

Industria del fashion e ambienti di lavoro tossici: nasce il Comitato Etico Moda per supportare grandi marchi e piccole aziende



Ansia, depressione, burnout, stress: sono solamente alcune delle conseguenze di un impiego in un'azienda dove la conflittualità è alta e male gestita. Molto spesso basterebbe un programma di prevenzione per correggere sul nascere situazioni altamente nocive ma, soprattutto nella moda, la tossicità dell'ambiente di lavoro è stata a lungo un tabù.

“La moda è un sistema complesso, che unisce diversi elementi, tra cui creatività, ritmi intensi, competitività, forte esposizione mediatica; sovente, inoltre, i modelli di lavoro si sono evoluti più velocemente della struttura, generando problematiche che si ripercuotono sul benessere dei dipendenti”, racconta a FashionUnited, Gian Maria Spinella managing director di Wearegold, agenzia di head hunting specializzata nella ricerca e selezione di profili di middle e top management per il settore moda, e fondatore e board member del Cem, Comitato Etico Moda, ente del terzo settore che nasce a Milano proprio per promuovere una cultura del lavoro più sana e trasparente.

“Ci stiamo lavorando da un paio d'anni e a dicembre 2025 lo abbiamo costituito”, racconta Spinella, che ha fondato l'ente non profit insieme a Giorgio Veronelli, anche lui board member del Cem ed esperto di risorse umane.



Gian Maria Spinella, co-fondatore del Cem *Credits: Courtesy of Cem*

“Il progetto nasce dall’osservazione di alcune criticità, come la gestione inadeguata delle persone, che possono interessare

strutture organizzative fragili”, racconta Spinelli, aggiungendo che le conseguenze più immediate sono stress, turnover, perdita dei talenti. Tra gli obiettivi principali del Comitato Etico Moda figura il supporto alle aziende in modo che possano, per esempio, rispettare la dignità e l’inclusione, oltre che valorizzare i talenti. Pressioni costanti, livelli elevati di stress e una elevata competitività sono alla base di “ambienti tossici”.

Il Cem nasce dalla consapevolezza che la sostenibilità non riguarda solo i materiali o la produzione, ma soprattutto le persone

“Io stesso ho vissuto un ambiente di lavoro tossico che mi ha profondamente segnato e che ho abbandonato per intraprendere la carriera consulenziale”, afferma Gian Maria Spinella, raccontando la genesi del comitato, che nasce per cambiare questo paradigma e accompagnare le aziende verso modelli organizzativi più etici, equilibrati e produttivi.

Il Cem si trova a Milano. Oltre a un consiglio direttivo che ne detta le linee strategiche, l’ente si avvale della collaborazione di membri esterni indipendenti. Tra questi anche Giovanna Carucci, ceo e fondatrice di #Authenticleader, Chiara Salomone, psicologa del benessere e della moda, formatrice e fondatrice di Neurofashion Hub, e Anna Ballarati, segretario generale della Piattaforma sistema formativo moda, ente del terzo settore.

“Il Cem nasce dalla consapevolezza che la sostenibilità del futuro non riguarda solo i materiali o i processi produttivi, ma soprattutto le persone, i comportamenti e le relazioni professionali che definiscono il modo in cui la moda viene pensata, realizzata e comunicata. Operiamo in modo indipendente per garantire la massima imparzialità,

trasparenza e autorevolezza in ogni iniziativa. Il nostro lavoro si fonda su una visione etica e pragmatica: accompagnare aziende, istituzioni e professionisti nel creare ambienti di lavoro più sani, inclusivi e produttivi, dove il benessere individuale diventa una leva strategica di competitività”, sottolinea il co-fondatore del Cem.

Un obiettivo consiste nel fare in modo che nell'industria della moda il rispetto delle persone sia un valore imprescindibile quanto la qualità dei prodotti e la creatività

Ma concretamente quali sono le attività di questo ente del terzo settore? Supportare le imprese nel prevenire e superare contesti organizzativi disfunzionali o tossici, favorendo un nuovo equilibrio tra creatività, performance e responsabilità sociale. Attraverso linee guida, consulenza etico-strategica, formazione e certificazione, “promuoviamo una cultura d'impresa fondata su rispetto, integrità e valorizzazione del talento umano. Crediamo che solo un sistema moda capace di coniugare eccellenza e consapevolezza potrà continuare a generare valore nel tempo: per le persone, per le aziende e per la società”, spiega Spinella.

Insomma, l'idea è arrivare a fare in modo che in questa industria il rispetto delle persone sia considerato un valore imprescindibile quanto la qualità dei prodotti e la forza creativa.

“Non per giudicare, ma per supportare: aiutiamo le imprese a riconoscere le fragilità, a trasformarle in opportunità e a creare contesti più sani e produttivi” dice Spinella.

L'obiettivo è la diffusione di una cultura organizzativa fondata su rispetto, inclusione e valorizzazione delle persone. Come? Per esempio supportando le aziende nel selezionare società e consulenti qualificati in grado di condurre analisi culturali e mappature organizzative. L'obiettivo è garantire valutazioni imparziali e competenti su clima interno, leadership, valori e dinamiche di team.

“Il comitato fornisce orientamento e supervisione etica, aiutando le imprese a trasformare valori e policy in pratiche concrete e misurabili. Un accompagnamento che unisce sensibilità umana, rigore metodologico e coerenza con gli obiettivi di sostenibilità e benessere organizzativo”, sottolinea Spinella.

Il rilascio della Certificazione etica Cem

Tra le attività del Cem si inserisce anche il rilascio della Certificazione etica Cem alle aziende che dimostrano un impegno reale nel creare contesti di lavoro rispettosi, inclusivi e privi di dinamiche tossiche. La certificazione ha un valore etico, reputazionale e comunicativo, non legale. Il comitato intende essere il più lontano possibile dal greenwashing etico e da tutta la narrazione che ha accompagnato le strategie di marketing di molti marchi della moda, recentemente impegnati nello storytelling della parità di genere, dell'inclusione e via dicendo.

“La Certificazione Cem rappresenta un simbolo di credibilità, trasparenza e responsabilità nel panorama della moda contemporanea”, aggiunge il fondatore del Cem. Il processo che porta all'ottenimento della certificazione si basa su un percorso strutturato. Il primo passo consiste in un audit preliminare per valutare lo stato dell'arte dell'organizzazione. Le tempistiche variano molto a seconda delle problematiche da risolvere e anche delle dimensioni

dell'azienda. "Non ci rivolgiamo solamente ai big player ma anche alle piccole e medie aziende", specifica Spinella. La certificazione prevede un monitoraggio continuo. "Non si limita a valutare conformità o procedure, ma stimola un cambiamento profondo nel modo in cui le persone vivono e costruiscono l'ambiente professionale".

Le aree chiave di valutazione per l'ottenimento della certificazione comprendono governance e compliance (trasparenza dei processi decisionali, responsabilità interna e rispetto delle normative), clima organizzativo e cultura (qualità delle relazioni, partecipazione e senso di appartenenza), tutela delle persone (sicurezza psicologica, equità, correttezza e protezione da dinamiche tossiche), diversità equità e inclusione (valorizzazione delle differenze come leva di innovazione e coesione), salute e benessere (equilibrio tra performance, cura individuale e qualità della vita professionale) e sostenibilità e responsabilità sociale (impatto etico e culturale delle scelte aziendali, coerenza con i principi Esg).