

**INCLUDING
DIVERSITY**

MANIFESTO DELLA DIVERSITÀ E DELL'INCLUSIONE DI CNMI

Perché il Manifesto?

La moda è un business ma anche un fenomeno quotidiano che, in varie forme, coinvolge persone di diverse etnie, culture e credenze. In effetti, non molto diversamente dal food, la moda è un'industria che tocca da vicino le nostre vite in quanto strumento di espressione della nostra identità e del nostro stile di vita. Dati i paradigmi di entrambi i settori, è chiaro come la diversità culturale, la consapevolezza e lo scambio positivo siano ciò che permette all'umanità di progredire, portando valore alla "fashion community" mondiale. Paradossalmente, mentre il mondo è sempre più globalizzato e interconnesso, il settore moda fatica a riflettere la varietà delle diverse origini etniche, di culture e stili di vita all'interno del proprio capitale umano, in particolare ai livelli di top management e di leadership creativa.

Per affrontare il tema, CNMI ha costituito un Tavolo di Lavoro "HR & Education" che si occuperà di un nuovo *pillar* dell'Associazione chiamato "People." Il Tavolo di Lavoro identificherà e indagherà i temi cruciali della diversità e dell'inclusione di oggi, proponendo soluzioni concrete al fine di creare un punto di riferimento per il business dell'industria moda. L'obiettivo del *pillar* sarà quello di riconoscere e valorizzare le diverse e fondamentali sfaccettature della persona: razza, genere, orientamento sessuale, età, abilità fisiche e mentali, credenze religiose e condizioni socioeconomiche. Grazie alla consapevolezza che tali aspetti della persona possono significare un privilegio o un'oppressione a causa di strutture di potere fortemente radicate, possiamo fare appello ai nostri colleghi, collaboratori e clienti per una moda responsabile nel suo essere inclusiva e varia.

Il *pillar* "People" sceglie come riferimento legislativo la Dichiarazione ILO, così come l'art. 3 della Costituzione Italiana: *Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali. È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.*

Una differenza sostanziale tra l'art. 3 e la nostra agenda è che la Costituzione chiede uguali diritti per i "cittadini". Crediamo invece che la moda non debba perseguire tali obiettivi soltanto sulla base di una politica nazionale, ma anche sostenere l'uguaglianza e la diversità come un sistema a sé, coordinato da CNMI e governato dai nostri colleghi, collaboratori e clienti.

Comprendere la diversità e l'inclusione

La "diversità" è definita in termini di differenze fisiche, culturali e ideologiche. Storicamente, sono state queste differenze a determinare l'inclusione, o, al contrario, ad assumere le forme di discriminazione, intolleranza, populismo, stereotipi e marginalizzazione socioeconomica rispetto alla maggioranza. Il termine "inclusione" esprime la volontà di agevolare, sostenere e accogliere individui e/o gruppi marginalizzati in una qualsiasi forma. Il nostro approccio alla Diversità e all'Inclusione implica il riconoscimento e il rispetto di esperienze di vita diverse dalle nostre e la denuncia di tutte le discriminazioni sociali che avvallino il privilegio per alcuni e lo svantaggio per altri. Inoltre, CNMI lavorerà con i propri brand per coltivare un ambiente tutelante allo scopo di garantire benessere e pari opportunità di carriera, in modo da stimolare un significativo cambiamento culturale nell'industria della moda.

Al fine di esaminare la Diversità e l'Inclusione nell'industria della moda, possiamo considerare due punti di partenza fondamentali:

1. Come l'immagine di un marchio comunica la diversità attraverso il marketing, le partnership e il coinvolgimento della società civile;
2. Come HR e CSR fanno dell'inclusione una priorità e la concretizzano tramite processi di assunzione e formazione all'interno della cultura aziendale.

Principi del Manifesto

Basandoci su questi assunti di partenza, abbiamo sviluppato un manifesto in 10 punti, stilando principi e azioni in grado di garantire uno standard più elevato rispetto allo *status quo* attuale. Tali concetti serviranno da modello per una riforma radicale in termini di Diversità e Inclusione:

1 La diversità è un *asset*

Le imprese e i CEO comprendono come avere un team multiculturale porti ad un ambiente di lavoro più dinamico e ad un migliore rendimento. Essere intransigenti verso comportamenti o atti discriminatori permetterà ai collaboratori di vivere più serenamente.

2 La moda ascolta

La moda trae la sua ispirazione creativa dall'ascolto di culture ed esperienze di vita differenti, dando voce a chi è stato emarginato.

3 Collaborare è un impegno

La collaborazione arricchisce la moda. Ci impegniamo a creare un ambiente di lavoro collaborativo frutto della condivisione di esperienze, progetti, idee e conoscenze diverse.

4

Il talento non conosce pregiudizio

La moda è un terreno di creatività e visione, crediamo quindi che qualsiasi individuo con capacità, voglia di imparare, talento e competenza, abbia una storia da raccontare e il potenziale per avere successo. La moda non deve dare spazio ai pregiudizi, bensì premiare le persone di talento dando loro mezzi e strumenti di visibilità.

E(ste)tica. Recuperiamo la dimensione etica dell'estetica

5

Canoni di bellezza fisica e modelli psicologici dannosi si sono diffusi nell'industria della moda: dalle passerelle, alle pubblicità fino alle campagne editoriali. È tempo di cambiare. Un'evoluzione culturale degli standard di bellezza e delle norme giuridiche condivise tra brand e agenzie di moda, saranno la chiave per restituire un volto più etico al settore.

La moda crea cambiamento

6

I brand di moda hanno il potere di creare nuove tendenze e guidare verso un cambiamento positivo. Un'azienda può definire nuovi obiettivi, cambiare i modi di pensare, ampliare le prospettive e ispirare un mondo in continuo cambiamento. Ciò che conferisce alla moda un così forte impatto è la sua capacità di innovare e di creare. Il potenziale di queste caratteristiche può essere amplificato modificando il modo di agire.

8 Tecnologia come facilitatore, non barriera

L'adozione di nuove forme di tecnologia rappresenta un ulteriore modo per aumentare l'inclusione, anche se non tutti i collaboratori possono essere considerati "nativi digitali". L'insegnamento e l'applicazione di nuove abilità abatteranno le barriere e renderanno le nuove forme di tecnologia accessibili a tutti.

7

L'inclusione crea opportunità di business

Numerose ricerche di mercato hanno dimostrato che le politiche inclusive hanno una forte incidenza sul business delle imprese. Allo stesso tempo, l'inclusione trasmette la cultura aziendale, spesso attrae nuovi talenti e favorisce una relazione di maggiore fiducia con i clienti.

La moda non ha paura

9

Nel corso della storia, i visionari nella moda (come i designer, manager e influencer) hanno sfidato lo status quo ampliando i limiti di ciò che è creativamente possibile. La moda ci aiuta ad affermare chi siamo e chi vogliamo essere. Grazie all'impegno aperto a diverse prospettive è possibile immaginare un nuovo futuro per il branding delle aziende di moda.

10 Non solo parole

È fondamentale che il concetto di Diversità e Inclusione sia integrato nella struttura complessiva del business e allineato alla *mission* e ai principali valori delle nostre aziende partner. CNMI si impegnerà a monitorare come i brand adotteranno e implementeranno i 10 punti del Manifesto all'interno della cultura aziendale.