εντός οργανισμών, ανατρέξτε στο κεφάλαιο 5. Σχεδιασμός δειγματοληψίας.

Εύρεση θυρωρών. Δεν είναι εύκολο να αποκτήσετε πρόσβαση σε εταιρείες, ίσως χρειαστεί να επικοινωνήσετε πρώτα με τα τμήματα ΕΚΕ ή δημοσίων σχέσεων αυτών των εταιρειών. Μπορεί επίσης να χρειαστεί να χρησιμοποιήσετε αναφορές σε αυτές τις εταιρείες.

Συνιστάται η ηχογράφηση της συνέντευξης – οι προσφορές θα είναι απαραίτητες στην εθνική σας έκθεση.

Τρόπος συγκέντρωσης πρωτογενών δεδομένων:

- Συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο παρακαλούμε κλείστε ραντεβού με τους εκπροσώπους του οργανισμού διάρκειας συνέντευξης 1 έως 2 ώρες.
- Παρατήρηση, περάστε μια μέρα παρατηρώντας την οργάνωση.
- Συγκεντρώστε φωτογραφίες και βίντεο από τον οργανισμό της υπόθεσής σας.
- Δευτερεύοντα δεδομένα, συλλέξτε και αναλύστε δευτερεύοντα δεδομένα από τους οργανισμούς της περίπτωσης σας, όπως ιστότοπους, οργανωτικές αναφορές κ.λπ.

Η αναφορά θα πρέπει να παραδοθεί μέσω των κοινοποιημένων ερωτηματολογίων.

4.5. Λειτουργία μεταβλητών

Το ερωτηματολόγιο της έρευνάς μας σχεδιάστηκε κυρίως με βάση τη λειτουργικότητα των μεταβλητών μας, αυτές είναι οι επιχειρηματικές δεξιότητες που έχουν ήδη προσδιοριστεί. Αυτές οι δεξιότητες υλοποιήθηκαν χρησιμοποιώντας υπάρχουσες κλίμακες από τη βιβλιογραφία. Αποφασίσαμε να χρησιμοποιήσουμε κλίμακες τύπου likert τριών σημείων για να έχουμε πιο ισχυρά αποτελέσματα με την επιλογή μιας τέταρτης επιλογής ΝΑ την οποία δεν μετρήσαμε.

Άλλα θέματα που θέλαμε να ερευνήσουμε, όπως οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες της μόδας, εμπόδια στην απασχόληση ατόμων από μειονεκτούσες ομάδες· προτιμώμενες μεθόδους για εκπαίδευση και άλλες έχουν σχεδιαστεί χρησιμοποιώντας μορφές κατάταξης. Θα χρησιμοποιηθούν για περιγραφική ανάλυση και δεν θα συμπεριληφθούν σε καμία ανάλυση παλινδρόμησης και συσχέτισης.

4.6. Κατασκευή του Ερωτηματολογίου

Τα επόμενα θέματα σύμφωνα με την «προσαρμοσμένη μέθοδο» (1978, 2007) που εξετάσαμε κατά τη δημιουργία του ερωτηματολογίου μας ήταν:

Η διατύπωση της ερώτησης. Διατυπώσαμε τις ερωτήσεις μας έτσι ώστε να γίνουν ομοιόμορφα κατανοητές. όχι ασαφής? για να αποφευχθεί η μεροληψία? για να αποφευχθούν υποθετικές ερωτήσεις. διπλές ερωτήσεις ή πολύ απαιτητικές ερωτήσεις (Rotter, 1967). Χρησιμοποιήσαμε οδηγίες και ετικέτες σε διαφορετικά χρώματα. Αναφορικά με τη μετάφραση χρησιμοποιήσαμε μόνο αγγλικά. Όπως επισημαίνει ο Dillman (1978), η συνολική επίδραση του ερωτηματολογίου είναι πολύ σημαντική γιατί ενισχύει τα κίνητρα των ερωτηθέντων. Η χρήση της πλατφόρμας πιθήκων έρευνας μάς βοήθησε να δημιουργήσουμε ερωτηματολόγια φιλικά προς τους απαντητές (Dillman, 2007; Robson, 2002), εύκολα στη συμπλήρωση, με απλότητα σχεδιασμού και δομημένα με τρόπο που να μεγιστοποιεί τη συνεργασία. Προτείνεται επίσης η χρήση έγχρωμων σελίδων, διαφορετικών χρωμάτων για οδηγίες. Το πρωτοσέλιδο είχε μόνο τη συνοδευτική μας επιστολή. Οι πρώτες ερωτήσεις ήταν εύκολο να απαντηθούν. βάζουμε πρώτα τα πιο σημαντικά και χρήσιμα. Βάζουμε τις πιο δύσκολες ερωτήσεις στη μέση. Ομαδοποιούμε επίσης ερωτήσεις που έχουν παρόμοιο περιεχόμενο. Στη συνέχεια τα ομαδοποιούμε σύμφωνα με τις μορφές απαντήσεων, δημιουργούμε επίσης μια αίσθηση λογικής ροής και συνέχειας στο ερωτηματολόγιο. Στο τέλος τοποθετήθηκαν δημογραφικές ερωτήσεις. Συμπεριλάβαμε μεταβάσεις στις επόμενες ενότητες.

Εξετάστηκε επίσης το θέμα της παροχής «Κοινωνικής Ανταλλαγής» μέσω ανταμοιβών, για την αποφυγή κόστους για τους ερωτηθέντες και την οικοδόμηση εμπιστοσύνης. Παρέχαμε ως απτή ανταμοιβή μια δωρεάν χορηγία στους ερωτηθέντες για να παρακολουθήσουν τα εκπαιδευτικά μας μαθήματα. Τους εκφράσαμε επίσης τη σημασία τους για το ότι η έρευνα αποτελεί μέρος ενός προσεκτικά επιλεγμένου δείγματος. με τη χρήση τεχνικών εξατομίκευσης που επιτρέπονται μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας· εκφράσαμε επί λέξει την εκτίμηση και ζητήσαμε τη γνώμη τους. τονισμένες μελέτες κοινωνική χρησιμότητα? Τέλος, προσφέρθηκαν και άλλες απτές ανταμοιβές προσφέροντάς τους τη δυνατότητα να επιλέξουν να λάβουν αποτελέσματα. Για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης παρέχουμε το λογότυπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Προ-δοκιμή

Πραγματοποιήσαμε μια προκαταρκτική δοκιμή σε ακαδημαϊκούς και ερευνητές από διαφορετικούς τομείς, συμπεριλαμβανομένης της ψυχολογίας, της οικονομίας, των επιχειρήσεων και της μόδας. Συμπεριλάβαμε επίσης επαγγελματίες της μόδας. Έγιναν μερικά πολύ σημαντικά σημεία τα οποία ενσωματώθηκαν όλα, όπως η αλλαγή της διατύπωσης και της ορολογίας. Όπως ήδη αναφέρθηκε, οι ανοιχτές ερωτήσεις σπάνια απαντήθηκαν, αλλά αυτός ο περιορισμός αντιμετωπίστηκε μέσω της προσωπικής μας ποιοτικής έρευνας.



5. Σχεδιασμός Δειγματοληψίας

5.1. Εισαγωγή

Στην ποιοτική έρευνα χρησιμοποιήσαμε μια τεχνική σκόπιμης δειγματοληψίας. Ως εκ τούτου, επιδιώκουμε να έχουμε πλούτο στα δεδομένα μας και έτσι το δείγμα στρατολογείται σκόπιμα (σκόπιμη δειγματοληψία) αντί για τυχαία, κάτι που ήταν ο στόχος αυτής της ποιοτικής έρευνας (Teddlie and Tashakkori, 2006). Ο λόγος ήταν για να μπορέσουν οι επιχειρηματίες να πάρουν συγκεκριμένες συνεντεύξεις. Μέσω της τεχνικής δειγματοληψίας βασικών πληροφοριοδοτών στοχεύσαμε τις μονάδες μας. Κατά την επιλογή των ερωτηθέντων εντός δειγματοληπτικών μονάδων τόσο σε ποσοτικές όσο και σε ποιοτικές μελέτες, στοχεύσαμε μέσω της στοχευμένης τεχνικής των βασικών πληροφοριοδοτών τους ιδρυτές και συνιδρυτές των επιχειρήσεων, τους σχεδιαστές και τους συνεργάτες, τους υπαλλήλους και τους διευθυντές. γιατί αυτοί οι άνθρωποι έχουν τη βαθύτερη γνώση των θεμάτων που διερευνούμε. Τα ζητήματα με τη μη πιθανή δειγματοληψία είναι ότι: τα ευρήματα μπορούν να γενικευθούν μόνο στον πληθυσμό από τον οποίο ελήφθη το δείγμα, τα ευρήματα μπορεί να είναι συγκεκριμένα για τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού, τα ευρήματα μπορεί να είναι συγκεκριμένα για την τοποθεσία και τα ευρήματα μπορεί να είναι χρονικά συγκεκριμένα. Οι πηγές σφαλμάτων στις τεχνικές έρευνας είναι: σφάλμα δειγματοληψίας, σφάλμα που σχετίζεται με δειγματοληψία, σφάλμα συλλογής δεδομένων και σφάλμα επεξεργασίας δεδομένων. Υπάρχει επίσης το σφάλμα πλαισίου δειγματοληψίας, το σφάλμα τυχαίας δειγματοληψίας και το σφάλμα μη απόκρισης. Όλα αυτά εξετάστηκαν στην προηγούμενη ενότητα σχετικά με τα σφάλματα και τους περιορισμούς.

Χρησιμοποιώντας μια ποικιλία διαδικτυακών πόρων και συνομιλιών με βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς με βιώσιμο τρόπο, εντοπίσαμε 10 περιπτώσεις σε καθεμία από τις πέντε χώρες. Οι κανόνες για τη θεωρητική δειγματοληψία (Glaser & Strauss 1967) μας οδήγησαν να επιλέξουμε δύο περιπτώσεις ανά χώρα που οδηγούσαν σε 50 συνολικά περιπτώσεις που έδειξαν ποικιλία ως προς το είδος των δραστηριοτήτων και τις ομάδες-στόχους. Πραγματοποιήσαμε μια ελάχιστη συνέντευξη τόνου με υπαλλήλους προμηθειών σε κάθε επιχείρηση. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν μέσω ερωτηματολογίων στην αγγλική γλώσσα. Ως μέρος του πλαισίου, και συμπληρωματικά της έρευνας, εντοπίστηκε ένα σύνολο περιπτώσιολογικών μελετών, με στόχο την απόκτηση πιο εις βάθος εικόνας για τις διαδικασίες συν-δημιουργίας και συνεργασίας των διαδικασιών διαχείρισης της αλυσίδας εφοδιασμού μόδας.

Τα κριτήρια για την επιλογή των περιπτώσιολογικών μελετών ήταν ότι έπρεπε να περιλαμβάνουν όλα τα παρακάτω στοιχεία για να επιλέξουν εκείνους τους οργανισμούς που είναι βέλτιστες πρακτικές και έχουν τα στοιχεία:



- μια διαδικασία δέουσας επιμέλειας για τη διαχείριση των εταίρων ή/και των υπεργολάβων ή/και των δραστηριοτήτων προμηθειών τους στις αλυσίδες εφοδιασμού.
- οργανισμοί που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της μόδας (μάρκες, σχεδιαστές, έμποροι λιανικής, ηλεκτρονικά καταστήματα) ή άλλοι παρόμοιοι μεγάλοι λιανοπωλητές στις βιομηχανίες επίπλων, ειδών σπιτιού, καλλυντικών.
- Ακολουθεί μια λίστα με τους 250 λιανοπωλητές που σημειώνουν υψηλή βαθμολογία στον δείκτη FTI που δημοσιεύτηκε στις 14 Ιουλίου 2022 <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> οι εταιρείες που θα σημειώσουν υψηλή βαθμολογία θα έχουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον να συμμετάσχουν σε αυτό έρευνα
- Βεβαιωθείτε ότι επιλέγετε εταιρείες και ερωτηθέντες/συνεντευξιαζόμενους που διαθέτουν τις απαραίτητες πληροφορίες για να λάβετε αξιόπιστες, αξιόπιστες και γενικεύσιμες απαντήσεις. Διαφορετικά κινδυνεύουμε να συλλέξουμε ανεπαρκή δεδομένα και να δημιουργήσουμε ένα εκπαιδευτικό υλικό χαμηλής ποιότητας.
- Εάν δεν μπορείτε να φτάσετε σε 10 περιπτώσεις, επικοινωνήστε μαζί μας για να σας υποστηρίξουμε. Μπορείτε να προχωρήσετε πέρα από την πόλη, την περιοχή και τη χώρα σας για τη συλλογή δεδομένων. Μπορείτε ακόμη και να συλλέξετε δεδομένα από μια διεθνή εταιρεία, εκτός ΕΕ, εάν είναι το καλύτερο παράδειγμα.

Αναπτύχθηκε ένα πρότυπο για την πραγματοποίηση της πρώτης συνομιλίας με τις επιλεγμένες περιπτώσιολογικές μελέτες και σχεδιάστηκε ένα ερευνητικό πρωτόκολλο, το οποίο ανακαλούσε τη διαδικασία και τα περιστατικά που έλαβαν χώρα κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων με ενδιαφερόμενα μέρη από τις επιλεγμένες περιπτώσιολογικές μελέτες.

Επιλογή ερωτηθέντων στον οργανισμό: Επιλέξτε τα άτομα από την εταιρεία που έχουν τις γνώσεις για να απαντήσουν στις ερευνητικές μας ερωτήσεις. Υπάρχουν:

- Υπάλληλοι προμηθειών
- Αξιωματούχοι διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας
- Αγοραστές

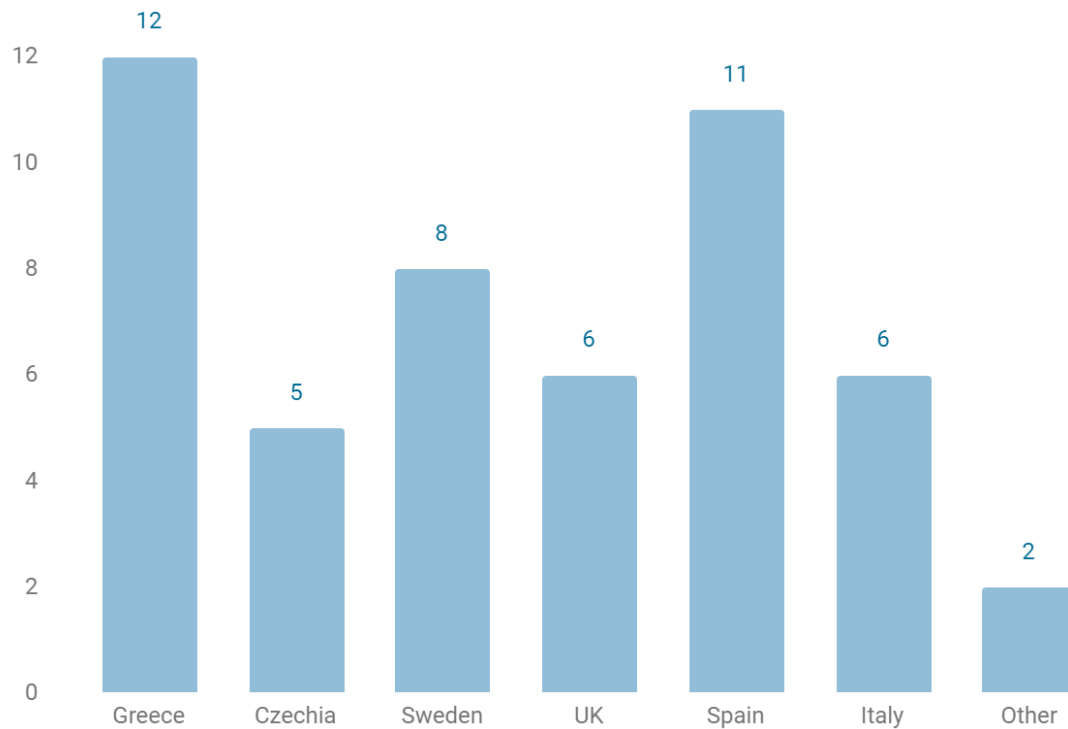
Εκτός από την ημερομηνία αναφοράς στον τόπο, την ημερομηνία, τον συνεντευκτή, τον ερωτώμενο και εάν πραγματοποιήθηκε η ηχογράφηση, το πρωτόκολλο ζητούσε από τον ερευνητή να περιγράψει τη διαδικασία της συνέντευξης χρησιμοποιώντας τις ακόλουθες πτυχές:



- Ατμόσφαιρα συνομιλίας: Τοποθεσία, συναίσθημα, συμπεριφορά του συνεντευξιαζόμενου.
- Ψυχική κατάσταση: Συνεντευκτής, συνεντευξιαζόμενος.
- Σχέση: Σχέση μεταξύ επικοινωνιακών.
- Πρόοδος συνομιλίας: Δυναμική εξέλιξης ολόκληρης της συνέντευξης.
- Αλληλεπιδράσεις: Συγκεκριμένα φαινόμενα μεταξύ των επικοινωνούντων.
- Ειδικά χαρακτηριστικά: Γενικής φύσης.
- Αξιοσημείωτα θέματα: Αγνοήθηκαν ή επισημάνθηκαν θέματα που σχετίζονται με ερευνητικά ερωτήματα και όχι μόνο.
- Παρεμβάσεις: Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης.

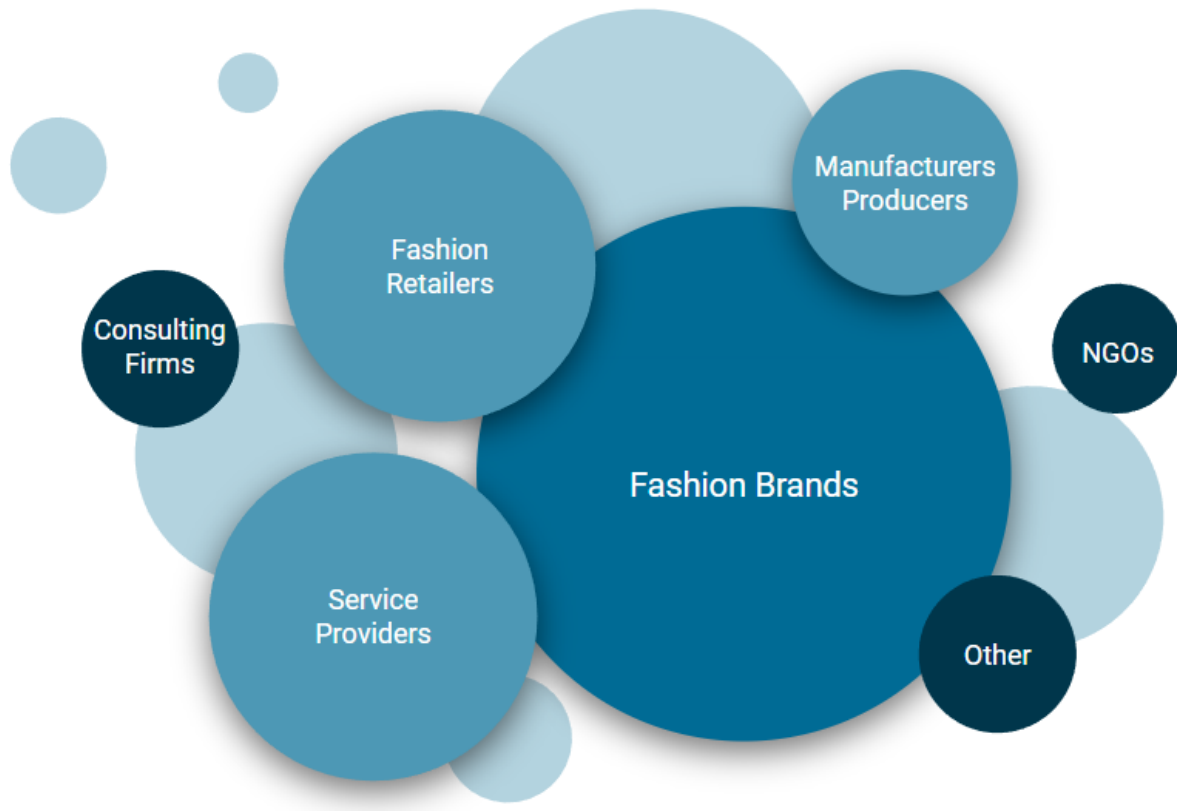
5.2. Γεωγραφική Αναπαράσταση

Κάθε συνεργαζόμενος οργανισμός χρησιμοποίησε τις συνδέσεις και το δίκτυό του στον τομέα της μόδας, από ΜΜΕ έως μεγάλες εταιρείες, για να δημιουργήσει μια λίστα με πιθανές εταιρείες και άτομα για συνέντευξη. Οι ερωτηθέντες επιλέχθηκαν από όλες τις χώρες εταίρους και άλλες χώρες όπου έχουν παρουσία οι εταίροι.



5.3. Τύπος οργανισμού

Προκειμένου να κατανοήσουν τα ευρύτερα ζητήματα που επηρεάζουν ολόκληρο τον κλάδο, οι συνεργάτες συμβουλευτήκαν ένα ευρύ φάσμα οργανισμών στη βιομηχανία της μόδας.





6. Συζήτηση και Ανάλυση Πρωτογενών Δεδομένων

6.1. Εισαγωγή

Η ανάλυση δεδομένων διεξήχθη σε στάδια που μας βοήθησαν να πηγαίνουμε πέρα δώθε και να αποφύγουμε την πρόωρη αναλυτική μεροληψία.

Πρώτον, στο πρώτο στάδιο παρουσιάσαμε μια αφηγηματική περιγραφή των ευρημάτων μας παραγγέλνοντας πρώτη ύλη ανά κοινωνική μονάδα, περιλάμβανε εισαγωγικά. Για να τεκμηριώσουμε την κατανόησή μας, ελέγξαμε τους λογαριασμούς με ερευνητές από την ομάδα των ηγετών κοινής γνώμης. Χρησιμοποιήσαμε δεδομένα από αυτές τις ομάδες και από μια αρχειακή ανάλυση για να υποστηρίξουμε και να εξισορροπήσουμε αυτά τα ευρήματα. Στην αρχή προσπαθήσαμε να αναγνωρίσουμε μοτίβα μετρώντας τη συχνότητα των λέξεων και των φράσεων σε σύνολα δεδομένων για να δούμε τυχόν επαναλαμβανόμενες ιδέες και θέματα.

Δεύτερον, στο δεύτερο στάδιο, εντοπίσαμε θέματα και τα κωδικοποιήσαμε. Χρησιμοποιώντας την ανάλυση περιεχομένου δημιουργήσαμε κατηγορίες (μεταβλητές) των κατασκευών μας, δεν χρησιμοποιήσαμε καμία υπάρχουσα κατηγοριοποίηση από άλλες έρευνες, επιτρέποντας έτσι την εμφάνιση κατηγοριών από τα δεδομένα μας. Αυτή η επαγωγική ανοιχτή προσέγγιση κωδικοποίησης είναι κατάλληλη για την οικοδόμηση θεωρίας. Αυτοί οι κωδικοί ονομάζονται κωδικοί πρώτης τάξης (Battilana and Dorado, 2010; Mair, Battilana and Cardens, 2012; Sharir και Lerner, 2006). Αυτοί οι κωδικοί ασχολούνται με την αποθήκευση, την επισήμανση και την ανάκτηση των δεδομένων. Χρησιμοποιήσαμε εμφανίσεις δεδομένων για να μας διευκολύνουν μέσω γραφημάτων, διαγραμμάτων και σχεδίων. Οι κατηγορίες που εμφανίσαμε αποτελούνται από τα δεδομένα, τα κωδικοποιημένα δεδομένα και τους αναθεωρημένους κωδικούς. Το σχήμα κωδικοποίησης μας δημιούργησε έναν χάρτη. Το σχέδιό μας περιελάμβανε μια κατηγοριοποίηση διαφόρων σφαιρών που προέκυψαν, οι οποίοι ήταν επίσημοι θεσμοί, κοινωνικοί θεσμοί, οργανωτικό πλαίσιο και ατομικό πλαίσιο. Περιλάμβανε περιγραφές, ετικέτες με τα λόγια των ίδιων των συνεντευξιαζόμενων και σχέσεις. Κατά την κατασκευή κωδίκων θέσαμε τις ερωτήσεις που αναφέραμε παραπάνω.

Το πρώτο στάδιο είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία κωδικών για μεμονωμένες κατηγορίες προφίλ, κατηγορίες μοντέλων κοινωνικής καινοτομίας, κατηγορίες παρεμβάσεων επίσημων ιδρυμάτων και κατηγορίες ενσωμάτωσης δικτύου. Μας ενδιέφερε να δούμε πού παρεμποδίζουν αυτές οι κατηγορίες και τους δεσμούς που δημιουργούνται μεταξύ των διαφόρων σφαιρών εντός των οποίων αλληλεπιδρούν οι ηθοποιοί. Στη συνέχεια, στο τρίτο στάδιο συνεχίσαμε να συλλέγουμε δεδομένα και να συγκρίνουμε με υπάρχοντες κώδικες και κατηγορίες για να εντοπίσουμε ομοιότητες και αντιθέσεις, σχέσεις και μοτίβα. Τυχόν νέοι κωδικοί που προέκυψαν ομαδοποιήθηκαν

γύρω από τις σφαίρες που είχαμε εντοπίσει. Οι κώδικες ομαδοποιήθηκαν σε ευρύτερους κώδικες ή αναμορφώθηκαν. Εξετάσαμε τους κώδικες και τους κατηγοριοποιήσαμε σε ευρύτερους κώδικες (χρησιμοποιώντας λέξεις από τους ερωτηθέντες) και όταν οι κώδικες φαινόταν παρόμοιοι, τους ομαδοποιήσαμε σε ένα κωδικοποιητικό όνομα. Αυτή η διαδικασία ονομάζεται αξονική κωδικοποίηση (Mair, Marti και Ventresca, 2012· Pratt, Rockmann και Kaufmann, 2006). Η χρήση πινάκων και πινάκων για τη σύγκριση προτύπων σε όλες τις περιπτώσεις είναι μια κοινή μέθοδος που χρησιμοποιείται στην ποιοτική ανάλυση δεδομένων (Alvord et al, 2004). Σε μεταγενέστερο στάδιο πήγαμε στην υπάρχουσα θεωρία για να συγκρίνουμε τα αναδυόμενα θέματα των ευρημάτων μας με άλλα ερευνητικά ευρήματα.

Το τελικό στάδιο ήταν η επιβεβαίωση αυτών των εκλεπτυσμένων θεμάτων και σχέσεων με το ευρύτερο σύνολο δεδομένων που είχαμε συγκεντρώσει μέσω όλων των μεθόδων έρευνάς μας. Τα αποτελέσματα αυτής της διαδικασίας παρουσιάζονται στη διατύπωση προτάσεων. Το γεγονός ότι αυτές οι προτάσεις είναι κοινές σε όλες τις περιπτώσεις ενισχύει την αληθοφάνειά τους (Alvord et al, 2004). Πραγματοποιήθηκε ανάλυση περιεχομένου στα δευτερεύοντα δεδομένα και οι αναφορές που συγκεντρώσαμε μέσω της μεθόδου της αρχειακής έρευνας έγιναν συγκρίσεις με τα πρωτογενή δεδομένα και άλλες μελέτες (Sharir and Lerner, 2006).

Η κωδικοποίηση πρώτου επιπέδου έγινε σε επίπεδο χώρας και στη συνέχεια το δεύτερο επίπεδο και οι κατηγορίες προέκυψαν από τη συγκεντρωτική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε από την WLY & Fashion Revolution Τσεχική Δημοκρατία.

6.2. Ανάλυση των απαντήσεων

Η μεθοδολογία μας για την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν από τους 50 οργανισμούς στη βιομηχανία της μόδας επικεντρώθηκε σε μια ολοκληρωμένη ανασκόπηση των απαντήσεων. Αυτή η διαδικασία περιλάμβανε πολλά βασικά βήματα:

6.2.1. Ανασκόπηση Ερωτηματολογίων/Συνεντεύξεων

Ξεκινήσαμε εξετάζοντας σχολαστικά τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν και τα ερωτηματολόγια που υποβλήθηκαν από τους συμμετέχοντες οργανισμούς. Αυτά τα ερωτηματολόγια περιλάμβαναν ερωτήσεις τόσο βασισμένες στη βαθμολογία όσο και ανοιχτού τύπου. Τα ερωτηματολόγια προστίθενται ως παραρτήματα στο τέλος αυτής της έκθεσης.

6.2.2. Ανάλυση ερωτήσεων αξιολόγησης

Για ερωτήσεις που βασίζονται σε αξιολογήσεις, πραγματοποιήσαμε μια εις βάθος αξιολόγηση των απαντήσεων. Αυτή η ανάλυση περιλάμβανε τη σύνοψη του αριθμού των απαντήσεων που εμπίπτουν σε διαφορετικές κατηγορίες αξιολόγησης. Όπου ισχύει, συμπληρώσαμε αυτήν την ποσοτική ανάλυση με τις δικές μας ποιοτικές γνώσεις για να παρέχουμε μια πλουσιότερη κατανόηση των αποτελεσμάτων.

6.2.3. Εξέταση ερωτήσεων ανοιχτού τύπου

Οι ερωτήσεις ανοιχτού τύπου αναλύθηκαν διεξοδικά. Πραγματοποιήσαμε μια διεξοδική ανασκόπηση όλων των παρεχόμενων απαντήσεων, με στόχο να εντοπίσουμε κοινά σημεία και μοτίβα μέσα στις απαντήσεις. Αυτή η διαδικασία μας επέτρεψε να εξαγάγουμε βασικά συμπεράσματα για κάθε ερώτηση ανοιχτού τύπου.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, συγκεκριμένα σημεία αναφέρθηκαν μόνο από έναν οργανισμό. Ωστόσο, θεωρήσαμε ότι ήταν ακόμα ένα σχετικό ζήτημα που θα μπορούσε ενδεχομένως να αντιμετωπίσει ένα ευρύτερο φάσμα οργανισμών.

6.2.4. Σύνθεση Συμπερασμάτων

Μετά την ανάλυση όλων των ερωτήσεων και απαντήσεων, συνθέσαμε τα συλλογικά ευρήματα σε γενικά συμπεράσματα σχετικά με αυτήν την έρευνα. Αυτά τα συμπεράσματα παρείχαν μια ολοκληρωμένη επισκόπηση της κατάστασης της βιωσιμότητας, της διαφάνειας της εφοδιαστικής αλυσίδας και των πρακτικών κοινωνικής ευθύνης στη βιομηχανία της μόδας.

Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι το μέγεθος του δείγματος αυτού του ερωτηματολογίου ήταν σχετικά μικρό, αποτελούμενο από απαντήσεις από 50 οργανισμούς. Κατά συνέπεια, οι γνώσεις που συγκεντρώθηκαν από αυτό το δείγμα μπορεί να μην είναι απολύτως αντιπροσωπευτικές για ολόκληρο το φάσμα των οργανισμών μόδας. Για να αποκτήσετε μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση των κοινών προτύπων και πρακτικών στον κλάδο, ένα μεγαλύτερο και πιο διαφοροποιημένο δείγμα επωνυμιών και οργανισμών θα διευκόλυνε μια πιο ακριβή αξιολόγηση των διαδεδομένων τάσεων και προκλήσεων στη βιομηχανία της μόδας.

6.3. Περιορισμοί και Προκλήσεις

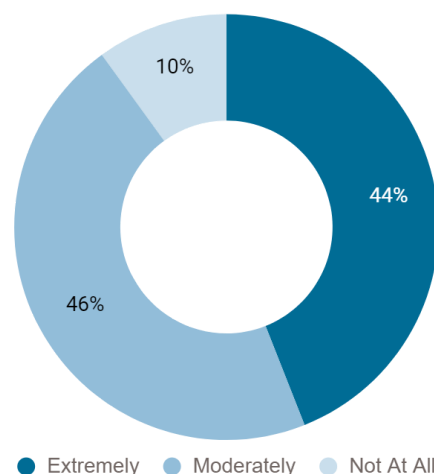
Οι εταίροι αντιμετώπισαν δυσκολίες στη στρατολόγηση εμπειρογνομόνων από μεγάλους οργανισμούς και υπήρχε γενική έλλειψη πρόσβασης στην αλυσίδα εφοδιασμού ή στο προσωπικό προμηθειών. Υπάρχουν πρωτόκολλα σύμφωνα με τα οποία μεμονωμένοι υπάλληλοι δεν μπορούν να ανταποκριθούν σε τέτοιες συνεντεύξεις. Οι καθορισμένοι

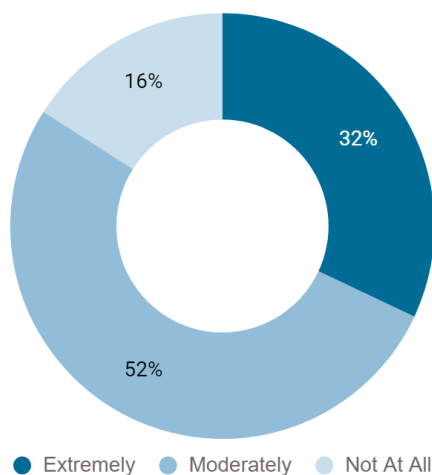
εκπρόσωποι χρειάζονται εξουσιοδότηση πριν αποκαλύψουν ευαίσθητες πληροφορίες σχετικά με τις πρακτικές τους στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Και οι αρχές του οργανισμού είναι απρόθυμες να υποστηρίξουν δραστηριότητες που μπορεί να εμποδίσουν τη φήμη τους όταν αποκαλύπτουν εσωτερικές πρακτικές. Στις περισσότερες περιπτώσεις, μπορούμε να μελετήσουμε μόνο τυχόν διαθέσιμους πόρους σχετικά με την εν λόγω εταιρεία και τις πολιτικές και τις προκλήσεις της, αλλά είναι πολύ δύσκολο να τους κάνουμε συνέντευξη.

Οι μικρότερες εταιρείες μπορεί να μην εφαρμόζουν τις ίδιες διαδικασίες και θα μπορούσαν να μιλήσουν μαζί μας, αλλά είναι πολύ απασχολημένες και έχουν περιορισμένους πόρους. Έχουν επίσης περιορισμένη εποπτεία σε οποιοδήποτε διαδικασίες και πρακτικές συνεργατών ή προμηθευτών.

Q1. Σε ποιο βαθμό ο οργανισμός σας ελέγχει την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος στις εγκαταστάσεις των προμηθευτών και των πωλητών σας σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού σας;

Σημαντική μερίδα οργανισμών επιδεικνύει υψηλό επίπεδο ελέγχου και δίνει προτεραιότητα στην προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος σε όλη την εφοδιαστική τους αλυσίδα. Ωστόσο, μεγάλο μέρος των οργανισμών έχει ακόμη περιθώρια βελτίωσης όσον αφορά την ενίσχυση των προσπάθειών τους σε αυτόν τον τομέα.



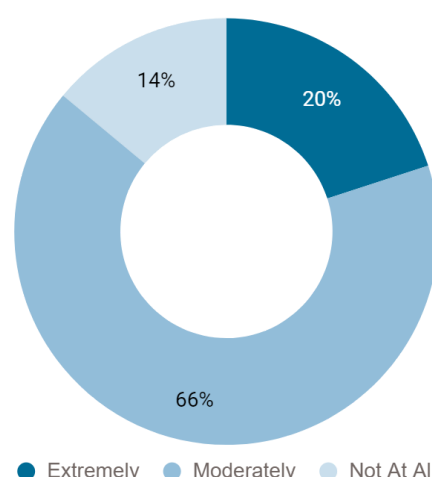


E2. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας ενημερώνει τους καταναλωτές για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος στις εγκαταστάσεις των προμηθευτών και των πωλητών σας;

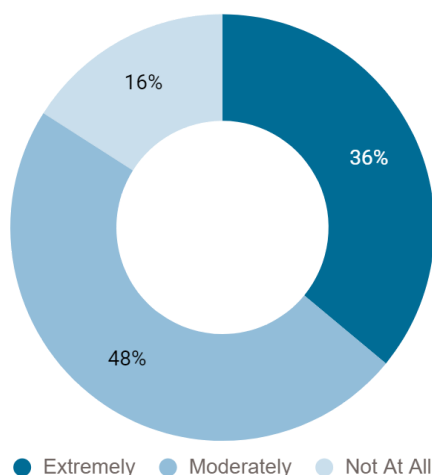
Ενώ ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών ενημερώνει τους καταναλωτές σε μέτριο βαθμό, υπάρχει ακόμη περιθώριο βελτίωσης όσον αφορά τη διαφάνεια και την επικοινωνία. Ένας μικρότερος αριθμός εταιρειών διαθέτει εκτεταμένες πρακτικές επικοινωνίας, επιδεικνύοντας υψηλό επίπεδο δέσμευσης για την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα και την προστασία του περιβάλλοντος. Ωστόσο, μια αξιοσημείωτη μερίδα εταιρειών δεν παρέχει επί του παρόντος καμία πληροφορία στους καταναλωτές σχετικά με αυτό το θέμα, υποδεικνύοντας την ανάγκη για μεγαλύτερες προσπάθειες για τη διαφάνεια και την εκπαίδευση των καταναλωτών.

E3. Σε ποιο βαθμό οι πολιτικοί θεσμοί (ΕΕ και εθνικές κυβερνήσεις) εμπλέκονται στην προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος στις εγκαταστάσεις των επιχειρήσεων μόδας, των προμηθευτών και των πωλητών;

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων αντιλαμβάνεται ότι οι πολιτικοί θεσμοί εμπλέκονται σε μέτριο βαθμό. Ωστόσο, εξακολουθεί να υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός ερωτηθέντων που πιστεύουν ότι οι πολιτικοί θεσμοί είτε έχουν περιορισμένη συμμετοχή είτε συμμετέχουν εξαιρετικά στην προστασία των ανθρωπίνων



δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος. Αυτό υποδηλώνει την ανάγκη για συνεχείς προσπάθειες για την ενίσχυση της πολιτικής δέσμευσης και των ρυθμιστικών πλαισίων για τη διασφάλιση βιώσιμων πρακτικών και την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στη βιομηχανία της μόδας.



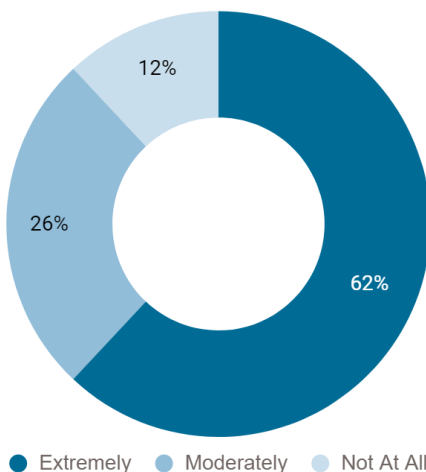
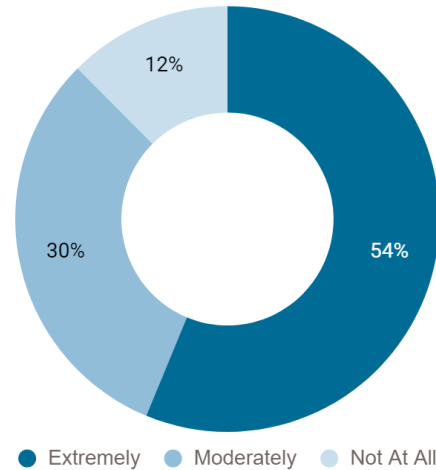
Q4. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει κανόνες και κανονισμούς για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος στις εγκαταστάσεις των προμηθευτών και των πωλητών σας;

Ενώ ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών έχει μέτριους κανόνες και κανονισμούς, υπάρχει ακόμη περιθώριο βελτίωσης όσον αφορά την ενίσχυση και την επέκταση των προσπαθειών τους. Ένας μικρότερος αριθμός εταιρειών έχει εκτεταμένους κανονισμούς, γεγονός που υποδηλώνει υψηλό επίπεδο δέσμευσης για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος. Ωστόσο, μια αξιοσημείωτη μερίδα εταιρειών δεν έχει επί του παρόντος συγκεκριμένους κανόνες και κανονισμούς, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για ισχυρότερα μέτρα για τη διασφάλιση ηθικών και βιώσιμων πρακτικών σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού.

Q5. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει τις ακόλουθες πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και των πρακτικών αγορών στις δραστηριότητές σας στις προμήθειες και στην αλυσίδα εφοδιασμού;

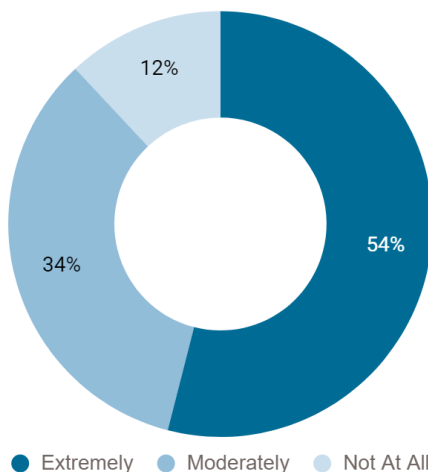
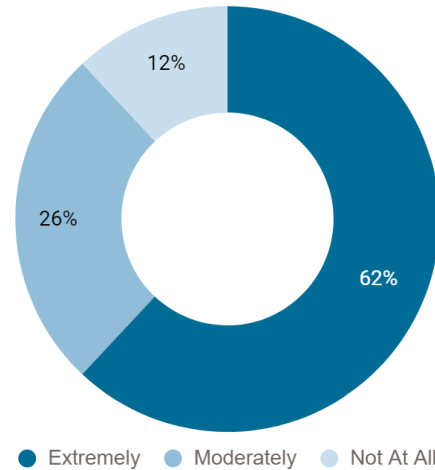


Για την πρόληψη της παρενόχλησης και της βίας.



**Για την πρόληψη της παιδικής εργασίας
(εργατικά δικαιώματα και πολιτικές)**

Για την πρόληψη της καταναγκαστικής και δεσμευμένης εργασίας



Πρώθηση πολιτικών που καλύπτουν πρότυπα και διαδικασίες για τα ανθρώπινα δικαιώματα σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού

Η πλειονότητα των εταιρειών επιδεικνύει κάποιο επίπεδο εφαρμογής πολιτικών για την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και των πρακτικών αγορών σε όλες τις δραστηριότητές τους στην αλυσίδα προμηθειών και εφοδιασμού. Ωστόσο, υπάρχει ακόμη περιθώριο βελτίωσης, ιδίως σε τομείς όπου οι εταιρείες έχουν αναφέρει μέτρια ή καθόλου εφαρμογή. Είναι σημαντικό για τις εταιρείες να αξιολογούν και να ενισχύουν συνεχώς τις πολιτικές τους για να διασφαλίζουν ηθικές και υπεύθυνες πρακτικές σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού τους.

Ε6. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας σχετικά με την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και τις πρακτικές αγορών

Τοπική και ευρωπαϊκή προμήθεια

Πολλοί οργανισμοί ανέφεραν ότι προτιμούν την προμήθεια υλικών ή την παραγωγή ενδυμάτων τοπικά ή εντός της Ευρώπης. Αυτή η προσέγγιση επιτρέπει την καλύτερη εποπτεία των συνθηκών της εφοδιαστικής αλυσίδας, την τήρηση της τοπικής εργατικής νομοθεσίας και δυνητικά υψηλότερα πρότυπα δεοντολογίας.

«Παράγουμε ρούχα μόνο στην Ισπανία. Όλοι οι προμηθευτές μας είναι ντόπιοι. Σεβόμαστε όλα τα υψηλά πρότυπα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι εργαζόμενοί μας αμείβονται σύμφωνα με το νόμο».

Έμφαση στη Διαφάνεια

Η διαφάνεια εμφανίστηκε ως κοινό θέμα, με τους οργανισμούς να υπογραμμίζουν τις προσπάθειές τους να επικοινωνούν ανοιχτά με τους πελάτες σχετικά με πρακτικές βιωσιμότητας, αναλύσεις τιμών και πληροφορίες για την αλυσίδα εφοδιασμού. Αυτή η δέσμευση για διαφάνεια θεωρείται ως ένας τρόπος οικοδόμησης εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές.

Εστίαση στη βιωσιμότητα

Πολλοί οργανισμοί έδωσαν έμφαση στη βιωσιμότητα και στις φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές. Αυτό περιλάμβανε ανακύκλωση υλικών, εσωτερική κατασκευή υφασμάτων, χρήση ανακυκλωμένων ινών και προώθηση προϊόντων κομποστοποίησης και vegan. Αυτές οι πρακτικές ευθυγραμμίζονται με ευρύτερα ηθικά ζητήματα, συμπεριλαμβανομένης της αξιοπρεπούς εργασίας και των υπεύθυνων αγορών.

Συμμόρφωση και Πιστοποιήσεις

Ορισμένοι οργανισμοί ανέφεραν τη συμμόρφωση με συγκεκριμένες πιστοποιήσεις και πρότυπα, όπως αυτά που ορίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Ανέφεραν επίσης τη συνεργασία με προμηθευτές που έχουν τις πρακτικές και τις πολιτικές τους που σχετίζονται με την προστασία των εργαζομένων. Προτείνει τη δέσμευση για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης του προμηθευτή με αυστηρά ηθικά και περιβαλλοντικά πρότυπα.

«Οι προμηθευτές μας μάς ζητούν το DURC (το ενιαίο έγγραφο συμμόρφωσης με την κοινωνική ασφάλιση) είναι η πιστοποίηση της κανονικότητας των πληρωμών προς τις οντότητες INPS, INAIL και Cassa edile. Αυτό το έγγραφο στοχεύει στην καταστολή της αδήλωτης εργασίας και των παρατυπιών ασφαλιστικών και εισφορών».

Προσωπικές σχέσεις με προμηθευτές

Αρκετοί ερωτηθέντες σημείωσαν προσωπικές σχέσεις με τους προμηθευτές τους, οι οποίες μπορούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη και την υπευθυνότητα στη διατήρηση των ηθικών πρακτικών εντός της αλυσίδας εφοδιασμού.

«Χρησιμοποιούμε προμηθευτές που εμπιστευόμαστε και γνωρίζουμε εδώ και χρόνια»

Έλεγχοι και Έλεγχος

Οι οργανισμοί ανέφεραν τη διενέργεια διαδικασιών ελέγχου προμηθευτών, συμπεριλαμβανομένων ελέγχων και επισκέψεων σε προμηθευτές για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τα πρότυπα δεοντολογίας. Αυτή η προορατική προσέγγιση βοηθά στην επαλήθευση ότι οι προμηθευτές



	συμμορφώνονται με ηθικές και αξιοπρεπείς πρακτικές εργασίας.
Αποφυγή αμφισβητούμενων προμηθευτών	Ορισμένοι οργανισμοί ανέφεραν ρητά την αποφυγή προμηθευτών από χώρες με αμφισβητούμενες συνθήκες εργασίας. Αυτό αντικατοπτρίζει τη δέσμευση για υπεύθυνες πρακτικές προμήθειας.
Περιορισμένη γνώση ή πρόσβαση	Μερικοί ερωτηθέντες ανέφεραν έλλειψη πληροφοριών ή πρόσβασης σε λεπτομέρειες σχετικά με τις πρακτικές και τις πολιτικές των προμηθευτών τους. Αυτό υποδηλώνει την ανάγκη για βελτιωμένη επικοινωνία και διαφάνεια εντός της αλυσίδας εφοδιασμού.
Χρήση Υφιστάμενων Υλικών	Ορισμένοι οργανισμοί ανέφεραν προσπάθειες να χρησιμοποιηθούν υπάρχοντα υλικά και υφάσματα αντί να απαιτούν νέα παραγωγή.

Συνοπτικά, οι οργανισμοί στη βιομηχανία της μόδας υιοθετούν μια σειρά από πρακτικές και πολιτικές για την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και την προώθηση ηθικών πρακτικών αγορών στις αλυσίδες εφοδιασμού τους. Αυτές οι προσπάθειες περιλαμβάνουν την προμήθεια σε τοπικό επίπεδο, την έμφαση στη διαφάνεια και τη βιωσιμότητα, τη συμμόρφωση με τα πρότυπα και τη δημιουργία προσωπικών σχέσεων με τους προμηθευτές. Ενώ παραμένουν οι προκλήσεις, αυτές οι ενέργειες αντικατοπτρίζουν τη δέσμευση για υπεύθυνες και ηθικές πρακτικές μόδας.

Ε7. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών σχετικά με την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και των πρακτικών αγορών στις εγκαταστάσεις των συνεργατών σας (παραγωγοί, εργοστάσια συναρμολόγησης, παραγωγοί πρώτων υλών, κατασκευαστές υλικών, logistics);

Περιορισμένος έλεγχος και διαφάνεια

Πολλοί οργανισμοί αντιμετωπίζουν δυσκολίες που σχετίζονται με τον περιορισμένο έλεγχο των πρακτικών των προμηθευτών τους και την έλλειψη διαφάνειας στις λειτουργίες των προμηθευτών. Αυτό εμποδίζει την ικανότητά τους να διασφαλίζουν ηθική εργασία και πρακτικές αγορών σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού και παραμένει μια σημαντική πρόκληση.

Περιορισμοί πόρων

Οι μικρές εταιρείες παλεύουν συνεχώς με περιορισμούς πόρων, συμπεριλαμβανομένων περιορισμένων οικονομικών πόρων και δυσκολιών στην προμήθεια βιώσιμων υλικών. Αυτοί οι περιορισμοί εμποδίζουν την ικανότητά τους να εφαρμόζουν αποτελεσματικά και να επιβάλλουν πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών, καθιστώντας το μια επίμονη πρόκληση.

Έλλειψη επιτόπιων ελέγχων

Η διενέργεια επιτόπιων επιθεωρήσεων παραμένει πρόκληση λόγω παραγόντων όπως οι γεωγραφικοί περιορισμοί ή το υψηλό κόστος. Οι οργανισμοί συχνά βασίζονται σε υποβληθείσα τεκμηρίωση και πιστοποιήσεις, γεγονός που μπορεί να δημιουργήσει προκλήσεις στην επαλήθευση της συμμόρφωσης με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά πρότυπα.

«Δεν υπάρχει τρόπος παρακολούθησης της διαφάνειας εκτός από το πιστοποιητικό. Ιδανικά θα μπορούσα να ταξιδέψω και να επισκεφτώ τους τόπους προέλευσης του υλικού... θα ήταν υπέροχο



να επισκεφτώ και να αποκτήσω διαφάνεια στην αλυσίδα αξίας.»

Παρατηρήσεις τιμών

Η τιμή παραμένει ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις πρακτικές αγορών. Οι εκτιμήσεις κόστους μπορούν να οδηγήσουν τους οργανισμούς να προμηθεύονται από χώρες με φθηνότερο εργατικό δυναμικό, δυνητικά διακυβεύοντας τα ηθικά πρότυπα. Η εξισορρόπηση της οικονομικής τιμής με τις ηθικές ανησυχίες είναι ένα περίπλοκο ζήτημα.

«Μακροπρόθεσμα, η κύρια πρόκληση που αντιμετωπίζουμε είναι ότι έχουμε χάσει τη θέση μας ως προμηθευτής καθώς αυτοί οι πελάτες στρέφονται στην αγορά των ενδυμάτων τους από φθηνότερες χώρες, όπως το Μπαγκλαντές. Με αυτόν τον τρόπο, αποφεύγουν να αναλαμβάνουν την ευθύνη για οτιδήποτε σχετίζεται με την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και τις αγοραστικές πρακτικές».

Περιορισμένη κοινή χρήση δεδομένων και διαφάνεια

Οι οργανισμοί αντιμετωπίζουν συχνά προκλήσεις που σχετίζονται με την περιορισμένη ανταλλαγή δεδομένων και τη διαφάνεια από τους προμηθευτές τους. Ορισμένοι προμηθευτές αποκρύπτουν πληροφορίες για να προστατεύσουν την τεχνογνωσία τους ή αποτυγχάνουν να παρέχουν ολοκληρωμένες λεπτομέρειες σχετικά με την υλική προέλευση, με αποτέλεσμα κενά διαφάνειας.

«Επί του παρόντος, οι προμηθευτές που μπορούμε να αντέξουμε οικονομικά και που έχουν πραγματικά τα υλικά που χρειαζόμαστε, δεν προσφέρουν εύκολα πληροφορίες σχετικά με τη διαφάνεια και άλλα πειστικά θέματα».

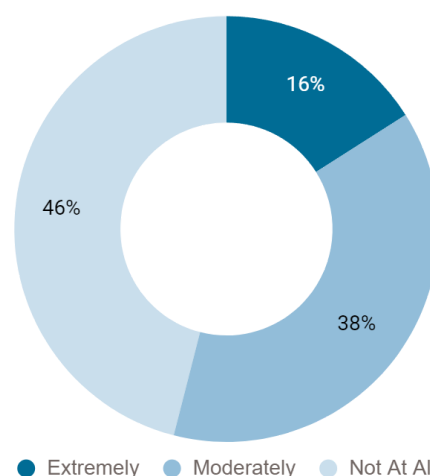
Πιστοποιήσεις και Ανεξάρτητος Έλεγχος

Πολλοί οργανισμοί δίνουν μεγάλη σημασία στις πιστοποιήσεις και τις εκθέσεις από ανεξάρτητες ελεγκτικές εταιρείες για τη διασφάλιση της προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Η επαλήθευση από τρίτους θεωρείται κρίσιμη, ειδικά όταν λείπει ο άμεσος έλεγχος στους προμηθευτές.

Αυτά τα κύρια συμπεράσματα υπογραμμίζουν τη συνεχιζόμενη πολυπλοκότητα στη βιομηχανία της μόδας σχετικά με την προστασία της αξιοπρεπούς εργασίας και τις ηθικές πρακτικές αγορών σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Αυτές οι προκλήσεις επιμένουν σε οργανισμούς διαφόρων μεγεθών και υπογραμμίζουν τη σημασία της διαφάνειας, της διαχείρισης των πόρων και των βιώσιμων πρακτικών προμήθειας.

Ε8. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει τις πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για την προστασία της Ενωσης και των συλλογικών διαπραγματεύσεων σε όλες τις δραστηριότητές σας στις προμήθειες και στην αλυσίδα εφοδιασμού;

Η πλειονότητα των εταιρειών δεν έχουν θεσπίσει πολιτικές για την προστασία της συνδικαλιστικής οργάνωσης και των συλλογικών διαπραγματεύσεων στις δραστηριότητές τους προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας. Αυτό υπογραμμίζει ένα κενό στις προσπάθειες υποστήριξης των δικαιωμάτων των εργαζομένων και μπορεί να υποδηλώνει την ανάγκη για τις εταιρείες να αντιμετωπίσουν αυτήν την πτυχή των εργασιακών δικαιωμάτων στις πρακτικές διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ωστόσο, ορισμένες εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε μέτριο βαθμό και ένας μικρότερος αριθμός εταιρειών έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε ακραίο βαθμό, επιδεικνύοντας δέσμευση για την προστασία των δικαιωμάτων



● Extremely ● Moderately ● Not At All

των εργαζομένων σε σχέση με τη συνδικαλιστική
οργάνωση και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις.

Ε9. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές πωλητών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας σχετικά με την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων σχετικά με τη συνδικαλιστική οργάνωση και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις

Συμμόρφωση με Πιστοποιητικά Τοπικών Εργαζομένων

Ορισμένοι οργανισμοί δήλωσαν ότι συνεργάζονται με εταιρείες που διαθέτουν έγκυρα πιστοποιητικά εργαζομένων στη χώρα τους. Αυτό υποδηλώνει δέσμευση για συνεργασία με προμηθευτές που συμμορφώνονται με τους τοπικούς κανονισμούς και τα πρότυπα εργασίας.

«Εργαζόμαστε και συνεργαζόμαστε με εταιρείες που διαθέτουν όλα τα έγκυρα πιστοποιητικά εργαζομένων στη χώρα μας (Ισπανία)»

Μικρές Εταιρείες με Περιορισμένες Ανάγκες

Αρκετές οργανώσεις, ιδιαίτερα μικρές, ανέφεραν ότι δεν ισχύουν ή ότι έχουν περιορισμένη ανάγκη για συγκεκριμένες πολιτικές και πιστοποιητικά που σχετίζονται με τα δικαιώματα των εργαζομένων. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο μέγεθός τους ή στη φύση της επιχείρησής τους.

Συμμόρφωση με την Εθνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία

Ορισμένοι οργανισμοί δήλωσαν ότι οι πρακτικές και οι πολιτικές τους ακολουθούν το ευρωπαϊκό δίκαιο. Αυτό υποδηλώνει δέσμευση για τήρηση των περιφερειακών κανονισμών που σχετίζονται με τα δικαιώματα των εργαζομένων.



Προστασία εργαζομένων σε πρακτικές πρόσληψης

Ορισμένες οργανώσεις ανέφεραν ότι φροντίζουν να προστατεύουν τα δικαιώματα των εργαζομένων στις πρακτικές προσλήψεων και απασχόλησης. Αυτό περιλαμβάνει δίκαιες και χωρίς αποκλεισμούς προσλήψεις, συμβατικές συμφωνίες, πληρωμές και ζητήματα ψυχικής υγείας για τους υπαλλήλους τους.

Ανοιχτότητα και Υποστήριξη Συνδικαλισμού

Αρκετές οργανώσεις εξέφρασαν τη διάθεση των εργαζομένων να ενταχθούν σε συνδικάτα, υποδεικνύοντας την αναγνώριση της σημασίας της συλλογικής εκπροσώπησης και των διαπραγματεύσεων. Μερικές οργανώσεις ανέφεραν ρητά την υποστήριξη για την ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι και την απουσία διακρίσεων όσον αφορά τη συνδικαλιστική οργάνωση. Αυτό αντικατοπτρίζει τη δέσμευση στα δικαιώματα των εργαζομένων να σχηματίζουν συνδικάτα και να συμμετέχουν σε συλλογικές διαπραγματεύσεις.

«Ο κώδικας δεοντολογίας μας περιλαμβάνει διατάξεις για την ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι και καμία διάκριση όσον αφορά τη συνδικαλιστική οργάνωση. Είμαστε πολύ ανοιχτοί και υποστηρικτικοί σε αυτό».

Συλλογικές Συμβάσεις

Ορισμένοι οργανισμοί δήλωσαν ότι έχουν θεσπίσει τυποποιημένες συλλογικές συμβάσεις. Αυτές οι συμφωνίες πιθανότατα περιλαμβάνουν διατάξεις που σχετίζονται με τα δικαιώματα και την προστασία των εργαζομένων.

Συνοπτικά, αυτά είναι τα βασικά σημεία που αναφέρθηκαν από πολλούς οργανισμούς σχετικά με τα πιστοποιητικά των εργαζομένων τους, τις πολιτικές και τις πρακτικές που σχετίζονται με την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων. Αυτά τα σημεία υπογραμμίζουν τη δέσμευση για συμμόρφωση με τους κανονισμούς, την προστασία των εργαζομένων στις πρακτικές πρόσληψης και την υποστήριξη του συνδικαλισμού, όπου ισχύει.

Q10. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών σχετικά με την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων σε συνδικαλιστικές οργανώσεις και συλλογικές διαπραγματεύσεις στις εγκαταστάσεις των συνεργατών σας (παραγωγοί, εργοστάσια συναρμολόγησης, παραγωγοί πρώτων υλών, κατασκευαστές υλικών, logistics)

Περιορισμένη ενημέρωση και διαφάνεια

Πολλοί οργανισμοί αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην απόκτηση επαρκών πληροφοριών και διαφάνειας από τους προμηθευτές τους σχετικά με τα δικαιώματα των εργαζομένων. Αυτή η έλλειψη διαφάνειας θέτει μια κοινή πρόκληση και εμποδίζει την ικανότητα αξιολόγησης και διασφάλισης της συμμόρφωσης με τις συνδικαλιστικές πρακτικές και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις.

«Ξέρουμε τι μας λένε. δεν μπορούμε να τους κάνουμε να εφαρμόσουν τίποτα».

Περιορισμένη διορατικότητα ή γνώση

Αρκετές οργανώσεις παραδέχθηκαν ότι είχαν ελάχιστη ή καθόλου γνώση σχετικά με τις πρακτικές συνδικαλισμού στις εγκαταστάσεις των εταίρων τους. Αυτή η έλλειψη ευαισθητοποίησης ή γνώσης σχετικά με τα συνδικάτα και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις εντός της αλυσίδας εφοδιασμού είναι ένα κοινό ζήτημα.

Περιορισμοί πόρων

Μια οικογενειακή επιχείρηση εξέφρασε τους περιορισμούς των πόρων ως σημαντική πρόκληση. Αυτό υποδηλώνει ότι η διενέργεια επιτόπιων επιθεωρήσεων ή η επίσκεψη στις εγκαταστάσεις των προμηθευτών μπορεί να είναι οικονομική ή λειτουργική πρόκληση για μικρότερους οργανισμούς.

Γεωγραφική Απόσταση και Έλλειψη Τοπικών Παρόχων

Ορισμένοι οργανισμοί αναφέρουν την πρόκληση της γεωγραφικής απόστασης από τους εταίρους τους στην αλυσίδα εφοδιασμού, γεγονός που οδηγεί σε έλλειψη τοπικών επιλογών για υλικά και υπηρεσίες. Αυτή η απόσταση μπορεί να εμποδίσει την εποπτεία και την παρακολούθηση των δικαιωμάτων των εργαζομένων και των συνδικαλιστικών προσπαθειών.

«Το να είμαστε μακριά από την αλυσίδα αξίας και τα πιστοποιητικά δεν παρέχουν πληροφορίες για την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων στις συνδικαλιστικές και συλλογικές διαπραγματεύσεις. Αν είχαμε τοπικούς (παρόχους εγγύτητας) θα λύναμε το μεγαλύτερο μέρος αυτής της πρόκλησης. Δεν υπάρχουν τοπικοί πάροχοι για το υλικό που χρησιμοποιούμε, ως Silk.»

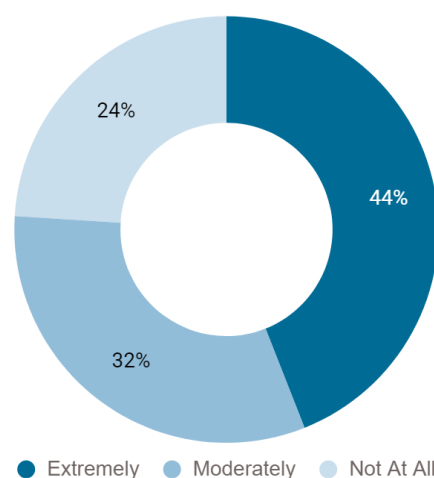
Αντιληπτή Συνάφεια και Εφαρμογή

Ορισμένοι ερωτηθέντες ανέφεραν ότι η ερώτηση δεν ήταν εφαρμόσιμη ή μη σχετική με τις συγκεκριμένες επιχειρηματικές δραστηριότητες ή την αλυσίδα εφοδιασμού τους. Αυτό υποδηλώνει ότι, για ορισμένες εταιρείες, η συνδικαλιστική οργάνωση και οι συλλογικές διαπραγματεύσεις μπορεί να μην θεωρούνται σημαντικοί παράγοντες στις δραστηριότητές τους προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας.

Συνολικά, αυτά τα μοτίβα περιορισμένης διαφάνειας, γεωγραφικών προκλήσεων, περιορισμών πόρων, περιορισμένης γνώσης ή γνώσης και ποικίλες αντιλήψεις συνάφειας υπογραμμίζουν την πολυπλοκότητα και τις διαφορετικές συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι οργανώσεις κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών που σχετίζονται με τα δικαιώματα των εργαζομένων σχετικά με το συνδικαλισμό και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις. εφοδιαστικές αλυσίδες.

E11. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει τις πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για την Ποικιλομορφία και την Ένταξη στις δραστηριότητές σας στις προμήθειες και στην αλυσίδα εφοδιασμού;

Οι απαντήσεις δείχνουν ένα μείγμα εταιρειών που έχουν εφαρμόσει πολιτικές για τη διαφορετικότητα και την ένταξη σε διάφορους βαθμούς. Ενώ ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών έχει εφαρμόσει τέτοιες πολιτικές σε ακραίο βαθμό, ένας σημαντικός αριθμός δεν έχει εφαρμόσει καμία πολιτική. Αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη για τις εταιρείες να δώσουν προτεραιότητα και να αναπτύξουν ολοκληρωμένες στρατηγικές και πρωτοβουλίες για την προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης σε όλες τις δραστηριότητές τους προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι εταιρείες που έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε μέτριο βαθμό σημειώνουν κάποια πρόοδο, αλλά μπορούν επίσης να εξετάσουν περαιτέρω βελτιώσεις στις προσπάθειές τους.



E12. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας σχετικά με την προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης (π.χ. ισότητα των φύλων, ίση αμοιβή, φυλετική ισότητα).

Συμμετοχικότητα στην Ηγεσία και τις Συνεργασίες

Πολλοί οργανισμοί εξέφρασαν τη δέσμευσή τους για τη διαφορετικότητα και την ένταξη τονίζοντας ότι οι ηγετικές τους ομάδες περιλαμβάνουν άτομα από διαφορετικά υπόβαθρα, ιδιαίτερα γυναίκες. Ορισμένοι οργανισμοί συνεργάζονται επίσης με βιοτεχνικές επιχειρήσεις υπό τις γυναίκες. Αυτό αντανακλά μια προορατική προσέγγιση για την προώθηση της ισότητας των φύλων και της διαφορετικότητας στα δίκτυά τους.

Προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης στο μάρκετινγκ

Αρκετές εταιρείες ανέφεραν την προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης μέσω των στρατηγικών μάρκετινγκ και των δημιουργικών εκστρατειών τους. Έδωσαν έμφαση στο να παρουσιάζουν μοντέλα όλων των σχημάτων, μεγεθών, ηλικιών, φύλων και φυλετικών καταβολών στο διαφημιστικό τους υλικό. Αυτό καταδεικνύει τις προσπάθειές τους να αντικατοπτρίζουν και να γιορτάζουν τη διαφορετικότητα στο branding τους.

«Είμαστε μια εταιρεία υψηλής περιεκτικότητας - η προώθηση της διαφορετικότητας είναι σημαντική για εμάς. Οι ομάδες μας είναι διαφορετικές καθώς και τα μοντέλα που εμφανίζονται στις επικοινωνιακές μας καμπάνιες».

Ίση Μεταχείριση και Μη Διακρίσεις

Πολλοί οργανισμοί δήλωσαν ότι αντιμετωπίζουν όλους τους εργαζόμενους και τους συνεργάτες ισότιμα, ανεξαρτήτως φύλου, φυλής ή άλλων χαρακτηριστικών. Τόνισαν τη δέσμευση για ίση αμοιβή και την απουσία διακρίσεων στις πρακτικές στο χώρο εργασίας τους. Αυτό



	αντανακλά μια θεμελιώδη αρχή της δικαιοσύνης και της μη διάκρισης.
Ενσωμάτωση στις προσλήψεις	Ορισμένοι ερωτηθέντες, ιδιαίτερα οι υπεύθυνοι για τις προσλήψεις, τόνισαν τις προσπάθειές τους να διασφαλίσουν ότι δεν χρησιμοποιούνται πρακτικές που εισάγουν διακρίσεις στις διαδικασίες πρόσληψής τους. Στόχος τους είναι να προσλαμβάνουν με βάση τις δεξιότητες και τα προσόντα και όχι με βάση το φύλο ή τη φυλή.
Η συμμετοχικότητα ως κοινή πρακτική	Για ορισμένους οργανισμούς, η προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης είναι μια κοινή πρακτική ενσωματωμένη στην εταιρική κουλτούρα και τις αξίες τους. Τόνισαν ότι δεν θα δούλευαν διαφορετικά, καθώς η συμπερίληψη θεωρείται πρότυπο στον οργανισμό τους.
Περιορισμένη ενημέρωση και διαφάνεια	Ορισμένοι οργανισμοί ανέφεραν προκλήσεις που σχετίζονται με την απόκτηση πληροφοριών ή την προβολή της ποικιλομορφίας και τις πρακτικές ένταξης στην αλυσίδα εφοδιασμού τους. Αυτό υποδηλώνει μια κοινή δυσκολία πρόσβασης σε δεδομένα σχετικά με αυτές τις πτυχές, ειδικά στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού. «Ελπίζουμε ότι οι συνεργάτες/προμηθευτές μας το έχουν αυτό, αλλά δεν μπορούμε να είμαστε σίγουροι».
Έλλειψη Πιστοποιήσεων Προμηθευτών	Ορισμένοι οργανισμοί σημείωσαν ότι δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι προμηθευτές ή πιστοποιητικά που να εγγυώνται ή να αντιμετωπίζουν θέματα ποικιλομορφίας και ένταξης. Αυτό υποδηλώνει ότι τα θέματα

ποικιλομορφίας και ένταξης ενδέχεται να μην καλύπτονται ρητά στις διαδικασίες πιστοποίησης της αλυσίδας εφοδιασμού.

«Δεν υπάρχουν προμηθευτές και πιστοποιητικά που να εγγυώνται ή ακόμη και να αντιμετωπίζουν αυτό το ζήτημα. Ίσως στην Ιαπωνία νοιάζονται περισσότερο από ό,τι στην Ινδία και την Κίνα... δεν είμαστε σίγουροι καθώς δεν έχουμε ορατότητα.»

Αυτά τα ευρήματα υπογραμμίζουν τη δέσμευση για τη διαφορετικότητα, την ένταξη και τη μη διάκριση στη βιομηχανία της μόδας. Οι οργανισμοί εργάζονται ενεργά για να εξασφαλίσουν ίση μεταχείριση, ίση αμοιβή και εκπροσώπηση στις πρακτικές ηγεσίας, μάρκετινγκ και προσλήψεων. Ωστόσο, οι προκλήσεις που σχετίζονται με τη διαφάνεια των πληροφοριών και την ορατότητα της αλυσίδας εφοδιασμού εξακολουθούν να υφίστανται, υποδεικνύοντας την ανάγκη για μεγαλύτερη διαφάνεια και υπευθυνότητα για την προώθηση της διαφορετικότητας και της ένταξης σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού.

E13. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών σχετικά με την προώθηση της διαφορετικότητας και της συμπερίληψης στις εγκαταστάσεις των συνεργατών σας (παραγωγοί, εργοστάσια συναρμολόγησης, παραγωγοί πρώτων υλών, κατασκευαστές υλικών, logistics);

Οικονομικοί περιορισμοί

Αρκετοί οργανισμοί ανέφεραν τους οικονομικούς περιορισμούς ως σημαντική πρόκληση. Αυτό υποδηλώνει ότι οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι μπορούν να εμποδίσουν την ικανότητά τους να επενδύουν σε πρωτοβουλίες ποικιλομορφίας και ένταξης, συμπεριλαμβανομένης της διενέργειας ελέγχων ή αξιολογήσεων.

"Η τιμή και το γεγονός ότι ο στόχος της εταιρείας να πραγματοποιήσει κέρδος είναι πρώτος."



Περιορισμένες πηγές

Ορισμένοι οργανισμοί ανέφεραν ότι διαθέτουν περιορισμένους πόρους, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει την ικανότητά τους να παρακολουθούν και να επιβάλλουν αποτελεσματικά τις πρακτικές της διαφορετικότητας και της ένταξης. Οι περιορισμένοι πόροι μπορούν να επηρεάσουν την ικανότητά τους να λαμβάνουν προληπτικά μέτρα σε αυτό το θέμα.

Συμμόρφωση με τις Νομικές Απαιτήσεις

Ένας οργανισμός τόνισε την πρόκληση της συμμόρφωσης με τις νομικές υποχρεώσεις που σχετίζονται με τη διαφορετικότητα και την ένταξη. Αυτό σημαίνει ότι η διασφάλιση της συμμόρφωσης με τους ισχύοντες νόμους και κανονισμούς μπορεί να είναι περίπλοκη και απαιτητική.

Έλλειψη Γνώσης ή Ενόρασης

Ορισμένοι οργανισμοί παραδέχθηκαν ότι δεν γνωρίζουν ή δεν γνωρίζουν τις πρακτικές άλλων εταιρειών ή των συνεργατών τους. Αυτό υποδηλώνει την ανάγκη για αυξημένη διαφάνεια και ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με την ποικιλομορφία και τις προσπάθειες ένταξης στην αλυσίδα εφοδιασμού.

Περιορισμένη δέσμευση προμηθευτή

Ορισμένοι οργανισμοί ανέφεραν προκλήσεις που σχετίζονται με τη συμμετοχή των προμηθευτών τους σε προσπάθειες διαφορετικότητας και ένταξης. Αυτό υποδηλώνει ότι μπορεί να υπάρχει αντίσταση ή περιορισμένη δέσμευση από ορισμένους προμηθευτές να δώσουν προτεραιότητα σε αυτά τα ζητήματα.



Ευαισθητοποίηση και Επικοινωνία

Ορισμένοι ερωτηθέντες πρότειναν ότι η ευαισθητοποίηση των προμηθευτών για θέματα διαφορετικότητας και ένταξης είναι σχετικά χαμηλή. Αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη για βελτιωμένη επικοινωνία και εκπαίδευση σχετικά με τη σημασία της διαφορετικότητας και της ένταξης στην αλυσίδα εφοδιασμού.

«Θα έλεγα ότι αυτή είναι μόνο η αρχή, καθώς πολλοί από τους «τυπικούς» προμηθευτές δεν το επικοινωνούν καν αυτό!»

Προσβασιμότητα και Συμμετοχικότητα

Ένας οργανισμός ανέφερε προκλήσεις που σχετίζονται με την προσβασιμότητα και την ένταξη, ιδίως όσον αφορά τους φυσικούς χώρους. Αυτό υπογραμμίζει τη σημασία της εξέτασης της προσβασιμότητας και της ένταξης σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού και την αντιμετώπιση τυχόν φραγμών που μπορεί να υπάρχουν.

Μικροί περιορισμοί επωνυμίας

Ορισμένες μικρότερες επωνυμίες ανέφεραν περιορισμούς στην ικανότητά τους να επηρεάζουν ή να επιβάλλουν πρακτικές ποικιλομορφίας και συμπερίληψης μεταξύ των προμηθευτών τους. Συχνά βασίζονται σε μεγαλύτερες μάρκες ή πιστοποιήσεις για να οδηγήσουν αυτές τις πρωτοβουλίες.

Προβολή και Πιστοποίηση

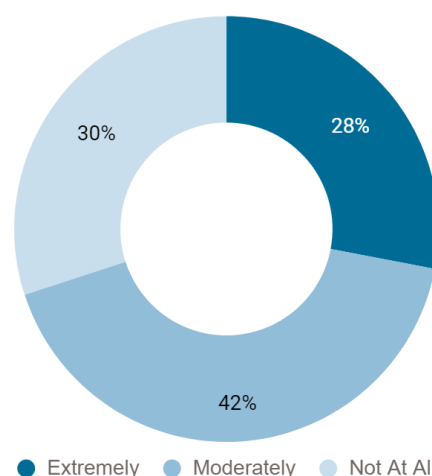
Η προβολή της ποικιλομορφίας και οι πρακτικές συμπερίληψης των προμηθευτών, ιδιαίτερα των μικρότερων ή νέων εμπορικών σημάτων, μπορεί να είναι προκλητική. Πολλοί οργανισμοί αναζητούν πιστοποιήσεις ή διαδικασίες ελέγχου για να αποκτήσουν βεβαιότητα ως προς αυτό.

«Προσπαθούμε να συνεργαστούμε με επωνυμίες που προωθούν τη διαφορετικότητα, αλλά για να είμαστε ειλικρινείς, δεν μπορούμε πραγματικά να γνωρίζουμε. Αναζητούμε πιστοποιήσεις και άλλα τέτοια, αλλά ορισμένες μάρκες είναι πολύ μικρές ή πραγματικά νέες και δεν τις διαθέτουν.»

Αυτά τα ευρήματα υπογραμμίζουν ότι ενώ υπάρχει μια αυξανόμενη συνειδητοποίηση της σημασίας της διαφορετικότητας και της ένταξης στην αλυσίδα εφοδιασμού, οι οργανισμοί αντιμετωπίζουν διάφορες προκλήσεις στην αποτελεσματική εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών για την προώθηση αυτών των αξιών. Οι οικονομικοί περιορισμοί, οι περιορισμένοι πόροι, η συμμόρφωση με τις νομικές απαιτήσεις και η έλλειψη γνώσης ή διορατικότητας είναι μεταξύ των κοινών εμποδίων. Για να ξεπεραστούν αυτές οι προκλήσεις, μπορεί να απαιτούνται μεγαλύτερη διαφάνεια, εκπαίδευση και συνεργασία με τους προμηθευτές.

Q14. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει τις πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για τη λογοδοσία ενός μέλους του διοικητικού συμβουλίου ή της επιτροπής του διοικητικού συμβουλίου για ανθρώπινα δικαιώματα και περιβαλλοντικά ζητήματα σε όλες τις δραστηριότητές σας προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας;

Οι απαντήσεις υποδεικνύουν ένα μικτό επίπεδο εφαρμογής πολιτικών για τη λογοδοσία των μελών του διοικητικού συμβουλίου ή των επιτροπών του διοικητικού συμβουλίου σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά ζητήματα στις δραστηριότητες προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας. Ενώ ορισμένες εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε ακραίο βαθμό, ένας σημαντικός αριθμός δεν έχει εφαρμόσει τέτοιες πολιτικές. Οι εταιρείες που έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε μέτριο βαθμό





σημειώνουν κάποια πρόοδο, αλλά μπορούν να εξετάσουν περαιτέρω βελτιώσεις για την ενίσχυση της λογοδοσίας στην αντιμετώπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των περιβαλλοντικών ζητημάτων.

Q15. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας με αναφορά στη λογοδοσία των μελών του διοικητικού συμβουλίου σας ή της επιτροπής του διοικητικού συμβουλίου σας για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιβαλλοντικά ζητήματα.

Δέσμευση για τη βιωσιμότητα

Πολλοί οργανισμοί τονίζουν τη δέσμευσή τους στη βιωσιμότητα και τις ηθικές πρακτικές. Συχνά αναφέρουν τη συνεργασία με εταιρείες περιβαλλοντικά πιστοποιημένες, την υποστήριξη της τοπικής παραγωγής και την προώθηση δίκαιων μισθών στις αλυσίδες εφοδιασμού τους. Αυτό αντικατοπτρίζει την έντονη εστίαση σε βιώσιμες και ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές.

«Είμαστε μια εταιρεία αφοσιωμένη στη βιώσιμη ανάπτυξη του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας και ερευνούμε στην E&A».

Έλλειψη συγκεκριμένων πολιτικών

Ένας σημαντικός αριθμός απαντήσεων δεν παρέχει σαφείς πληροφορίες σχετικά με τις υπάρχουσες πολιτικές ή πρακτικές που σχετίζονται με τη λογοδοσία των μελών του διοικητικού συμβουλίου για ανθρώπινα δικαιώματα και περιβαλλοντικά ζητήματα. Ορισμένοι οργανισμοί δηλώνουν ότι δεν έχουν τον έλεγχο ολόκληρης της αλυσίδας αξίας ή δεν

	παρέχουν λεπτομέρειες σχετικά με συγκεκριμένες πολιτικές που εφαρμόζονται.
Συνεργασίες και Συνεργασίες	Ορισμένοι οργανισμοί τονίζουν τις συνεργασίες, τις συνεργασίες ή τις συμμετοχές τους με εξωτερικούς φορείς που επικεντρώνονται στη βιωσιμότητα και την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Αυτές οι συνεργασίες συχνά περιλαμβάνουν παρακολούθηση και αξιολόγηση πρακτικών βιωσιμότητας, υποδηλώνοντας δέσμευση για λογοδοσία. <i>«Θέλουμε πάντα να συνεργαζόμαστε με εταιρείες που διαθέτουν ευρωπαϊκά πιστοποιητικά περιβαλλοντικής ποιότητας ή που αντιστοιχούν στην κλωστοϋφαντουργία».</i>
Μικρή Οργανωτική Δομή	Αρκετοί οργανισμοί αναφέρουν ότι είναι μικρές μάρκες ή εταιρείες που λειτουργούν από μικρό αριθμό ατόμων. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η έννοια της λογοδοσίας των μελών του διοικητικού συμβουλίου μπορεί να μην είναι τόσο εφαρμόσιμη λόγω του μεγέθους και της δομής του οργανισμού.

Συνολικά, οι απαντήσεις δείχνουν μια ποικιλία προσεγγίσεων για τη βιωσιμότητα και την εταιρική κοινωνική ευθύνη στη βιομηχανία της μόδας. Ενώ πολλοί οργανισμοί έχουν δεσμευτεί σε βιώσιμες και ηθικές πρακτικές, άλλοι μπορεί να έχουν περιορισμένες συγκεκριμένες πολιτικές ή να επικεντρώνονται σε συνεργασίες μικρότερης κλίμακας. Οι προσπάθειες της βιομηχανίας της μόδας να αντιμετωπίσει τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά ζητήματα ποικίλλουν ευρέως με βάση τις μεμονωμένες οργανωτικές προτεραιότητες και δομές.

E16. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών σε σχέση με την υπευθυνότητα των μελών του διοικητικού συμβουλίου σας ή της επιτροπής σας για ανθρώπινα δικαιώματα

και περιβαλλοντικά ζητήματα στις εγκαταστάσεις των συνεργατών σας (παραγωγοί, εργοστάσια συναρμολόγησης, παραγωγοί πρώτων υλών, κατασκευαστές υλικών, logistics);

Έλλειψη ευαισθητοποίησης/πληροφόρη σης

Πολλοί οργανισμοί εκφράζουν προκλήσεις που σχετίζονται με περιορισμένες γνώσεις και πληροφορίες σχετικά με τις πολιτικές και τις πρακτικές των πωλητών και των προμηθευτών τους. Αυτή η έλλειψη ευαισθητοποίησης μπορεί να εμποδίσει την ικανότητά τους να παρακολουθούν αποτελεσματικά και να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Η βελτίωση της διαφάνειας και της επικοινωνίας με τους εταίρους είναι ζωτικής σημασίας για την αντιμετώπιση αυτής της πρόκλησης.

«Δεν ξέρουμε ποιες πολιτικές εφαρμόζουν».

Περιορισμένες πηγές

Ορισμένοι οργανισμοί, ιδιαίτερα οι οικογενειακές επιχειρήσεις με περιορισμένους πόρους, αναφέρουν τους περιορισμούς πόρων ως πρόκληση. Αυτοί οι περιορισμοί περιορίζουν την ικανότητά τους να επισκέπτονται εγκαταστάσεις, να διεξάγουν επιτόπιες επιθεωρήσεις ή να επενδύουν σε εκτεταμένες διαδικασίες ελέγχου. Οι περιορισμοί πόρων μπορεί να αποτελέσουν σημαντικό εμπόδιο στην αποτελεσματική εποπτεία.

Proximity και Τοπικοί Πάροχοι

Ένας οργανισμός τονίζει την πρόκληση του να είσαι μακριά από την αλυσίδα αξίας. Προτείνουν ότι η ύπαρξη τοπικών παρόχων εγγύτητας θα μπορούσε να απλοποιήσει τη διαδικασία

διασφάλισης της συμμόρφωσης με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Αυτή η προοπτική υπογραμμίζει τα πιθανά οφέλη από τη συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές.

«Αν είχαμε τοπικούς (παρόχους εγγύτητας) θα λύναμε το μεγαλύτερο μέρος αυτής της πρόκλησης».

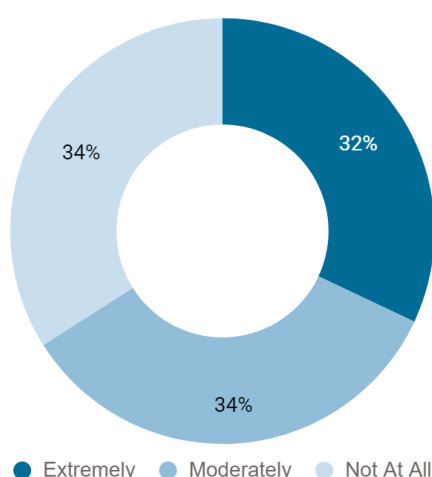
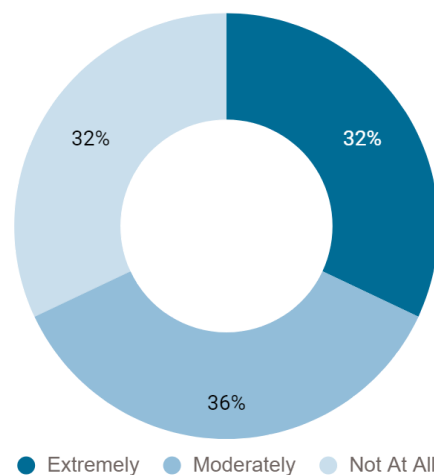
Άσχετο ή Χωρίς Ανάγκη

Ορισμένοι οργανισμοί πιστεύουν ότι η ερώτηση δεν σχετίζεται με τις ειδικές τους καταστάσεις ή εκφράζουν ότι δεν χρειάζονται επιπλέον προσωπικό ή συμμετοχή σε διαδικασίες πιστοποίησης και ελέγχου. Αυτό υποδηλώνει ότι για ορισμένους οργανισμούς, το ζήτημα της λογοδοσίας των μελών του διοικητικού συμβουλίου για αυτά τα ζητήματα ενδέχεται να μην αποτελεί προτεραιότητα.

Συνοπτικά, οι κοινές προκλήσεις περιστρέφονται γύρω από την ανάγκη για βελτιωμένη ευαισθητοποίηση και πληροφόρηση, τους περιορισμούς πόρων, την εγγύτητα με τους προμηθευτές και τις ποικίλες αντιλήψεις σχετικά με τη συνάφεια. Αυτές οι προκλήσεις υπογραμμίζουν τη σημασία της διαφανούς επικοινωνίας, της κατανομής των πόρων και μιας προσαρμοσμένης προσέγγισης για την αντιμετώπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των περιβαλλοντικών ζητημάτων στην αλυσίδα εφοδιασμού.

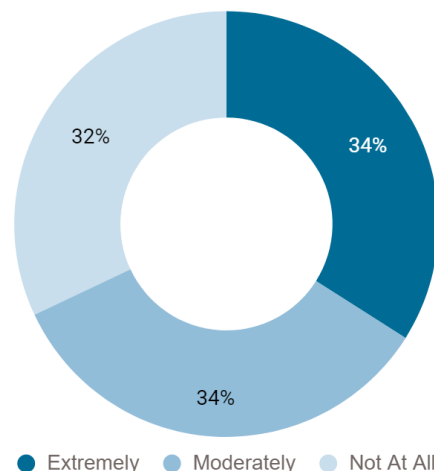
E17. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει τις πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για την ιχνηλασιμότητα προϊόντων και υπηρεσιών σε όλες τις δραστηριότητές σας στην αλυσίδα προμηθειών και εφοδιασμού;

Ιχνηλασιμότητα εργοστασίων πρώτης βαθμίδας.



Ιχνηλασιμότητα των εγκαταστάσεων επεξεργασίας.

Ιχνηλασιμότητα πρώτων υλών.



Οι απαντήσεις καταδεικνύουν διαφορετικά επίπεδα εφαρμογής για την ιχνηλασιμότητα προϊόντων και υπηρεσιών σε διάφορες πτυχές της αλυσίδας εφοδιασμού. Ενώ ορισμένες εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε ακραίο βαθμό σε ορισμένους τομείς, υπάρχει επίσης ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών που δεν έχουν εφαρμόσει καμία πολιτική ή το έχουν εφαρμόσει με μέτρο. Η ενίσχυση των πρακτικών ιχνηλασιμότητας μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της διαφάνειας και της λογοδοσίας στις αλυσίδες εφοδιασμού, επιτρέποντας στις εταιρείες να κατανοήσουν καλύτερα και να αντιμετωπίσουν πιθανές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Q18. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας με αναφορά στην ιχνηλασιμότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών σας στους συνεργάτες της αλυσίδας εφοδιασμού σας (π.χ. ψηφιακά διαβατήρια, κωδικοί QR, κ.λπ.).

Άμεση ανθρώπινη επαφή για την ιχνηλασιμότητα

Πολλοί οργανισμοί, ειδικά αυτοί που δραστηριοποιούνται σε μικρή κλίμακα, βασίζονται στην άμεση ανθρώπινη επαφή και στις προσωπικές σχέσεις με τους προμηθευτές για την ιχνηλασιμότητα. Αυτή η προσέγγιση τους δίνει τη δυνατότητα να γνωρίζουν την προέλευση των προϊόντων τους μέσω της γνώσης από πρώτο χέρι.



«Η ιχνηλασιμότητα μας, όπως προαναφέρθηκε, βασίζεται στην άμεση ανθρώπινη επαφή γιατί λειτουργούμε σε μικρή κλίμακα. Επομένως, γνωρίζουμε από πού προέρχονται όλα τα προϊόντα μας, καθώς μπορούμε να τα εντοπίσουμε άμεσα».

Επιθυμία για Διαφάνεια

Υπάρχει επικρατούσα επιθυμία μεταξύ των οργανισμών να βελτιώσουν τη διαφάνεια στις αλυσίδες εφοδιασμού τους. Αναγνωρίζουν τη σημασία της παροχής στους πελάτες πληροφοριών σχετικά με την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων τους και ορισμένοι εργάζονται ενεργά για να το επιτύχουν αυτό.

Ανακύκλωση και Ανακύκλωση Υλικών

Ορισμένοι οργανισμοί επικεντρώνονται στη συλλογή απορριμμάτων και στην εφαρμογή διαδικασιών ανακύκλωσης ή ανακύκλωσης. Αυτή η προσέγγιση τους επιτρέπει να εντοπίζουν και να παρακολουθούν τα υλικά που έχουν ανακυκλώσει ή ανακτήσει, συμβάλλοντας στην ιχνηλασιμότητα εντός της αλυσίδας εφοδιασμού τους.

Προσπάθειες για την πρόληψη της παραποίησης και της παραποίησης

Ένας οργανισμός τονίζει συγκεκριμένα τη χρήση της τεχνολογίας blockchain και των ψηφιακών διαβατηρίων για την πρόληψη της παραποίησης, της αραίωσης και της παραβίασης υλικών. Αυτό αντανakλά την υιοθέτηση τεχνολογιών που στοχεύουν στην ενίσχυση της ιχνηλασιμότητας και της αυθεντικότητας των προϊόντων.

«Δημιουργήστε μια ασφαλή πλατφόρμα ψηφιακής ταυτοποίησης με blockchain που δημιουργεί μοναδικά πιστοποιητικά συναλλαγών. Αυτά τα πιστοποιητικά συναλλαγής επιτρέπουν στους πελάτες να εντοπίσουν το ένδυμα από την



προέλευσή του, αποδεικνύοντας τη βιωσιμότητά του. Αυτό το ψηφιακό διαβατήριο αποτρέπει την παραποίηση, την αραίωση και την παραβίαση των υλικών».

Εμπιστοσύνη στους προμηθευτές και την ποιότητα των υλικών

Ορισμένοι οργανισμοί τονίζουν την εμπιστοσύνη στους προμηθευτές και την προμήθεια αγνών και υψηλής ποιότητας υλικών. Η οικοδόμηση ισχυρών σχέσεων με τους προμηθευτές και η διασφάλιση της ακεραιότητας των υλικών αποτελούν βασικά στοιχεία των προσπαθειών τους για ιχνηλασιμότητα.

Περιορισμένη χρήση Ψηφιακών Τεχνολογιών

Ενώ ορισμένοι οργανισμοί αναφέρουν τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών όπως πλατφόρμες λογισμικού, ψηφιακά διαβατήρια ή κωδικούς QR για ιχνηλασιμότητα, πολλοί άλλοι επί του παρόντος δεν χρησιμοποιούν αυτές τις τεχνολογίες. Οι μικρότερης κλίμακας ή οι μεταχειρισμένες επιχειρήσεις, ιδίως, φαίνεται να εξαρτώνται λιγότερο από μεθόδους ψηφιακής ιχνηλασιμότητας.

Ποικίλη επικοινωνία με τον πελάτη

Το επίπεδο επικοινωνίας και πληροφοριών που ανταλλάσσονται με τους πελάτες σχετικά με τις πρακτικές της εφοδιαστικής αλυσίδας ποικίλλει μεταξύ των οργανισμών. Ενώ ορισμένοι παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες στους ιστότοπούς τους ή κατόπιν αιτήματος πελατών, άλλοι έχουν περιορισμένη αποκάλυψη ή επιφυλάσσουν περισσότερες πληροφορίες για ειδικές συλλογές ή υπο-εμπορικές επωνυμίες υψηλής ποιότητας.

«Δεν θέλω οι πελάτες να εντοπίζουν τα προϊόντα στον προμηθευτή μου για λόγους ανταγωνιστικής αγοράς και για την έλλειψη πληροφοριών. Έχω

σημαίνει ότι τα υλικά δεν μπορούν να εντοπιστούν (ανακυκλωμένα υλικά). Οι προμηθευτές μου δεν προμηθεύουν μεγάλες εταιρείες (χωρίς ψηφιακά διαβατήρια κ.λπ.)».

Συνοπτικά, η βιομηχανία της μόδας αναγνωρίζει όλο και περισσότερο τη σημασία της ιχνηλασιμότητας και της διαφάνειας στην αλυσίδα εφοδιασμού. Οι πρακτικές ιχνηλασιμότητας κυμαίνονται από την άμεση ανθρώπινη επαφή έως τις ψηφιακές λύσεις και υπάρχει αυξανόμενη έμφαση στη βιώσιμη προμήθεια και ανακύκλωση υλικών. Αυτοί οι οργανισμοί διερευνούν ενεργά τρόπους για να κοινοποιήσουν τις προσπάθειές τους για ιχνηλασιμότητα στους πελάτες και να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη στις πρακτικές τους στην αλυσίδα εφοδιασμού.

Ε19. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών προμηθευτών/προμηθευτών σε σχέση με την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών σας στους συνεργάτες της αλυσίδας εφοδιασμού σας;

Ανησυχίες ενημέρωσης και διαφάνειας

Πολλοί οργανισμοί εκφράζουν ανησυχίες σχετικά με την ανταλλαγή πληροφοριών προμηθευτών, είτε λόγω ανταγωνισμού είτε λόγω πιθανών κινδύνων για την επιχείρησή τους. Αυτή η απροθυμία να αποκαλυφθούν στοιχεία προμηθευτή ή η προέλευση των προϊόντων υποδηλώνει δισταγμό ως προς τη διαφάνεια.

Περιορισμοί πόρων

Ένας σημαντικός αριθμός ερωτηθέντων, ιδιαίτερα οι μικρότερες επιχειρήσεις ή εκείνες με περιορισμένους πόρους, επισημαίνουν προκλήσεις που σχετίζονται με την ικανότητα και τους οικονομικούς περιορισμούς. Η εφαρμογή πρακτικών ιχνηλασιμότητας απαιτεί συχνά επενδύσεις σε τεχνολογία, πόρους και

Εμπόδια Ψηφιακού Μετασχηματισμού

τεχνογνωσία, κάτι που μπορεί να είναι δύσκολο για εταιρείες με περιορισμένους προϋπολογισμούς.

Ορισμένες εταιρείες αναφέρουν την επιθυμία μετάβασης σε ψηφιακές λύσεις, αλλά αναφέρουν την αργή πρόοδο στην υιοθέτηση τέτοιων τεχνολογιών. Η υιοθέτηση ψηφιακών συστημάτων ιχνηλασιμότητας φαίνεται να είναι μια σταδιακή διαδικασία, πιθανώς λόγω παραγόντων όπως το κόστος, η τεχνική τεχνογνωσία ή η αντίσταση στις αλλαγές.

Συνεργασία Προμηθευτών

Αναφέρονται προκλήσεις που σχετίζονται με τη λήψη πληροφοριών από προμηθευτές, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις όπου οι μικροί προμηθευτές διστάζουν να μοιραστούν τις πηγές τους. Αυτό δημιουργεί δυσκολίες στη διασφάλιση της ιχνηλασιμότητας σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού, καθώς βασίζεται στην προθυμία των προμηθευτών να παρέχουν τα απαραίτητα δεδομένα.

"Ζητάμε από τις επωνυμίες μας για αυτές τις πληροφορίες, αλλά δεν τις απορρίπτουμε εάν δεν τις παρέχουν."

Κρατική Υποστήριξη και Χρηματοδότηση

Ένας ερωτώμενος αναφέρει την έλλειψη κρατικής υποστήριξης και χρηματοδότησης για βιώσιμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, υποδεικνύοντας την ανάγκη για εξωτερική βοήθεια και οικονομικούς πόρους για την αποτελεσματική εφαρμογή των πρακτικών ιχνηλασιμότητας.

Επιχειρηματικός ανταγωνισμός

Ορισμένοι οργανισμοί θεωρούν την ιχνηλασιμότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και είναι προσεκτικοί όσον αφορά την αποκάλυψη πληροφοριών προμηθευτών, φοβούμενοι ότι οι ανταγωνιστές θα μπορούσαν να αποκτήσουν πρόσβαση στις πηγές τους και να ανταγωνιστούν άμεσα.

Κόστος και Εξειδίκευση

Το κόστος που σχετίζεται με την εφαρμογή πρακτικών ιχνηλασιμότητας και η τεχνογνωσία που απαιτείται για τη διαχείριση αυτών των συστημάτων αναφέρονται ως προκλήσεις. Αυτό δείχνει ότι οι περιορισμοί οικονομικών και ανθρώπινων πόρων αποτελούν σημαντικά εμπόδια.

«Εάν άλλοι άνθρωποι αποκτήσουν πρόσβαση στον προμηθευτή μου, τότε θα μπορούσαν να δημιουργήσουν παρόμοιες συναλλαγές και να ανταγωνιστούν τις πωλήσεις μου ή θα μπορούσαν να ανακαλύψουν τη χονδρική αξία των προϊόντων μου».

Έλλειψη κανονισμού

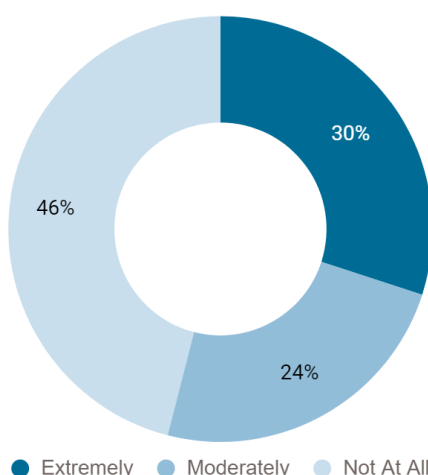
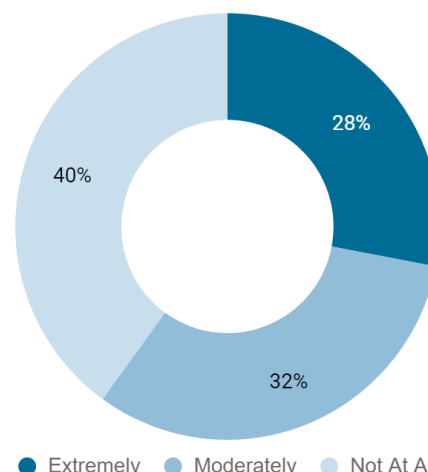
Η απουσία κανονισμών που σχετίζονται με την ιχνηλασιμότητα στη βιομηχανία της μόδας αναφέρεται ως πρόκληση, υποδηλώνοντας ότι τα ρυθμιστικά πλαίσια θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην τυποποίηση των πρακτικών.

Συνοπτικά, αυτές οι προκλήσεις αντικατοπτρίζουν τις πολυπλοκότητες και τα εμπόδια που εμπλέκονται στη δημιουργία ισχυρών συστημάτων ιχνηλασιμότητας στις αλυσίδες εφοδιασμού, ιδιαίτερα για μικρότερες επιχειρήσεις με λιγότερους πόρους. Η εξισορρόπηση της ανάγκης για διαφάνεια με τις ανησυχίες για τον ανταγωνισμό και τους περιορισμούς των πόρων είναι ένα κοινό ζήτημα που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί στη βιομηχανία της μόδας.



Q20. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει τις πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για την ύπαρξη διαδικασιών ανθρωπίνων δικαιωμάτων και περιβαλλοντικής δέουσας επιμέλειας σε όλες τις δραστηριότητές σας προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας;

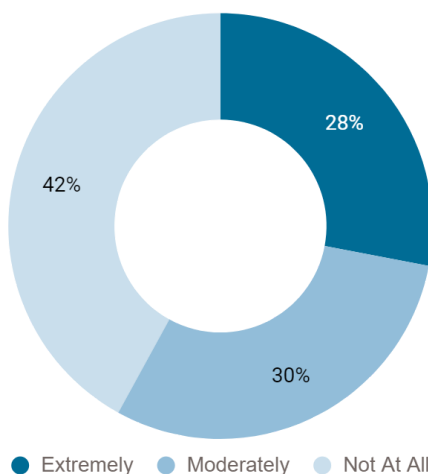
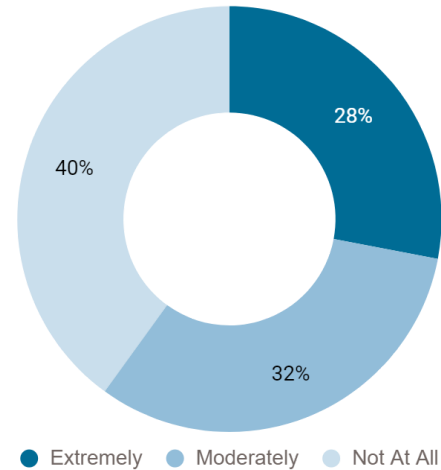
Για τη συμμετοχή σε διαδικασίες δέουσας επιμέλειας από συνδικάτα εργαζομένων, οργανώσεις εργαζομένων γυναικών, οργανώσεις μετανάστευσης.



Με βάση αξιόπιστα διεθνή πρότυπα όπως ο Βασικός Κώδικας Πρωτοβουλίας Ηθικής Εμπορίας, οι σχετικές Συμβάσεις του ΟΗΕ και της ΔΟΕ, οι κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις ή το Παγκόσμιο Σύμφωνο του ΟΗΕ.

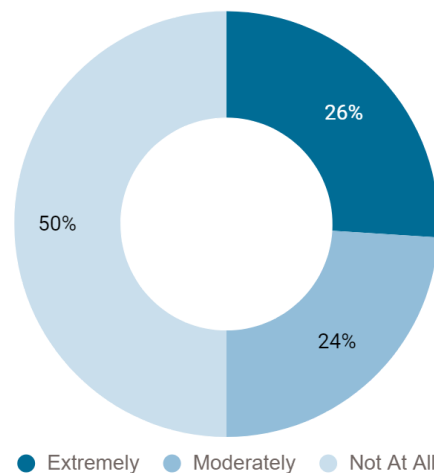


Να υπάρχουν συγκεκριμένες διαδικασίες ελέγχου εγκαταστάσεων εφοδιαστικής αλυσίδας.



Διακοπή, πρόληψη, μετριασμός και αποκατάσταση παραβιάσεων (FIX)

Να υπάρχουν μηχανισμοί καταγγελίας ή παραπόνων.



Οι απαντήσεις καταδεικνύουν διάφορα επίπεδα εφαρμογής των πολιτικών των πωλητών/προμηθευτών για τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις διαδικασίες περιβαλλοντικής δέουσας επιμέλειας σε διάφορες πτυχές της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ενώ ορισμένες εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε ακραίο βαθμό σε ορισμένους τομείς, υπάρχει επίσης ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών που δεν έχουν εφαρμόσει καμία πολιτική ή το έχουν εφαρμόσει με μέτρο. Η ενίσχυση αυτών των πολιτικών και διαδικασιών μπορεί να συμβάλει στον καλύτερο εντοπισμό, την πρόληψη και τον μετριασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των περιβαλλοντικών κινδύνων στις αλυσίδες εφοδιασμού.

E21. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας με αναφορά στην ύπαρξη διαδικασιών δέουσας επιμέλειας για τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον στις δραστηριότητες προμηθειών και της αλυσίδας εφοδιασμού σας.

Δέσμευση για την αειφορία και το περιβάλλον

Πολλοί οργανισμοί τονίζουν τη δέσμευσή τους για τη βιωσιμότητα και τη διατήρηση του περιβάλλοντος. Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση ανακυκλωμένων υλικών, την εφαρμογή ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τη μείωση των εκπομπών CO₂ και την εφαρμογή κλειστών συστημάτων ανακύκλωσης νερού. Αυτές οι προσπάθειες ευθυγραμμίζονται με ευρύτερους



στόχους βιωσιμότητας και περιβαλλοντικά πρότυπα.

Διαδικασίες πιστοποίησης και ελέγχου

Ορισμένοι οργανισμοί αναφέρουν τη χρήση διαδικασιών πιστοποίησης και ελέγχου για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά πρότυπα. Αυτές οι μέθοδοι εξωτερικής επαλήθευσης παρέχουν έναν δομημένο τρόπο αξιολόγησης και διασφάλισης της τήρησης των πρακτικών δέουσας επιμέλειας.

Άμεση ανθρώπινη μεταχείριση και δικαιοσύνη

Αρκετές απαντήσεις τονίζουν τη σημασία της δίκαιης και άμεσης ανθρώπινης μεταχείρισης. Αν και δεν παρέχονται πάντα συγκεκριμένες λεπτομέρειες σχετικά με τις υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές, η εστίαση στη δίκαιη μεταχείριση υποδηλώνει δέσμευση για ηθικές και ανθρώπινες πρακτικές στην αλυσίδα εφοδιασμού.

Προκλήσεις και Συνάφεια

Ορισμένοι οργανισμοί εκφράζουν προκλήσεις που σχετίζονται με τη συνάφεια των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της περιβαλλοντικής δέουσας επιμέλειας με τη συγκεκριμένη επιχείρησή τους. Οι μικρότερες ή εξειδικευμένες επιχειρήσεις μπορεί να έχουν διαφορετικές προτεραιότητες ή περιορισμένους πόρους για να αφιερώσουν σε αυτούς τους τομείς.

Περιορισμοί και Έλλειψη Πληροφοριών

Ορισμένοι οργανισμοί αναφέρουν περιορισμούς ή έλλειψη πρόσβασης σε πολιτικές και πληροφορίες. Αυτοί οι περιορισμοί μπορεί να οφείλονται στο μέγεθος και τη δομή του οργανισμού ή σε άλλους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανότητά τους να εφαρμόζουν ολοκληρωμένες διαδικασίες δέουσας επιμέλειας.

Μοναδικές Προσεγγίσεις

Ορισμένοι οργανισμοί περιγράφουν μοναδικές προσεγγίσεις, όπως η εστίαση σε αλυσίδες εφοδιασμού μηδενικών χιλιομέτρων και η χρήση ανακυκλωμένου νήματος, ως τρόπο αντιμετώπισης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των περιβαλλοντικών ζητημάτων. Αυτές οι προσεγγίσεις υπογραμμίζουν την καινοτομία σε βιώσιμες πρακτικές.

Κρατική Υποστήριξη και Χρηματοδότηση

Ένας ερωτώμενος αναφέρει την έλλειψη κρατικής υποστήριξης και χρηματοδότησης για βιώσιμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Αυτό υποδηλώνει την ανάγκη για εξωτερική βοήθεια και οικονομικούς πόρους για την ενίσχυση των διαδικασιών δέουσας επιμέλειας.

Συνοπτικά, υπάρχει ποικίλο φάσμα προσεγγίσεων και πρακτικών μεταξύ των οργανισμών στη βιομηχανία της μόδας σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα και την περιβαλλοντική δέουσα επιμέλεια στις δραστηριότητές τους προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας. Ενώ πολλοί είναι αφοσιωμένοι στη βιωσιμότητα και χρησιμοποιούν μεθόδους εξωτερικής επαλήθευσης, άλλοι μπορεί να αντιμετωπίσουν προκλήσεις που σχετίζονται με πόρους ή συνάφεια με το συγκεκριμένο επιχειρηματικό τους μοντέλο.

Ε22. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών σχετικά με την ύπαρξη ανθρωπίνων δικαιωμάτων και διαδικασιών περιβαλλοντικής δέουσας επιμέλειας στις

εγκαταστάσεις των συνεργατών σας (παραγωγοί, εργοστάσια συναρμολόγησης, παραγωγοί πρώτων υλών, κατασκευαστές υλικών, logistics).

Περιορισμοί μεγέθους και πόρων

Πολλοί οργανισμοί, ιδιαίτερα μικρές ή οικογενειακές επιχειρήσεις, ανέφεραν τους περιορισμένους πόρους τους ως σημαντική πρόκληση. Αυτός ο περιορισμός επεκτείνεται συχνά στη διαθεσιμότητα ειδικευμένου προσωπικού και σε περιορισμούς προϋπολογισμού, καθιστώντας δύσκολη την κατανομή πόρων για δραστηριότητες δέουσας επιμέλειας.

Περιορισμένος έλεγχος σε απομακρυσμένα εργοστάσια

Ορισμένοι οργανισμοί εξέφρασαν προκλήσεις όσον αφορά την άσκηση ελέγχου ή επιρροής σε απομακρυσμένα εργοστάσια ή συνεργάτες εντός της αλυσίδας εφοδιασμού τους. Αυτή η έλλειψη ελέγχου μπορεί να καταστήσει δύσκολη τη διασφάλιση συνεπών προτύπων και την παρακολούθηση της συμμόρφωσης σε γεωγραφικά διασκορπισμένες οντότητες.

Εξάρτηση από Πιστοποιήσεις Τρίτων

Ένας οργανισμός ανέφερε ότι βασίζεται σε πιστοποιήσεις τρίτων για τις απαιτήσεις δέουσας επιμέλειας. Αυτό υποδηλώνει ότι ορισμένες εταιρείες μπορεί να επιλέξουν να εξαρτώνται από εξωτερικές πιστοποιήσεις ή πρότυπα ως τρόπο διασφάλισης της συμμόρφωσης με τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον, πιθανώς λόγω περιορισμών πόρων ή επιθυμίας για ανεξάρτητη επαλήθευση.



Περιορισμένη εγγύηση για τις εσωτερικές πολιτικές των συνεργατών

Ένας οργανισμός τόνισε την πρόκληση της μεταφοράς αξιόπιστων εμπορικών σημάτων, αλλά δεν είχε την ικανότητα να εγγυηθεί τις εσωτερικές του πολιτικές. Αυτό υπογραμμίζει τη δυσκολία εξασφάλισης πλήρους διαφάνειας και ευθυγράμμισης των πρακτικών με τους εταίρους, κάτι που μπορεί να είναι πρόκληση για τις εταιρείες που επιδιώκουν να διατηρήσουν αυστηρά ανθρώπινα δικαιώματα και περιβαλλοντικά πρότυπα.

Έλλειψη γνώσης μεταξύ των προμηθευτών

Ορισμένες απαντήσεις υποδηλώνουν έμμεσα ότι οι προμηθευτές μπορεί να μην έχουν επίγνωση ή κατανόηση της σημασίας και των περιπλοκών των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των διαδικασιών δέουσας επιμέλειας για το περιβάλλον. Αυτό το κενό γνώσης μπορεί να εμποδίσει την αποτελεσματική συνεργασία και τη συμμόρφωση.

Δυσκολία στην εύρεση ειδικευμένου προσωπικού

Ένας οργανισμός ανέφερε τη δυσκολία εύρεσης καταρτισμένων επαγγελματιών στην κλωστοϋφαντουργία, ιδίως λόγω της συνταξιοδότησης έμπειρου προσωπικού και της έλλειψης ενδιαφέροντος από νεότερα άτομα. Αυτή η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού μπορεί να επηρεάσει την ικανότητα αποτελεσματικής διενέργειας δραστηριοτήτων δέουσας επιμέλειας.

Έλλειψη Τοπικών Προμηθευτών

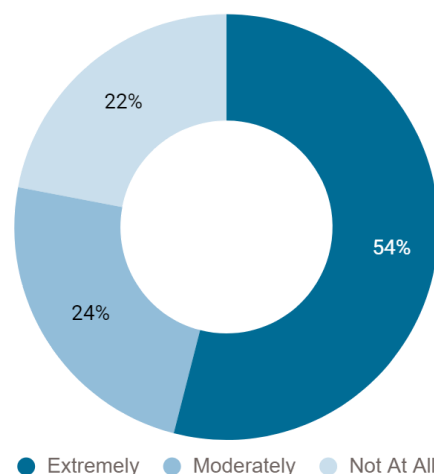
Ορισμένοι οργανισμοί σημείωσαν ότι δεν μπορούν να βρουν τοπικούς προμηθευτές. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη εξάρτηση από

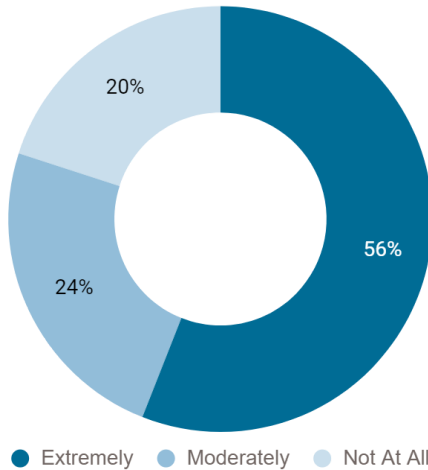
απομακρυσμένους προμηθευτές, περιπλέκοντας την παρακολούθηση και την εφαρμογή των διαδικασιών δέουσας επιμέλειας.

Συμπερασματικά, οι προκλήσεις που σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές διαδικασίες δέουσας επιμέλειας στην εφοδιαστική αλυσίδα της βιομηχανίας της μόδας συχνά περιστρέφονται γύρω από περιορισμούς πόρων, περιορισμένο έλεγχο στους συνεργάτες και την ανάγκη για εξωτερικές πιστοποιήσεις. Η αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων ενδέχεται να απαιτήσει πρωτοβουλίες σε ολόκληρο τον κλάδο, συνεργασία με εταίρους και καινοτόμες λύσεις προσαρμοσμένες στους συγκεκριμένους περιορισμούς που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

E23. Σε ποιο βαθμό η εταιρεία σας εφαρμόζει πολιτικές πωλητών/προμηθευτών για την ελαχιστοποίηση της υπερκατανάλωσης και της σπατάλης στις δραστηριότητες προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας;

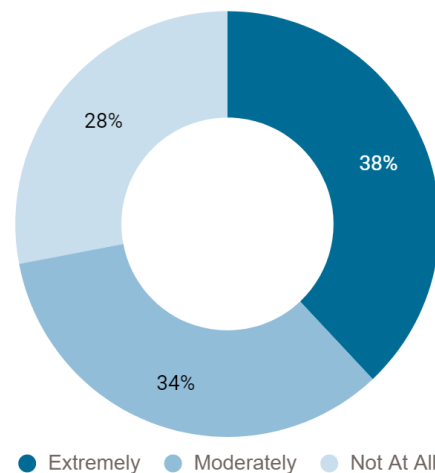
Να υιοθετήσουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα που υποστηρίζουν τη μακροζωία των ρούχων, την παρατεταμένη διάρκεια ζωής και την επιβράδυνση της κατανάλωσης νέων ρούχων, όπως η ενοικίαση και η μεταπώληση.

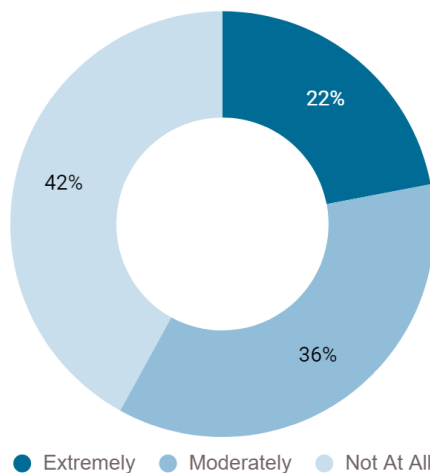




Απορρίμματα & Ανακύκλωση
(Συσκευασίες/Γραφείο/Εγκαταστάσεις/Λιανική & Προϊόντα/Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα).

Καταγραφή της ποσότητας των απορριμμάτων προπαραγωγής και μετά την παραγωγή που παράγονται ετησίως (π.χ. τεμάχια, σκραπ, κλωστές, υφάσματα στο τέλος του ρολού).





Για την καταγραφή του αποτυπώματος νερού σε ιδιόκτητες και λειτουργούσες εγκαταστάσεις μιας εταιρείας (π.χ. κεντρικά γραφεία, καταστήματα λιανικής, κέντρα διανομής, αποθήκες κ.λπ.).

Συνολικά, οι απαντήσεις δείχνουν ότι ενώ ορισμένες εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές σε σημαντικό βαθμό για την ελαχιστοποίηση της υπερκατανάλωσης και της σπατάλης, υπάρχουν άλλες που δεν έχουν υιοθετήσει τέτοιες πολιτικές ή το έχουν πράξει σε μικρότερο βαθμό. Υπάρχει μια σειρά πρακτικών και προσεγγίσεων όσον αφορά την υιοθέτηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων, τη διαχείριση απορριμμάτων και ανακύκλωσης και τη μέτρηση των αποτυπωμάτων αποβλήτων και νερού στις δραστηριότητες προμήθειας και εφοδιαστικής αλυσίδας. Μπορεί να χρειαστούν περαιτέρω προσπάθειες για να εξασφαλιστεί η ολοκληρωμένη και συνεπής εφαρμογή αυτών των πολιτικών σε ολόκληρο τον κλάδο.

Q24. Περιγράψτε τυχόν υπάρχουσες πρακτικές και πολιτικές προμηθευτών/προμηθευτών που χρησιμοποιούνται ήδη από τον οργανισμό σας με αναφορά στην ελαχιστοποίηση της υπερκατανάλωσης και της σπατάλης στις δραστηριότητες προμηθειών και της αλυσίδας εφοδιασμού σας.

Ανακύκλωση και Ανακύκλωση

Πολλοί οργανισμοί ασχολούνται ενεργά με την ανακύκλωση υπαρχόντων υλικών ή προϊόντων για τη δημιουργία νέων. Αυτή η προσέγγιση ευθυγραμμίζεται με την ιδέα της κυκλικής οικονομίας, όπου τα απόβλητα μειώνονται με την αλλαγή χρήσης και την παράταση της διάρκειας ζωής των υλικών.



Πρακτικές μηδενικών αποβλήτων

Αρκετοί οργανισμοί έχουν υιοθετήσει πρακτικές μηδενικών αποβλήτων, οι οποίες περιλαμβάνουν την ελαχιστοποίηση της παραγωγής απορριμμάτων κατά την παραγωγή. Αυτό περιλαμβάνει κοπή μοτίβων μηδενικών αποβλήτων και αποτελεσματική χρήση υπολειμμάτων υφασμάτων για να αφήσετε ελάχιστα έως καθόλου απορρίμματα.

Υπεύθυνη Προμήθεια Υλικών

Δίνεται έμφαση στην υπεύθυνη προμήθεια υλικού. Ορισμένοι οργανισμοί χρησιμοποιούν υλικά με χαμηλότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο, όπως υφάσματα από λινάρι. Αυτό όχι μόνο μειώνει τα απόβλητα αλλά και ελαχιστοποιεί το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των υλικών που χρησιμοποιούνται.

Εκπαίδευση και Ευαισθητοποίηση

Πολλοί οργανισμοί δίνουν προτεραιότητα στην εκπαίδευση των πελατών τους σχετικά με τη βιωσιμότητα. Αυτό περιλαμβάνει την εκπαίδευσή τους για τις αρνητικές πτυχές της βιομηχανίας της μόδας, τις κατάλληλες οδηγίες φροντίδας για τα ρούχα και τις υπεύθυνες καταναλωτικές συνήθειες.

Τοπική Παραγωγή και Παραγωγή Μικρών Παρτίδων

Ορισμένοι οργανισμοί τονίζουν τα οφέλη της τοπικής παραγωγής, όπως ο μειωμένος χρόνος παράδοσης και η δυνατότητα παραγωγής σε μικρές ποσότητες. Αυτή η προσέγγιση βοηθά στην ελαχιστοποίηση της υπερπαραγωγής και της σπατάλης.



Συνεργασία με Υπεύθυνους Προμηθευτές

Αρκετοί οργανισμοί αναφέρουν τη συνεργασία με μικρές εταιρείες ή προμηθευτές γνωστούς για τις βιώσιμες πρακτικές τους. Αυτό δείχνει μια προτίμηση για συνεργασίες που ευθυγραμμίζονται με τους στόχους βιωσιμότητας τους.

Προσέγγιση Κυκλικής Οικονομίας

Η έννοια της κυκλικής οικονομίας είναι διαδεδομένη, με τους οργανισμούς να στοχεύουν στη δημιουργία προϊόντων που είναι απεριόριστα ανακυκλώσιμα. Ορισμένοι οργανισμοί προωθούν επίσης την ανακύκλωση ή την ανακύκλωση των προϊόντων τους, διασφαλίζοντας ότι δεν θα καταλήξουν ως απόβλητα.

Διαχωρισμός απορριμμάτων και σωστή διάθεση

Αναφέρονται οι σωστές μέθοδοι διαχωρισμού και διάθεσης απορριμμάτων, υπογραμμίζοντας τη δέσμευση για υπεύθυνη διαχείριση των απορριμμάτων.

Ενεργειακής απόδοσης

Ορισμένοι οργανισμοί επικεντρώνονται στην ενεργειακή απόδοση και στη μείωση της κατανάλωσης πόρων κατά την παραγωγή, όπως φαίνεται με πρωτοβουλίες όπως η χρήση πράσινης ενέργειας ή ενεργειακών πάνελ.

Επαναχρησιμοποίηση και ενοικίαση προϊόντων

Ορισμένοι οργανισμοί διερευνούν επιλογές επαναχρησιμοποίησης και ενοικίασης προϊόντων, ευθυγραμμίζόμενοι με την ιδέα της επέκτασης

	του κύκλου ζωής των προϊόντων και τη μείωση της ανάγκης για νέα παραγωγή.
Επαναχρησιμοποίηση και ενοικίαση προϊόντων	Ορισμένοι οργανισμοί διερευνούν επιλογές επαναχρησιμοποίησης και ενοικίασης προϊόντων, ευθυγραμμιζόμενοι με την ιδέα της επέκτασης του κύκλου ζωής των προϊόντων και τη μείωση της ανάγκης για νέα παραγωγή.
Διαχείριση Deadstock	Αρκετοί οργανισμοί αναφέρουν τη διαχείριση νεκρών αποθεμάτων, η οποία περιλαμβάνει την πώληση ή τη δωρεά πλεονάζοντος ή απούλητου αποθέματος, μειώνοντας έτσι τα απόβλητα.
Σχεδιασμός από λίκνο σε λίκνο	Ορισμένοι οργανισμοί υιοθετούν μια προσέγγιση από λίκνο σε λίκνο, σχεδιάζοντας προϊόντα με σκοπό να είναι πλήρως ανακυκλώσιμα και να επαναχρησιμοποιηθούν στο μέλλον.

Συμπερασματικά, η βιομηχανία της μόδας κάνει βήματα προς την ελαχιστοποίηση των απορριμμάτων και τις βιώσιμες πρακτικές. Τα κοινά σημεία που παρατηρούνται στις απαντήσεις δείχνουν μια αυξανόμενη δέσμευση για κυκλικότητα, υπεύθυνη προμήθεια, εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση. Αυτές οι πρακτικές ευθυγραμμίζονται με ευρύτερους στόχους βιωσιμότητας και συμβάλλουν στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της βιομηχανίας της μόδας.

Q25. Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζετε κατά την εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών σχετικά με την ελαχιστοποίηση της υπερκατανάλωσης και των απορριμμάτων στις εγκαταστάσεις των συνεργατών σας (παραγωγοί, εργοστάσια συναρμολόγησης, παραγωγοί πρώτων υλών, κατασκευαστές υλικών, logistics);



Περιορισμένος έλεγχος και επιρροή

Πολλοί οργανισμοί αναγνωρίζουν τη δυσκολία άσκησης ελέγχου ή επιρροής στους συνεργάτες ή τους προμηθευτές τους. Συχνά συνεργάζονται με μικρότερες εταιρείες ή βασίζονται σε υποβληθείσα τεκμηρίωση, υποδεικνύοντας ότι η επιβολή βιώσιμων πρακτικών σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού μπορεί να είναι δύσκολη λόγω περιορισμένου ελέγχου.

Περιορισμοί πόρων

Οι περιορισμοί πόρων, ιδιαίτερα οι οικονομικοί περιορισμοί, εμποδίζουν τους οργανισμούς να εφαρμόζουν και να παρακολουθούν αποτελεσματικά βιώσιμες πρακτικές. Αυτό περιλαμβάνει την αδυναμία επίσκεψης εγκαταστάσεων ή διενέργειας επιτόπιων επιθεωρήσεων, υπογραμμίζοντας τις προκλήσεις που σχετίζονται με τη διαθεσιμότητα των πόρων.

Θεωρήσεις κόστους

Το υψηλότερο κόστος που συνδέεται με την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών αποτελεί σημαντική πρόκληση. Αυτό υποδηλώνει ότι οι οικονομικές επιπτώσεις της υιοθέτησης φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών μπορεί να δημιουργήσουν δυσκολίες για ορισμένους οργανισμούς.

Περιορισμοί αγοράς και επιδοτήσεις

Ορισμένοι οργανισμοί αντιμετωπίζουν προκλήσεις που σχετίζονται με την πρόσβαση στην αγορά, ιδιαίτερα σε περιοχές που πλήττονται από κρίσεις. Εκφράζουν την ανάγκη για επιδοτήσεις και οικονομική στήριξη για τη διευκόλυνση της υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών, υποδεικνύοντας την εξάρτηση από



	την εξωτερική βοήθεια για την αντιμετώπιση των προκλήσεων που σχετίζονται με την αγορά.
Προσανατολισμός της Εταιρείας προς την Αειφορία	Αρκετοί οργανισμοί αναφέρουν ότι οι εταιρείες τους δεν προσανατολίζονται προς τη βιωσιμότητα ή τη διαφάνεια. Αυτό υποδηλώνει μια λανθασμένη ευθυγράμμιση μεταξύ των τρεχουσών προτεραιοτήτων του οργανισμού τους και της εφαρμογής των πρακτικών και των πολιτικών των πωλητών/προμηθευτών για την ελαχιστοποίηση των απορριμμάτων.
Ειδικές Επιχειρησιακές Προκλήσεις	Ορισμένοι οργανισμοί επισημαίνουν συγκεκριμένες λειτουργικές προκλήσεις που σχετίζονται με τη διαχείριση πλαστικών, την πολυπλοκότητα της ανακύκλωσης, τη διάθεση απορριμμάτων και την έλλειψη πληροφοριών. Αυτές οι προκλήσεις υπογραμμίζουν τις πρακτικές δυσκολίες που αντιμετωπίζει η εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών.
Ευαισθητοποίηση Πελατών	Υπάρχει μια αναγνώριση ότι η ευαισθητοποίηση των πελατών σχετικά με τις πρακτικές βιωσιμότητας παίζει ρόλο στη διαμόρφωση των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν. Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των πελατών σχετικά με τη σημασία της βιωσιμότητας μπορεί να είναι βασικός παράγοντας.
Κόστος κλιμάκωσης	Αρκετοί οργανισμοί αναφέρουν ότι το κόστος της κλιμάκωσης των βιώσιμων πρακτικών αποτελεί εμπόδιο. Αυτή η εκτίμηση κόστους μπορεί να επηρεάσει την ικανότητά τους να εφαρμόζουν αυτές τις πρακτικές σε μεγαλύτερη κλίμακα.



Ελλειψη πληροφόρησης

Ορισμένοι οργανισμοί αναφέρουν την έλλειψη πληροφοριών ως πρόκληση. Αυτό θα μπορούσε να σχετίζεται με τη διαθεσιμότητα δεδομένων ή τα κενά γνώσης σχετικά με βιώσιμες πρακτικές.

Το κέρδος ως κύριος στόχος

Σε ορισμένες περιπτώσεις, η πρωταρχική εστίαση στο κέρδος αναφέρεται ως πρόκληση. Αυτό υποδηλώνει ότι ένα ισχυρό κίνητρο κέρδους μπορεί μερικές φορές να έρχεται σε αντίθεση με τους στόχους βιωσιμότητας.

Συνοπτικά, οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί στην εφαρμογή πρακτικών και πολιτικών πωλητών/προμηθευτών για την ελαχιστοποίηση της υπερκατανάλωσης και της σπατάλης στην αλυσίδα εφοδιασμού της βιομηχανίας της μόδας είναι πολύπλοκες. Περιλαμβάνουν περιορισμούς στον έλεγχο και την επιρροή, περιορισμούς πόρων, εκτιμήσεις κόστους, θέματα που σχετίζονται με την αγορά, προτεραιότητες της εταιρείας και συγκεκριμένες λειτουργικές δυσκολίες. Η αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων μπορεί να απαιτεί συνδυασμό εσωτερικών προσπαθειών, εξωτερικής υποστήριξης και πρωτοβουλιών σε ολόκληρη τη βιομηχανία για την προώθηση της βιωσιμότητας σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού.

E26. Τριγωνοποίηση: Ερωτηματολόγιο Συνεντευκτής

A. Ποιες είναι οι πιο σημαντικές δεξιότητες και ικανότητες που πρέπει να έχει το προσωπικό της αλυσίδας προμηθειών/εφοδιαστικής αλυσίδας στις περιπτώσεις που οι εταιρείες πρέπει να διαχειρίζονται τους πωλητές και τους προμηθευτές τους σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού τους;

Οι απαντήσεις τονίζουν ότι το προσωπικό προμηθειών/εφοδιαστικής αλυσίδας σε περίπτωση που οι εταιρείες χρειάζονται ένα μείγμα καινοτόμου σκέψης, ηθικής δέσμευσης και πρακτικών δεξιοτήτων για την αποτελεσματική διαχείριση πωλητών και προμηθευτών. Οι διευθυντές ενθαρρύνονται να κοιτάξουν πέρα από το status quo, όπως αποδεικνύεται από την καινοτομία του retexcycle που πηγάζει από τη μη συμμόρφωση, και να ενσωματώσουν βαθιά τη διαφάνεια και την ειλικρίνεια στις δραστηριότητές τους. Η υποστήριξη και η επιβολή των αξιών που σχετίζονται με τη διαφάνεια θεωρούνται ζωτικής σημασίας, με τους διαχειριστές να διαδραματίζουν βασικό ρόλο στη διασφάλιση ότι αυτές οι αρχές αντικατοπτρίζονται σε κάθε διαδικασία και συνεργασία, όπως στην

περίπτωση της Serpaa. Επιπλέον, τονίζεται η επιρροή των εμπορικών σημάτων στη συμπεριφορά των καταναλωτών, υποδηλώνοντας ότι οι τάσεις προς τη διαφάνεια και τη βιωσιμότητα, όπως αυτές που ξεκίνησε η Hilaturas Arnau, μπορούν να διαμορφώσουν τις απαιτήσεις των καταναλωτών. Οι βασικές δεξιότητες που προσδιορίζονται για αυτούς τους ρόλους περιλαμβάνουν δεξιότητες ενσυναίσθησης και επικοινωνίας, ευελιξία, προσαρμοστικότητα, διαχείριση κινδύνου, ικανότητα απλούστευσης σύνθετων διαδικασιών εφοδιαστικής αλυσίδας, γνώση οικονομικών αναφορών και διαδικασιών και ελέγχων πληροφορικής και κατανόηση της μέτρησης του αντίκτυπου. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες όχι μόνο για την αποτελεσματική επιχειρησιακή διαχείριση αλλά και για την καθοδήγηση των εταιρειών προς πιο ηθικές και βιώσιμες πρακτικές.

Β. Ποιες είναι οι πιο σημαντικές ανάγκες του προσωπικού στη διαχείριση των πωλητών και των προμηθευτών τους σε ολόκληρη την αλυσίδα προμηθειών και εφοδιασμού;

Εστιάζοντας στις πιο σημαντικές ανάγκες του προσωπικού για τη διαχείριση πωλητών και προμηθευτών σε όλη την αλυσίδα προμηθειών και εφοδιασμού, οι απαντήσεις υπογραμμίζουν μια πολύπλευρη προσέγγιση που συνδυάζει τη νομική συμμόρφωση, την τεχνολογική υιοθέτηση και τη στρατηγική αναπροσαρμογή. Καθώς η ευρωπαϊκή νομοθεσία ευνοεί όλο και περισσότερο τα ανθρώπινα δικαιώματα και την προστασία του περιβάλλοντος, καθίσταται ουσιαστικό για τις πρακτικές και τις πολιτικές της εταιρείας να ευθυγραμμίζονται με αυτούς τους νόμους. Αυτό απαιτεί από το προσωπικό να είναι καλά ενημερωμένο σχετικά με τις πρακτικές του, υπογραμμίζοντας τη σημασία των τεχνολογιών διαφάνειας και ιχνηλασιμότητας για την κάλυψη μελλοντικών απαιτήσεων. Συνιστάται στις μεγάλες εταιρείες να αποδοθούν και να αναδοθούν τις επιχειρηματικές τους διαδικασίες με κεντρική αξία τη διαφάνεια, ενώ οι μικρότερες, αναπτυσσόμενες εταιρείες θα πρέπει να καθιερώσουν αυτές τις αξίες από την αρχή, δίνοντας προτεραιότητα στη βιωσιμότητα έναντι του κέρδους παρά τις προκλήσεις. Αυτή η δέσμευση για βιώσιμες διαδικασίες, ανθρώπινα δικαιώματα και περιβαλλοντικές ανησυχίες είναι ζωτικής σημασίας. Επιπλέον, οι ανάγκες προσωπικού περιλαμβάνουν εσωτερική νομική ενίσχυση των διαδικασιών, πρόσβαση σε τεχνικούς πόρους, ισχυρές επικοινωνιακές δεξιότητες, βαθύτερη κατανόηση της αλυσίδας εφοδιασμού και διαβούλευση με ειδικούς για την αναπροσαρμογή των στρατηγικών τους ανάλογα. Αυτά τα στοιχεία είναι αναπόσπαστα για την πλοήγηση στο εξελισσόμενο τοπίο της διαχείρισης των προμηθειών και της εφοδιαστικής αλυσίδας, για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τους αναδυόμενους κανονισμούς και για την προώθηση μιας κουλτούρας ηθικών και βιώσιμων επιχειρηματικών πρακτικών.

Γ. Ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις του προσωπικού στη διαχείριση των πωλητών και των προμηθευτών τους σε ολόκληρη την αλυσίδα προμηθειών και εφοδιασμού;



Όσον αφορά τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει το προσωπικό στη διαχείριση πωλητών και προμηθευτών σε ολόκληρη την αλυσίδα προμηθειών και εφοδιασμού, επισημαίνονται αρκετά βασικά ζητήματα. Μια σημαντική πρόκληση είναι η υπέρβαση της αδράνειας των παραδοσιακών οικονομικών μοντέλων και η δημιουργία νέων συστημάτων που σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον. Ένα άλλο σημαντικό εμπόδιο είναι η εξασφάλιση χρηματοδότησης για την υποστήριξη πιο βιώσιμων πρακτικών, ιδίως καθώς το υψηλότερο κόστος που σχετίζεται με αυτές τις πρακτικές μπορεί να δυσκολέψει τον ανταγωνισμό με λιγότερο βιώσιμους ανταγωνιστές με χαμηλότερες τιμές. Υπάρχει έκκληση για δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς να υποστηρίξουν αυτές τις εταιρείες με τους απαραίτητους πόρους για τη διατήρηση καλών πρακτικών. Επιπλέον, η πρόσφατη θέσπιση ενός νομικού πλαισίου από την ΕΕ αποτελεί πρόκληση, ιδιαίτερα στην Ελλάδα όπου οι επωνυμίες δεν έχουν ενημερωθεί πλήρως για τις επικείμενες νομοθεσίες που πρόκειται να τεθούν σε ισχύ έως το 2024. Η έλλειψη εθνικού διαλόγου για την πράσινη και ηθική μετάβαση των εμπορικών σημάτων δημιουργεί ένα κενό στην εκπαίδευση σχετικά με τις διαδικασίες διαφάνειας. Αυτή η κατάσταση επιδεινώνεται από δυσκολίες συνεργασίας με προμηθευτές και πωλητές, οι οποίοι μπορεί είτε να είναι απρόθυμοι να μοιραστούν πληροφορίες είτε οι ίδιοι να μην είναι ενημερωμένοι για την αλυσίδα εφοδιασμού. Αυτές οι προκλήσεις υπογραμμίζουν την ανάγκη για μια συστημική προσέγγιση που περιλαμβάνει οικονομική υποστήριξη, νομοθετική ευαισθητοποίηση και συνεργατικές προσπάθειες μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων για την προώθηση ενός πιο βιώσιμου και διαφανούς περιβάλλοντος προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας.



7. Συμπεράσματα



Μετά από προσεκτική ανάλυση των συνεντεύξεων, μπορούμε να επισημάνουμε τα ακόλουθα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι ερωτηθέντες στους οργανισμούς τους όσον αφορά τις επιχειρηματικές πρακτικές τους και τις πρακτικές των προμηθευτών τους και των συνεργατών τους στην αλυσίδα εφοδιασμού:

Διαφάνεια Εφοδιαστικής Αλυσίδας

Υπάρχει ανάγκη για σημαντική βελτίωση στην ενίσχυση των προσπάθειών διαφάνειας και επικοινωνίας σε όλη τη βιομηχανία της μόδας. Πολλοί οργανισμοί εξακολουθούν να υστερούν στην αποτελεσματική επικοινωνία των πρακτικών της εφοδιαστικής αλυσίδας που σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον. Η ενίσχυση των μέτρων διαφάνειας θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα για τους οργανισμούς, καθώς αυτό είναι ζωτικής σημασίας για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές και τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Προστασία των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και του Περιβάλλοντος

Οι οργανώσεις στη βιομηχανία της μόδας ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό ως προς το επίπεδο ελέγχου και εφαρμογής των πολιτικών για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος. Απαιτούνται περαιτέρω ενέργειες και βελτιώσεις στις πρακτικές διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας για να διασφαλιστεί ότι τα ανθρώπινα δικαιώματα και η προστασία του περιβάλλοντος δίνονται με συνέπεια σε προτεραιότητα.



Επικοινωνία Καταναλωτή

Οι εταιρείες διαφέρουν στις προσπάθειές τους να ενημερώσουν τους καταναλωτές σχετικά με τις πρακτικές της εφοδιαστικής αλυσίδας που σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα και το περιβάλλον. Πολλοί πρέπει να ενισχύσουν σημαντικά τις πρωτοβουλίες τους για τη διαφάνεια και την εκπαίδευση των καταναλωτών. Η εκπαίδευση των καταναλωτών σχετικά με τη σημασία των βιώσιμων και ηθικών πρακτικών μπορεί να ενισχύσει τη μεγαλύτερη ζήτηση για υπεύθυνα προϊόντα.

Πολιτική Εμπλοκή

Οι πολιτικοί θεσμοί έχουν μέτριο επίπεδο συμμετοχής στην προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος στη βιομηχανία της μόδας. Ωστόσο, απαιτούνται συνεχείς προσπάθειες για την ενίσχυση της πολιτικής δέσμευσης και των ρυθμιστικών πλαισίων για βιώσιμες πρακτικές. Η συνεργασία μεταξύ του κλάδου και των υπευθύνων χάραξης πολιτικής μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην οδήγηση θετικών αλλαγών.



Εφαρμογή Πολιτικών

Ενώ πολλές εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές για ηθικές πρακτικές, υπάρχουν ακόμη πολλά περιθώρια βελτίωσης. Η συνεχής αξιολόγηση και η ενίσχυση αυτών των πολιτικών είναι ουσιαστικής σημασίας για τη διασφάλιση υπεύθυνων πρακτικών σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Οι εταιρείες θα πρέπει να εξετάσουν το ενδεχόμενο ευθυγράμμισης των πολιτικών τους με τα διεθνή πρότυπα και τις βέλτιστες πρακτικές για να ενισχύσουν τις προσπάθειές τους για βιωσιμότητα.

Γενικές Προκλήσεις

Οι οργανισμοί αντιμετωπίζουν μια σειρά από προκλήσεις, όπως περιορισμένο έλεγχο, ζητήματα διαφάνειας, περιορισμούς πόρων, εκτιμήσεις κόστους, περιορισμένη κοινή χρήση δεδομένων και πιστοποιήσεις. Οι μικρότερες εταιρείες αντιμετωπίζουν πρόσθετες προκλήσεις, όπως η διαθεσιμότητα ειδικευμένου προσωπικού και η βιώσιμη κλωστοϋφαντουργία. Η υπέρβαση αυτών των προκλήσεων απαιτεί καινοτόμες λύσεις, συνεργασία στον κλάδο και υποστήριξη για μικρότερες επιχειρήσεις.



Συνδικαλισμός και Συλλογικές Διαπραγματεύσεις

Οι εταιρείες πρέπει να αντιμετωπίσουν την έλλειψη πολιτικών που να προστατεύουν τη συνδικαλιστική οργάνωση και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις στις δραστηριότητές τους προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας. Όσοι έχουν εφαρμόσει πολιτικές από την άποψη αυτή επιδεικνύουν δέσμευση για τα δικαιώματα των εργαζομένων και αυτή η δέσμευση θα πρέπει να είναι πιο διαδεδομένη στον κλάδο.

Υιοθέτηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων

Οι εταιρείες έχουν αρχίσει να εφαρμόζουν πολιτικές που υποστηρίζουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα που προάγουν τη μακροζωία των ρούχων και μειώνουν την κατανάλωση μέσω ενοικίασης και μεταπώλησης. Ωστόσο, απαιτείται μεγαλύτερη ενσωμάτωση αυτών των μοντέλων σε ολόκληρο τον κλάδο για να οδηγήσει σε διαρκή αλλαγή.



Πρακτικές Απορριμμάτων και Ανακύκλωσης

Πολλές εταιρείες έχουν εφαρμόσει πολιτικές για την αποτελεσματική διαχείριση των απορριμμάτων και την ανακύκλωση, επιδεικνύοντας τη δέσμευσή τους για ελαχιστοποίηση της παραγωγής απορριμμάτων. Αυτό είναι ένα θετικό βήμα προς τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του κλάδου. Απαιτείται πιο ολοκληρωμένη παρακολούθηση και διαχείριση της κατανάλωσης νερού. Αυτό αντανakλά την αυξανόμενη συνειδητοποίηση της σημασίας της διαχείρισης του νερού στη βιομηχανία της μόδας.

Συνολικά, η βιομηχανία της μόδας επιδεικνύει ένα ευρύ φάσμα δέσμευσης για διαφάνεια και βιωσιμότητα, με ηγέτες και καθυστερήσεις. Οι πρωτοβουλίες σε ολόκληρο τον κλάδο, η ανταλλαγή γνώσεων και οι βέλτιστες πρακτικές είναι ζωτικής σημασίας για την ενθάρρυνση όλων των εταιρειών να ενσωματώσουν βιώσιμες πολιτικές στις δραστηριότητές τους στην αλυσίδα εφοδιασμού. Η αντιμετώπιση των προκλήσεων που εντοπίστηκαν είναι ζωτικής σημασίας για την ενίσχυση της διαφάνειας, των υπεύθυνων πρακτικών και της περιβαλλοντικής διαχείρισης στη βιομηχανία της μόδας.



8. Αναφορές



- Asana 2012. Κοινή χρήση αξιών Δεν υπάρχει τίποτα ιδιαίτερο [Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://sharingvalue.wordpress.com/2012/03/13/theres-nothing-special/> (Ανακτήθηκε στις 17/2/2016)]
- Doz, Olk και Ring. 2000. συλλογικές στρατηγικές
- ΕΕ, 2022. Στρατηγική για βιώσιμα και κυκλικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy_en
- ΕΕ, 2022. Κανονισμός για τον οικολογικό σχεδιασμό για βιώσιμα προϊόντα https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/sustainable-products/ecodesign-sustainable-products_en
- ΕΕ, 2021. Κατασκευάστηκε στην Ευρώπη. Η εταιρική σχέση παραγωγής στο Horizon Europe – Στρατηγικό Πρόγραμμα Έρευνας και Καινοτομίας (SRIA). Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, [made_in_europe-sria.pdf \(effra.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/made_in_europe-sria.pdf)
- Οδηγία ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, 2011. «Οδηγία 2011/36/ΕΕ της 5ης Απριλίου 2011 για την πρόληψη και την καταπολέμηση της εμπορίας ανθρώπων και την προστασία των θυμάτων της, και την αντικατάσταση της απόφασης-πλαίσιου του Συμβουλίου 2002/629/ΔΕΥ» *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, 14 Απριλίου 2011, Βρυξέλλες: ΕΕ.
- Eggers και MacMillan επίδοση 2013 SE τζίρου 2,1 τρισεκατομμύρια \$ παγκόσμια οικονομία, ο αριθμός Se αυξάνεται 15,1% ετησίως.
- Επενδυτικό δίκτυο παγκόσμιου αντίκτυπου, 2015
- Global Slavery Index, 2018. *Global Slavery Index 2018*. ΗΠΑ: Walk Free Foundation
- Hamphreys, P et al. 2009. Συν-δημιουργία- Νέα μονοπάτια προς την αξία. LSE Enterprise. Υπόσχεση: HB
- Harding, R 2013. The Collaborative Entrepreneur. Cooperatives UK: Manchester [Διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.uk.coop/sites/default/files/uploads/attachments/the_collaborative_entrepreneur.pdf (Ανακτήθηκε στις 16/2/2016)]
- Hochstadter and Scheck, 2015; Αγορά κοινωνικών επενδύσεων Teasdale 2012
- Kelley, B. 2012. Βέλτιστες πρακτικές για καινοτομία από τη Microsoft. Microsoft. [Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.innovationexcellence.com/blog/2013/10/02/best-practices-for-innovation-from-microsoft/> (Ανακτήθηκε στις: 17/2/2016)]
- Συνεργασίες Kolk, Rivera-Santos και Ruddin 2013
- London, T. 2008. Η βάση της προοπτικής της πυραμίδας: Μια νέα προσέγγιση για την ανακούφιση της φτώχειας. *Proceedings of the Academy of Management Annual Meeting 2008*. [Διαθέσιμο στο: <http://www.pitt.edu/~mitnick/MESM10/LondonBaseofPyramidAoM08Proceedings.pdf> (Ανακτήθηκε στις 28/02/2106)]
- London, T. and SL Hart 2004. Έπανεφεύρεση στρατηγικών για τις αναδυόμενες αγορές: Πέρα από το διακρατικό μοντέλο, *Journal of International Business Studies*, 35: 350-370.
- Morris, D., 2020. *Driving Change Through Public Procurement; Μια εργαλειοθήκη για τα ανθρώπινα δικαιώματα για υπεύθυνους χάραξης πολιτικής προμηθειών και επαγγελματίες*, Δανία: Το Δανικό Ινστιτούτο για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα.



- Nahi, T. 2012. Συνδημιουργία στη βάση της πυραμίδας. Proceedings of the Corporate Responsibility Research Conference 2012 [Διαθέσιμο στο: http://www.crrconference.org/Previous_conferences/downloads/crrc2012nahi.pdf (Ανακτήθηκε στις 28/02/2016)]
- Narayanan, VK, Yang, Y. & Zahra, SA 2009. Εταιρικό εγχείρημα και δημιουργία αξίας: Ανασκόπηση και προτεινόμενο πλαίσιο. Research Policy, Vol. 38, σελ. 58-76.
- Pasquinelli, I. 2012. Θα μπορούσε το μικρό να είναι το νέο μεγάλο για τη βιομηχανία της μόδας; Επαγγελματίας φύλακας. Ethical Fashion Consultancy [Ανακτήθηκε στη διεύθυνση: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/fashion-industry-trends-innovation-small-business> (Ανακτήθηκε στις 17/2/2016)]
- Petkova, I. 2014. Συν-δημιουργία στρατηγικής σε νέα τεχνολογικά καθεστώτα στο διαδίκτυο: Πώς οι νέοι ψηφιακοί επιχειρηματίες επηρεάζουν τους ώριμους κατεστημένους στη βιομηχανία της μόδας. Γιατρός της Φιλοσοφίας. Πανεπιστήμιο Κολούμπια: Νέα Υόρκη
- Prahalad, CK and Ramaswamy, V. 2004. Συνδημιουργώντας μοναδικές αξίες με πελάτες. Στρατηγική και Ηγεσία. Τομ. 32 (3) σελ.4-9
- Proceedings for the Academy of Management Annual Meeting 2016. Cognitive legitimacy of social business ventures: An analysis of business plans.
- Proceedings for the Academy of Management Annual Meeting 2016. Κοινωνικές επιχειρήσεις ως συλλογική δράση: Κινητοποίηση πόρων για μαζική επιτυχία στην αγορά.
- Todeva, E. and Knoke, D. 2005. Strategic Alliance and Models of Collaboration. Απόφαση Διαχείρισης, Τόμος 43(1).
- Wikström, Solveig 1996. Δημιουργία αξίας από την αλληλεπίδραση εταιρείας-καταναλωτή. Journal of Marketing Management, 12: 359–374.
- Zafeiropoulou, FA (2022) «How to Transform to Green, Digital, Sustainable, Ethical and Circular Business Supply Chains in the Textile and Fashion Industry Building on Systems Theory», Μεταδιδακτορική Έρευνα, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών Τμήμα Επιχειρήσεων
- Zafeiropoulou, F. and Moskoff, H., 2019. «Athens Pilot» στην Ολομέλεια Υψηλού Επιπέδου 1: Διεθνείς και εθνικές προσεγγίσεις για την αντιμετώπιση των κινδύνων σύγχρονης δουλείας, καταναγκαστικής εργασίας και εμπορίας ανθρώπων στις δημόσιες προμήθειες, Διεθνές Συνέδριο για την Αντιμετώπιση της Σύγχρονης Δουλείας, Αναγκαστική Εργασία και Εμπορία Ανθρώπων στις Εφοδιαστικές Αλυσίδες του Δημόσιου Τομέα, Home Office UK, OSCE and Ethical Trading Initiative, 27 Μαρτίου 2019, Λονδίνο: Συνεδριακό Κέντρο Queen Elizabeth II
- Zafeiropoulou, FA (2016) "Social Franchising" in Hoy,F., Terry, A., and Perrigot, R. (επιμ.) The Edward Elgar Handbook on Franchising USA: Edward Elgar Publishing
- Zafeiropoulou, FA (2013) The Process of the New Inter-organizational Format of Social Franchising from a Social Network Theory Approach: Institutions, Social Entrepreneurship Profile, Innovation and the Argument of Embeddedness. Γιατρός της Φιλοσοφίας. Αρχείο Ερευνών του Πανεπιστημίου Brunel: Middlesex [Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/8970>]



- Ζαφειροπούλου, Φ.Α. (έγγραφο εργασίας) «Scaling Strategies of Social Enterprises; The Social Franchise Model” International Small Business Journal (βαθμολόγηση 3*)
- Zafeiropoulou, FA and Soderquist, EK (working paper) «The Social Entrepreneurship Model; Μια συστημική προσέγγιση της δυναμικής των θεσμών και της ενσωμάτωσης στη διαμόρφωση κοινωνικής επιχειρηματικότητας» American Management Journal (4* αξιολόγηση)
- Zafeiropoulou, FA & Kouforoulos, D (2014) «The influence of the σχεσιακό μάρκετινγκ παραδείγματος στην διακυβέρνηση της νέας μορφής καναλιού που ονομάζεται social franchising: An exploratory qualitative analysis of four social franchises from the UK» Journal of Developmental Entrepreneurship; Ειδικό τεύχος για το πολιτιστικό μάρκετινγκ και την επιχειρηματικότητα: Νέα σύνορα για τις παγκόσμιες επιχειρήσεις, τόμ. 19(2) σελ. 10-24
- Ζαφειροπούλου, Φ.Α. & Κουφόπουλος, Δ. (2012) «Η επιρροή του παραδείγματος σχεσιακού μάρκετινγκ στη δομή διακυβέρνησης του νέου σχήματος καναλιού που ονομάζεται Social franchising. Μια διερευνητική ποιοτική ανάλυση τεσσάρων κοινωνικών franchise από το Ηνωμένο Βασίλειο” International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation (Inderscience Publishers) Vol. 1 No.4, σσ.404-418
- Ζαφειροπούλου, Φ.Α. & Κουφόπουλος, Δ. (2013) «Η επιρροή της σχεσιακής ενσωμάτωσης στη διαμόρφωση του Κοινωνικού Franchising; Μια διερευνητική ποιοτική ανάλυση τεσσάρων Social Franchise που δραστηριοποιούνται στο Ηνωμένο Βασίλειο από την οπτική της θεωρίας κοινωνικών δικτύων» Journal of Marketing Channels, Special Issue, Vol.20, No.1/2, pp.73-89
- Zafeiropoulou, FA & Woods, A. (2012). Μπορούν τα ζητήματα της φτώχειας να αντιμετωπιστούν μέσω της εμφάνισης σχεσιακά ενσωματωμένων κοινωνικών franchise; Στο D. Halkias & PW Thurman (Επιμ.), Entrepreneurship and Sustainability: Business Solution for Poverty Aleviation from all the World (σελ. 185-198). Λονδίνο: Εφαρμοσμένη Έρευνα Gower.



9. Παραρτήματα



- I. Ερωτηματολόγιο Μελέτης Περίπτωσης**
- II. Ερωτηματολόγιο Βέλτιστων Πρακτικών**
- III. Ερωτηματολόγιο Συνεντευξιζόμενων**

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ



ATHENS UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS



 FRAMEWORK



Appendix I

TRA/MA - Case Study Questionnaire

This is a research conducted by Athens University of Economics and Business on Transparency on behalf of the European Commission Erasmus+ under the authorization code TRAMA 2021-1-EL01-KA220-VET-000032985

All data provided is confidential, protected by the University Research Code of Conduct and the relevant EU and National laws for handling personal and organizational information and data. The collection of data is performed through the partners of the University under this project who are equally bound by the same confidentiality terms. AUEB Ethics and Data Protection read [here](#).

Consortium: ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS - RESEARCH CENTER Greece, ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN SL, Madrid, Spain, Fashion Revolution Ceska republika ZS, Prague, Ceska republika, FRAMEWORK associazione culturale, Torino Italy, & We love you communication AB, Stockholm, Sweden.

Please view here the IP Agreements of all partners [here](#) and the GDPR rules and regulation [here](#).

Fashion Revolution publishes yearly the Fashion Transparency Index (FTI) scoring 250 of the biggest global brands. You can view here the list for FTI 2022 <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>.

TRANSPARENCY MANAGER is an innovative job profile, aimed at inserting sustainable and ethic practices in the Procurement and Supply Chain Management activities of the fashion value chain. A FASHION TRANSPARENCY MANAGER, is a professional specialized in understanding the fashion value chain and ensuring actors operating in it follow ethic, responsible and sustainable practices.

Your organisation is selected to participate at this research because you are considered a case example in ethical and sustainable supply chain management or/and procurement practices.

Please answer the following questions according to the practices and measures employed by your organisation with reference to the following topics.

Thank you for taking part in our research and helping us educate the Future Ethical & Sustainable Managers in the private and public sector!

* Indicates required question

Main information

1. City, Country *

2. Type of Organization (brand, retailer, service provider, tech, etc) & type of industry (fashion, furniture, cosmetics etc) *

Reply to the following questions based on your personal opinion

3. To what extent is your organization controlling the protection of human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors in your entire supply chain? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

4. To what extent does your company inform consumers about the protection of human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

5. To what extent are the political institutions (EU & national governments) involved in the protection of human rights and the environment in the premises of fashion businesses, suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

6. To what extent does your company place rules & regulations to protect human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

The Following Section Refers to the Importance of the Protection of Labor and Human Rights in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

7. To what extent does your company implement the following vendors/suppliers policies for protecting decent work and purchasing practices across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To prevent Harassment & Violence	☐	☐	☐
To prevent Child Labour (Labour Rights & Policies)	☐	☐	☐
To prevent Forced & Bonded Labour	☐	☐	☐
To promote policies covering human rights standards and procedures across the supply chain	☐	☐	☐

8. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to protecting decent work and purchasing practices

9. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to protecting decent work and purchasing practices **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

10. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for protecting Unionisation & collective bargaining across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

11. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to protecting the rights of workers on unionisation & collective bargaining

12. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to protecting the rights of workers on unionisation & collective bargaining in **your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

13. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for Divesity & Inclusion across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

14. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to promoting diversity & inclusion (e.g. gender equality, equal pay, racial equality)

15. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to promoting the diversity & inclusion **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

The Following Section Refers to the Importance of Governance policies in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

16. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the accountability of a board member or the board committee for human rights and environmental issues across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

17. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the accountability of your board members or your board committee for the protection of human rights and environmental issues

18. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the accountability of your board members or your board committee for human rights and environmental issues in **your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)?

The Following Section Refers to the Importance of Traceability in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

19. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the traceability of products and services across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
Traceability of tier one factories	☐	☐	☐
Traceability of processing facilities	☐	☐	☐
Traceability of raw materials	☐	☐	☐

20. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the traceability of your products and services across your supply chain partners (e.g. digital passports, QR codes, etc)

21. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the traceability of your products and services across your supply chain partners

The Following Section Refers to the Importance of the Existence of Human Rights and Environmental Due Diligence Processes in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

22. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the existence of human rights and environmental due diligence processes across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
for the involvement in due diligence processes by worker unions, women workers organisations, migration organisations	☐	☐	☐
Based on credible international standards such as the Ethical Trading Initiative Base Code, relevant UN and ILO Conventions, OECD Guidelines for Multinational Enterprises or the UN Global Compact	☐	☐	☐
To have specific supply chain facilities audit processes	☐	☐	☐
Cease, prevent, mitigate and remedy violations (FIX)	☐	☐	☐

violations

(FIX)
To have

whistleblowing
To have
or grievance
whistleblowing
mechanism

or grievance

mechanism

☐
☐
☐

23. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the existence of human rights and environmental due diligence processes across your procurement and supply chain activities

24. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the existence of human rights and environmental due diligence processes **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

The Following Section Refers to the Importance of the Minimisation of Overconsumption and Waste across the Organizations Supply Chain Activities

25. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the minimisation of the overconsumption and waste across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To adopt new business models that support clothing longevity, extended lifetime and slow down consumption of new clothing such as renting and reselling	☐	☐	☐
Waste & Recycling (Packaging/Office/Facility/Retail & Product/Textiles)	☐	☐	☐
To record the quantity of pre-production & post-production waste generated annually (e.g. offcuts, scraps, threads, end of roll fabrics)	☐	☐	☐
To record the water footprint in company's owned and operated facilities (e.g. head office, retail stores, distribution centres, warehouses, etc.)	☐	☐	☐

26. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the minimisation of the overconsumption and waste across your procurement and supply chain activities

27. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the minimisation of the overconsumption and waste **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)
-

The Following Section Refers to the Importance of the Integration of UN Sustainable Development Goals (UN SDGs) for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

28. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To have a sustainable raw material strategy	☐	☐	☐
To reduce the virgin plastics for packaging	☐	☐	☐
To record the annual carbon footprint or GHG emissions in owned and operated facilities (e.g. head office, retail stores, distribution centres, warehouses, transport and mail orders, etc.)	☐	☐	☐

29. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across your procurement and supply chain activities

30. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

Thank you for taking part in our research and helping us educate the Future Ethical & Sustainable Managers in the private and public sector!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendix II

Transparency Manager in the Fashion Industry-TRAMA 2021-1-EL01-KA220-VET-000032985 Company description for the website

Fill in the following questions having in mind that this is how we will introduce your organisation in our website. This is public material and by filling in you consent to their usage on public channels for the educational project of TRA/MA funded by the European Commission.

* Indicates required question

1. What is the name of the organisation *

2. What is the description of the company *

3. What is the type of the organisation (retailers, wholesaler, producer, service provider, etc) *

4. what is your Facebook link *

5. what is your Instagram link *

6. what is your website link *

7. we would like to include a quote about your company: How important is it for you the protection of the climate, our planet and human rights" *

8. Please upload your logo *

Files submitted:

9. Please upload here 2 high quality photos that best represent your organisation. Please make sure that your photos have the title of your company. *

Files submitted:

Thank you for providing your communication material!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendix III

TRAMA Interviewers Questionnaire

This questionnaire refers to the knowledge you have gained from performing the 10 case studies.

Here you can write everything you have understood from the interviewees, from the website of the company and from the secondary data (website) search that you did on the company.

This section refers only to the role of the staff in a company that deals with vendors and suppliers (incl buyers, procurement staff, supply chain relationships staff)

** Indicates required question*

1. YOUR COUNTRY *

2. Interviewer name

This section of questions refers to what you have learned from the 10 cases that you have studied.

3. In my opinion, the staff of these case companies believe it important to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

4. In my opinion, society believes it is important for fashion businesses to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

5. In my opinion, the political institutions (EU & national governments) believe it is important for fashion businesses to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

6. In my opinion, the organisations that I researched have in place rules & regulations to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat important
- ☐ Very important

7. What are the most important skills and competences that the procurement/supply chain staff in the case companies need to have in order to manage their vendors and suppliers in their entire supply chain? *

8. What are the most important needs of the staff in managing their vendors and suppliers across the entire procurement and supply chain? *

9. What are the biggest challenges of the staff in managing their vendors and suppliers across the entire procurement and supply chain? *

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms