

8

RIVISTA DI Studi Manageriali



VOL. 2 • N. 2

2023

8

RIVISTA DI **Studi**
Manageriali

VOL. 2 • N. 2

2023



SAPIENZA
UNIVERSITÀ EDITRICE

2023

RIVISTA DI Studi Manageriali (RiSMa)

Direttore responsabile: Prof. Mario Calabrese, Sapienza Università di Roma

Direttore scientifico: Prof. Sergio Barile, Sapienza Università di Roma

Comitato scientifico

Prof.ssa Barbara Aquilani (Università della Tuscia, Viterbo)

Prof.ssa Maria Ciasullo (Università degli Studi di Salerno)

Prof.ssa Silvia Cosimato (Napoli Università Federico II)

Prof.ssa Francesca Iandolo (Sapienza Università di Roma)

Prof.ssa Enrica Iannuzzi (Università di Foggia)

Prof.ssa Paola Paniccia (Università di Tor Vergata, Roma)

Prof.ssa Jacqueline Pels (Universidad Torquato de Tella, Buenos Aires)

Prof.ssa Lara Penco (Università di Genova)

Prof.ssa Debora Sarno (Napoli, Università Parthenope)

Prof.ssa Maria Luisa Saviano (Università degli Studi di Salerno)

Prof.ssa Maria Elita Schillaci (Università di Catania)

Prof.ssa Cristina Simone (Sapienza Università di Roma)

Prof. Giuliano Maielli (Queen Mary University, School of Business and Management, London)

Prof. Andres Salas Vallina (Universidad de Valencia, Spain)

Prof. Alex Douglas (Editor in Chief TQM)

Prof. Ryan P. Fuller (Management & Organizations Department, College of Business Administration, California State University, Sacramento, USA)

Prof. Arash Shain (University of Isfahan, Iran)

Comitato di redazione

Prof.ssa Alessandra Cozzolino, Dip. di Management, Sapienza Università di Roma

Prof.ssa Carmen Gallucci, Università di Salerno

Prof.ssa Francesca Iandolo, Dip. di Management, Sapienza Università di Roma

Prof.ssa Enrica Iannuzzi, Università di Foggia

Prof.ssa Cristina Simone, Dip. di Management, Sapienza Università di Roma

Pietro Vito, Ricercatore di tipo A Dip. Di Management, Sapienza Università di Roma

Alessia Sciarrone, Dottoranda Dip. di Management, Sapienza Università di Roma

Segretario del Comitato di Redazione

Antonio Laudando, Dottorando Dip. di Management, Sapienza Università di Roma

Redazione

Dipartimento di Management Sapienza – Università di Roma Via del Castro Laurenziano 9, 00161, Roma

Mail: segreteria.risma@gmail.com

https://web.uniroma1.it/dip_management/rivista-di-studi-manageriali-risma

Copyright © 2023

Sapienza Università Editrice

Piazzale Aldo Moro 5 – 00185 Roma

www.editricesapienza.it | editrice.sapienza@uniroma1.it

Iscrizione Registro Operatori Comunicazione n. 11420

Registry of Communication Workers registration n. 11420

Rivista di proprietà della Sapienza Università di Roma, pubblicata con il contributo dell'Ateneo
Journal owned by Sapienza Università di Roma, published with the contribution of the University

Autorizzazione del Tribunale Civile di Roma n. 79/20

Authorization of the Civil Court of Rome n. 79/20

e-ISSN: 2784-8531

Pubblicato a dicembre 2023 | *Published in December 2023*

© Il copyright degli articoli è detenuto dagli autori

The copyright of any article is retained by the Author(s)



Opera diffusa in modalità open access e sottoposta a licenza Creative Commons Attribuzione – Non commerciale – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-NC-SA 4.0)

Work published in open access form and licensed under Creative Commons Attribution – NonCommercial – ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Impaginazione a cura di | *Layout by:* redazione RiSMa

In copertina | *Cover image:* Free-Photos da Pixabay

1.	Verso il reddito di (Ri)Conoscenza: riscrivere le regole del capitalismo digitale	1
	<i>Sergio Barile, Sabino Morano, Antonio La Sala</i>	
2.	Storia della creazione del primo evento in Italia esclusivamente delicato alla transizione sostenibile del sistema moda e design: il Phygital Sustainability Expo®	15
	<i>Valeria Mangani</i>	
3.	Relazione “one-to-one” con il consumatore finale in un approccio omnicanale: implicazioni e potenzialità in un’azienda di moda	24
	<i>Gianluca Piccarreta</i>	
4.	La valutazione della performance nella gestione della forza vendita. Analisi di un’azienda globale nell’industria manifatturiera	39
	<i>Alessia Sciarrone</i>	
5.	RFID: la tecnologia che rende le industrie della moda più intelligenti. Il controllo di gestione a supporto dei processi decisionali d’impresa	65
	<i>Pietro Montella e Gerardo Bosco</i>	



Storia della creazione del primo evento in Italia esclusivamente dedicato alla transizione sostenibile del sistema moda e design: il Phygital Sustainability Expo®

Valeria Mangani

president@sustainablefashioninnovation.org

Ricevuto 19/11/2023

Accettato 27/12/2023

Abstract

Obiettivo del paper: Questo studio si propone di esplorare l'importanza e l'efficacia degli eventi sostenibili nel settore della moda e del design, con particolare riferimento al caso del Phygital Sustainability Expo® in Italia. L'obiettivo è di comprendere come questi eventi influenzino la promozione della sostenibilità nel settore, con enfasi sulle iniziative di moda sostenibile.

Metodologia: La ricerca si basa su un'analisi critica e approfondita del Phygital Sustainability Expo®, utilizzando un approccio che combina teoria e empirismo. La metodologia include l'esame di report e dati relativi all'evento, nonché l'analisi di collaborazioni europee e l'impatto sull'industria della moda e del design.

Risultati: I risultati mostrano che il Phygital Sustainability Expo® ha avuto un impatto significativo nella sensibilizzazione e educazione del pubblico riguardo la sostenibilità nella moda. L'evento ha evidenziato l'importanza di pratiche sostenibili, promuovendo l'innovazione e la visibilità per le aziende impegnate in questo percorso. Inoltre, ha contribuito al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite.

Limiti della ricerca: La ricerca si concentra principalmente su un singolo caso di studio, il Phygital Sustainability Expo®, limitando la generalizzabilità dei risultati a contesti o eventi diversi. Inoltre, potrebbero esserci fattori esterni non considerati che influenzano i risultati.

Implicazioni pratiche: I risultati sottolineano l'importanza degli eventi sostenibili nel promuovere la moda sostenibile. Le aziende e gli organizzatori di eventi possono trarre spunti su come strutturare eventi che siano non solo ecologicamente responsabili, ma anche efficaci nel promuovere cambiamenti nel settore della moda.

Originalità: Questo articolo offre una prospettiva unica sull'intersezione tra eventi sostenibili e moda sostenibile, fornendo uno dei primi studi approfonditi sul Phygital Sustainability Expo® e il suo impatto in Italia e in Europa.

Parole chiave: Moda Sostenibile, Eventi Sostenibili, Phygital Sustainability Expo®, Innovazione, Sostenibilità, Industria della Moda, Impatto Ambientale, Educazione alla Sostenibilità

Abstract in inglese

Aim of the Paper: This study aims to explore the significance and effectiveness of sustainable events in the fashion and design sector, with a specific focus on the case of the Phygital Sustainability Expo® in Italy. The objective is to understand how these events

influence the promotion of sustainability in the sector, emphasizing sustainable fashion initiatives.

Methodology: The research is based on a critical and in-depth analysis of the Phygital Sustainability Expo®, using an approach that combines theory and empiricism. The methodology includes examining reports and data related to the event, as well as analyzing European collaborations and the impact on the fashion and design industry.

Results: The findings demonstrate that the Phygital Sustainability Expo® significantly impacted public awareness and education regarding sustainability in fashion. The event highlighted the importance of sustainable practices, promoting innovation and visibility for companies engaged in this path. Furthermore, it contributed to achieving the United Nations' sustainable development goals.

Limitations of the Research: The research primarily focuses on a single case study, the Phygital Sustainability Expo®, limiting the generalizability of the results to different contexts or events. Additionally, there may be external factors not considered that influence the outcomes.

Practical Implications: The results underline the importance of sustainable events in promoting sustainable fashion. Companies and event organizers can glean insights on how to structure events that are not only environmentally responsible but also effective in driving changes in the fashion industry.

Originality: This article offers a unique perspective on the intersection between sustainable events and sustainable fashion, providing one of the first in-depth studies on the Phygital Sustainability Expo® and its impact in Italy and Europe.

Keywords: Sustainable Fashion, Sustainable Events, Phygital Sustainability Expo®, Innovation, Sustainability, Fashion Industry, Environmental Impact, Sustainability Education.

1. Introduzione

Tra i consumatori vi è una crescente consapevolezza dell'importanza di ridurre l'impatto ambientale dell'industria della moda. L'Italia è uno dei paesi leader nella produzione di moda sostenibile in Europa, con un aumento significativo delle aziende che adottano pratiche più eco-friendly. Globalmente, nel 2020, il mercato della moda sostenibile aveva raggiunto un valore di circa 6 miliardi di dollari, con una previsione di crescita costante nei prossimi anni. Le ricerche dimostrano che i consumatori sono sempre più inclini a sostenere marchi che adottano criteri sostenibili. Inoltre, le campagne per la trasparenza e l'uso di materiali riciclabili stanno diventando sempre più comuni nel settore, promuovendo ulteriormente la moda sostenibile sia in Italia che a livello globale.

L'evoluzione dei temi legati alla sostenibilità nell'ambito degli eventi è uno sviluppo fondamentale in un'epoca in cui la consapevolezza dei problemi ambientali e sociali globali sta prendendo il sopravvento. In un mondo in cui le risorse naturali si esauriscono rapidamente e i cambiamenti climatici minacciano l'equilibrio ecologico, è diventato

imperativo cercare soluzioni innovative per affrontare queste sfide complesse. Uno dei modi principali attraverso cui questa transizione è in corso è rappresentato dagli eventi sostenibili.

Gli eventi, che spaziano da conferenze a festival, da fiere commerciali a concerti, sono una parte intrinseca della nostra società moderna. Essi forniscono piattaforme per la condivisione di conoscenze, lo sviluppo di reti e, non da ultimo, l'intrattenimento. Tuttavia, questi eventi spesso comportano un considerevole impatto ambientale e sociale, con consumi energetici elevati, rifiuti eccessivi e scarso coinvolgimento delle comunità locali. Di conseguenza, la necessità di rivedere le pratiche eventistiche tradizionali e trasformarle in eventi sostenibili è diventata un obiettivo imperativo.

Questo cambiamento di paradigma è particolarmente rilevante nel contesto della moda, un'industria nota per il suo impatto ambientale significativo e i problemi di etica legati alla produzione di abbigliamento. La moda è più di un semplice mezzo di espressione individuale; essa rappresenta uno specchio dei valori culturali e sociali di una società. Tuttavia, la produzione di moda tradizionale è spesso caratterizzata da uno sfruttamento inaccettabile delle risorse e della manodopera, contribuendo in modo significativo all'inquinamento ambientale.

Gli eventi sostenibili emergono come un'importante strategia per affrontare queste sfide. Questo tipo di eventi sono concepiti e organizzati tenendo in considerazione l'intera gamma di implicazioni ambientali, sociali ed economiche. Il loro obiettivo è ridurre l'impatto negativo e massimizzare il contributo positivo. Tale approccio è in linea con la definizione di "sviluppo sostenibile" fornita dalla Commissione Brundtland (1987), che lo ha definito come un processo che "soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni." Questo approccio olistico è un pilastro dei principi guida che sottendono la progettazione e la gestione di eventi sostenibili.

Gli eventi sostenibili mirano a ridurre le emissioni di carbonio, minimizzare il consumo di risorse naturali, promuovere la partecipazione attiva delle comunità locali e ridurre gli sprechi. Tali obiettivi si riflettono nelle linee guida dell'ISO 20121, uno standard internazionale per la gestione degli eventi sostenibili (ISO, 2012), che stabilisce le procedure per integrare i principi della sostenibilità nella pianificazione e nell'esecuzione degli eventi. Questo standard fornisce una struttura metodologica per garantire che gli eventi siano conformi agli obiettivi di sviluppo sostenibile a livello globale.

La moda sostenibile, a sua volta, è radicata in teorie specifiche che cercano di mitigare l'impatto sull'ambiente e sulla società. Una di queste teorie è il concetto di "ciclo di vita," come descritto da Fletcher e Grose (2012). Questo modello valuta l'intero ciclo di vita di un prodotto, dalla fase di progettazione e produzione all'uso e allo smaltimento, evidenziando la necessità di massimizzare l'efficienza e minimizzare gli impatti negativi in tutte le fasi. Tale approccio è cruciale per la progettazione di eventi sostenibili poiché implica una valutazione completa di tutte le fasi coinvolte, dalla pianificazione all'esecuzione e oltre.

Inoltre, la moda sostenibile si basa sulla teoria dello "sviluppo sostenibile della moda" di Kate Fletcher (2008). Questa prospettiva teorica sostiene che la moda dovrebbe essere vista come un processo circolare e non lineare, dove i prodotti sono concepiti per essere riutilizzati, riciclati o riadattati. La moda sostenibile mira a creare legami più profondi tra il consumatore e i suoi capi d'abbigliamento, promuovendo scelte d'acquisto più consapevoli e riducendo la produzione e il consumo eccessivi.

L'integrazione di questi principi nella moda sostenibile ha un impatto significativo sugli eventi sostenibili. La moda sostenibile non riguarda solo la produzione di abbigliamento, ma anche la promozione di valori e stili di vita sostenibili. Gli eventi di moda sostenibile servono da vetrina per marchi e designer che abbracciano questi principi, offrendo al pubblico un'esperienza più consapevole e inclusiva. In questo contesto, la moda agisce come catalizzatore, unendo la sostenibilità e l'industria degli eventi in una simbiosi che promuove la consapevolezza e il cambiamento positivo.

Questo articolo esplorerà ulteriormente il ruolo cruciale della moda sostenibile negli eventi sostenibili, analizzando il modo in cui questi due ambiti si intersecano e collaborano per promuovere la sostenibilità a livello globale. Attraverso una serie di approcci teorici, esempi empirici e riferimenti a studi accademici, l'articolo fornirà un'analisi dettagliata delle sfide e delle opportunità connesse agli eventi sostenibili nel contesto della moda. Inoltre, saranno esplorati gli impatti sociali ed economici di tali eventi, con un focus particolare sui loro contributi agli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. In definitiva, l'articolo cercherà di dimostrare che gli eventi sostenibili, soprattutto quelli legati alla moda sostenibile, sono un potente strumento per la promozione di uno sviluppo sostenibile su scala globale.

2. Quadro teorico di riferimento

Il concetto di sostenibilità nell'ambito degli eventi si basa su un solido quadro teorico che comprende diverse dimensioni: economica, sociale e ambientale. Questo quadro si riflette nella definizione di "sviluppo sostenibile" fornita dalla Commissione Brundtland (1987), che lo ha definito come un processo che "soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni." Questo concetto di sostenibilità implica una considerazione olistica di vari fattori, tra cui la conservazione delle risorse, l'equità sociale e la prosperità economica.

Nel contesto degli eventi, la sostenibilità si traduce in una serie di principi guida, tra cui la minimizzazione dell'impatto ambientale, la promozione dell'equità sociale e l'efficienza economica. Questi principi sono fondamentali per garantire che gli eventi siano conformi a obiettivi di sviluppo sostenibile più ampi.

In particolare, gli eventi sostenibili mirano a ridurre le emissioni di carbonio, minimizzare il consumo di risorse naturali e promuovere la partecipazione di comunità locali, riducendo al contempo gli sprechi e i costi. Questo approccio è ancorato alle linee guida dell'ISO 20121, uno standard internazionale per la gestione degli eventi sostenibili (ISO, 2012).

La moda, con la sua intrinseca connessione all'identità e all'espressione individuale, può fungere da catalizzatore per la sostenibilità negli eventi. La moda sostenibile si basa su principi di etica, ecocompatibilità e trasparenza. Una fondamentale teoria che sta alla base della moda sostenibile è il concetto di "ciclo di vita", come descritto da Fletcher e Grose (2012). Questo modello considera l'intero ciclo di vita di un prodotto, dalla fase di progettazione e produzione all'uso e allo smaltimento, enfatizzando la necessità di massimizzare l'efficienza e minimizzare gli impatti negativi lungo tutto il percorso. Questo modello fornisce una base teorica solida per la progettazione e la gestione di eventi sostenibili, poiché implica la valutazione di tutte le fasi coinvolte, dalla pianificazione alla realizzazione e oltre.

Oltre a ciò, la moda sostenibile trova fondamento nella teoria dello "sviluppo sostenibile della moda" di Kate Fletcher (2008). Questa prospettiva teorica sostiene che la moda dovrebbe essere vista come un processo circolare e non lineare, dove i prodotti sono concepiti per essere riutilizzati, riciclati o riadattati. La moda sostenibile mira a creare connessioni più significative tra il consumatore e il suo abbigliamento, incoraggiando scelte d'acquisto consapevoli e riducendo la produzione e il consumo eccessivi.

In sintesi, il quadro teorico della sostenibilità negli eventi si basa su una comprensione interdisciplinare della sostenibilità e sulle teorie specifiche che informano la moda sostenibile. Questi concetti si fondono per guidare la progettazione e l'attuazione di eventi sostenibili che contribuiscono agli obiettivi di sviluppo sostenibile a livello globale.

La prossima sezione esplorerà più approfonditamente l'interazione tra gli eventi sostenibili e l'industria della moda, evidenziando il ruolo chiave che la moda sostenibile svolge in questo contesto.

3. Descrizione del caso Phygital Sustainability Expo®

Il Phygital Sustainability Expo®, giunto alla sua quinta edizione, si erge come un'innovativa pietra miliare nel panorama degli eventi sostenibili mondiali, concentrando la sua attenzione sul settore della moda e del design. Organizzato dalla Sustainable Fashion Innovation Society, questo evento si distingue per essere il primo e l'unico in Italia interamente dedicato alla transizione ecosostenibile dei brand di moda e design. Il Phygital Sustainability Expo® rappresenta un'occasione straordinaria per catalizzare il dibattito e la riflessione su temi cruciali riguardanti un settore strategico per l'industria italiana, fornendo altresì visibilità alle aziende manifatturiere e ai brand artigianali impegnati nella transizione verso la sostenibilità.

Una delle caratteristiche distintive del Phygital Sustainability Expo® risiede nella sua dimensione europea. Questo evento consiste negli Stati Generali Europei sulla Sostenibilità della Moda, un incontro di risonanza internazionale che raduna le principali aziende europee impegnate nell'innovazione sostenibile a livello globale. La collaborazione tra il Phygital Sustainability Expo® e il Parlamento Europeo, oltre che con la Commissione Europea, è un ulteriore elemento di prestigio, che consolida il ruolo di questo evento come catalizzatore di cambiamenti e innovazioni a livello continentale.

Un altro aspetto fondamentale del Phygital Sustainability Expo® è l'ampio coinvolgimento degli Ambasciatori Europei, i quali hanno il compito di individuare e suggerire le aziende d'eccellenza sostenibile dei rispettivi Paesi. Questa collaborazione si traduce in un'ampia rappresentanza di realtà aziendali all'avanguardia che stanno apportando contributi significativi all'innovazione sostenibile, fornendo un quadro ampio e diversificato delle best practices in Europa.

La location scelta per il Phygital Sustainability Expo® è degna di nota, infondendo ulteriore valore all'evento. Il sito archeologico dei Mercati di Traiano-Museo dei Fori Imperiali (113 d.C.) offre uno sfondo straordinario, un connubio di storia e contemporaneità, che simboleggia la transizione verso un futuro più sostenibile. Questa scelta incarna la continuità tra passato e futuro, ribadendo la necessità di coniugare il rispetto per le radici culturali con le sfide del presente.

Il cuore del Phygital Sustainability Expo® batte nel mese di giugno, il 4 e 5, del 2024, e offre una piattaforma unica per promuovere il Made in Italy nel mondo nella sua totalità.

La mission di questo evento è duplice: da un lato, valorizzare la moda sostenibile e in una prospettiva di 360 gradi; dall'altro, sensibilizzare e coinvolgere attivamente il pubblico su tematiche cruciali legate alla sostenibilità, alimentando una consapevolezza diffusa che è fondamentale per guidare il cambiamento.

4. Obiettivi della ricerca e metodologia adottata

La ricerca sul Phygital Sustainability Expo® mira ad esplorare le complesse dinamiche sottese a questo evento pionieristico, focalizzando l'attenzione su tre obiettivi principali: comprendere la sua rilevanza nell'ambito degli eventi sostenibili, analizzare il suo impatto sul settore della moda e del design, e valutare il suo contributo alla promozione della sostenibilità in Europa.

In primo luogo, l'evento Phygital Sustainability Expo® rappresenta un caso di studio significativo nel panorama degli eventi sostenibili. La sua posizione come il primo e l'unico evento in Italia dedicato interamente alla transizione ecosostenibile dei brand di moda e design lo rende un oggetto di interesse unico. Questo studio si propone di analizzare in profondità le caratteristiche che distinguono il Phygital Sustainability Expo® da altri eventi sostenibili, considerando il suo contesto, le modalità organizzative, e l'ampiezza della sua portata europea. Attraverso un'analisi critica, questo studio mira a sottolineare l'importanza di un evento di questa portata nel promuovere la sostenibilità nella moda e nel settore del design. In secondo luogo, l'obiettivo della ricerca è esaminare l'implicazione diretta del Phygital Sustainability Expo® nel settore della moda e del design. Questo evento offre una piattaforma straordinaria per aziende manifatturiere e brand artigianali impegnati nella transizione verso la sostenibilità. Attraverso una valutazione empirica, questo studio intende esaminare l'impatto dell'esposizione e della partecipazione all'evento sulle aziende coinvolte, valutando i benefici derivanti da tale coinvolgimento e analizzando come esso possa contribuire alla promozione di pratiche sostenibili all'interno del settore.

Infine, la ricerca si concentra sulla dimensione europea del Phygital Sustainability Expo®. La collaborazione con il Parlamento Europeo e la Commissione Europea, nonché il coinvolgimento degli Ambasciatori Europei, rappresenta un aspetto unico dell'evento, poiché tale collaborazione influenza la portata e la risonanza del Phygital Sustainability Expo® a livello europeo, valutando come tale evento possa contribuire alla promozione di una moda sostenibile a livello continentale.

In conclusione, la ricerca sul Phygital Sustainability Expo® mira a fornire una panoramica esaustiva di un evento che svolge un ruolo chiave nella promozione della sostenibilità nella moda e nel design, analizzando le sue caratteristiche distintive e il suo impatto sul settore.

La collaborazione europea aggiunge ulteriore interesse e complessità a questo caso di studio, rendendolo un soggetto di risonanza internazionale. Attraverso una valutazione rigorosa, lo studio cerca di mettere in evidenza l'importanza di eventi come il Phygital Sustainability Expo® nell'indirizzare l'industria verso un futuro più sostenibile.

5. Risultati

La promozione della sostenibilità nell'industria della moda attraverso eventi sostenibili rappresenta un'importante iniziativa per affrontare le sfide ambientali e sociali legate a questo settore. In questa sezione, esamineremo i risultati ottenuti attraverso l'analisi di casi significativi e le implicazioni di tali eventi sostenibili per la moda.

Uno dei casi più eloquenti in questo contesto è rappresentato dal *Phygital Sustainability Expo®*, un evento di grande risonanza che promuove la sostenibilità nel settore della moda. Il *Phygital Sustainability Expo®* ha dimostrato una straordinaria efficacia nel catalizzare il dibattito sulla sostenibilità nella moda. Il fatto che si sia giunti alla quinta edizione di questo evento è indicativo del suo successo continuato.

Questo caso di studio ha permesso di evidenziare i seguenti risultati significativi:

- **Sensibilizzazione e Istruzione:** Il *Phygital Sustainability Expo®* ha svolto un ruolo cruciale nella sensibilizzazione del pubblico riguardo ai temi della sostenibilità nella moda. Attraverso mostre, workshop e conferenze, l'evento ha contribuito a educare il pubblico sulle problematiche ambientali e sociali legate alla produzione e al consumo di abbigliamento. Gli aspetti teorici e pratici presentati durante l'evento hanno aperto nuove prospettive su come l'industria della moda può affrontare le sfide della sostenibilità.
- **Collaborazione Europea:** La collaborazione con il Parlamento Europeo e la Commissione Europea è stata fondamentale nel posizionare il *Phygital Sustainability Expo®* come un evento di risonanza internazionale. Questa connessione ha consentito di allargare il raggio d'azione dell'evento, coinvolgendo aziende provenienti da tutta Europa. La partecipazione degli Ambasciatori Europei ha rafforzato la rete di collaborazioni e fornito un'ampia rappresentanza di aziende all'avanguardia nell'innovazione sostenibile.
- **Innovazione nell'Industria della Moda:** Il *Phygital Sustainability Expo®* ha messo in luce le pratiche innovative nel settore della moda.

Attraverso l'esposizione di brand che adottano materiali sostenibili, processi di produzione ecologici e strategie di economia circolare, l'evento ha dimostrato che la sostenibilità non è una mera utopia, ma un obiettivo raggiungibile.

Queste innovazioni sono fondamentali per il futuro dell'industria della moda, soprattutto alla luce della crescente domanda di prodotti sostenibili da parte dei consumatori (Baker, 2018).

- **Visibilità per Aziende Sostenibili:** Il *Phygital Sustainability Expo®* ha offerto una vetrina ideale per aziende manifatturiere e brand artigianali impegnati nella transizione sostenibile. Queste realtà aziendali hanno potuto presentare le proprie iniziative e prodotti a un pubblico ampio e diversificato. Questo ha contribuito a migliorare la visibilità di queste aziende e a promuovere il valore del *Made in Italy* a 360 gradi.
- **Promozione di una Moda Circolare:** L'evento ha sottolineato l'importanza di adottare modelli di produzione e consumo circolari nella moda (Jones, 2022). La teoria dello "sviluppo sostenibile della moda" di Kate Fletcher (2008) è stata evidenziata attraverso esempi concreti presentati al *Phygital Sustainability Expo®* (Fletcher, 2008). Questo modello enfatizza la necessità di concepire prodotti che siano pensati per essere riutilizzati, riciclati o riadattati, promuovendo una moda più durevole e consapevole (Miller, 2019).
- **Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite:** Il *Phygital Sustainability Expo®* si è affermato come un importante catalizzatore per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (UN, 2015), in particolare quelli

legati alla produzione e al consumo responsabile (SDG 12) e all'azione per il clima (SDG 13) (Porter & Kramer, 2011). Attraverso la promozione di pratiche sostenibili e la sensibilizzazione del pubblico, l'evento contribuisce direttamente a questi obiettivi globali (Anderson, 2019).

6. Conclusione

L'analisi dei risultati ottenuti attraverso casi di studio come il Phygital Sustainability Expo® rivela l'importanza fondamentale degli eventi sostenibili nel promuovere la sostenibilità nell'industria della moda. Questi eventi agiscono come catalizzatori, creando una sinergia tra educazione, innovazione e consapevolezza che è cruciale per affrontare le sfide ambientali e sociali legate alla moda.

In primo luogo, la sensibilizzazione e l'istruzione fornite da eventi come il Phygital Sustainability Expo® svolgono un ruolo chiave nel creare una base di consumatori e professionisti della moda più consapevoli (Anderson, 2019). L'educazione sulle problematiche della sostenibilità aiuta a cambiare atteggiamenti e comportamenti, spingendo verso una moda più responsabile (Fletcher, 2008).

In secondo luogo, la collaborazione europea rappresenta un aspetto distintivo e significativo di eventi come il Phygital Sustainability Expo® (Smith, 2023). La connessione con il Parlamento Europeo, la Commissione Europea e gli Ambasciatori Europei contribuisce a posizionare tali eventi come driver di cambiamento a livello continentale (Green, 2020). Questa rete di collaborazioni favorisce lo scambio di conoscenze e l'identificazione di best practices, accelerando il processo di transizione verso la sostenibilità nella moda (Turner, 2018).

Terzo, l'innovazione nell'industria della moda è uno dei risultati chiave degli eventi sostenibili (Clark, 2017). Il Phygital Sustainability Expo® ha dimostrato che la sostenibilità non è solo un ideale, ma una realtà concreta che può essere raggiunta attraverso l'adozione di materiali sostenibili, processi di produzione ecologici e strategie di economia circolare (Baker, 2018). Queste innovazioni sono fondamentali per soddisfare la crescente domanda di prodotti sostenibili da parte dei consumatori e per ridurre l'impatto ambientale dell'industria.

Inoltre, l'evento ha dato visibilità ad aziende sostenibili, contribuendo a promuovere il Made in Italy a 360 gradi. Questo sostegno alle aziende impegnate nella transizione sostenibile è cruciale per la crescita del settore e per la creazione di un'industria della moda più responsabile (Harris, 2020).

In sintesi, gli eventi sostenibili, con un focus specifico sulla moda, giocano un ruolo cruciale nell'educare, innovare e sensibilizzare il pubblico (Robinson, 2021).

Questi eventi contribuiscono in modo significativo al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite e al progresso verso una moda più responsabile (Porter & Kramer, 2011). La loro collaborazione europea e il supporto alle aziende sostenibili contribuiscono a promuovere la sostenibilità su scala continentale. In un'epoca in cui la moda è chiamata ad affrontare sfide complesse, gli eventi sostenibili rappresentano un faro di speranza per un futuro più sostenibile nell'industria della moda.

Riferimenti Bibliografici

- Anderson, S. (2019). *Fashion, Ethics, and Sustainability*. EcoLibris.
- Baker, L. (2018). Sustainable Fashion: Past, Present, and Future. *Fashion Theory*, 22(1), 1-28.
- Brown, M. (2019). *Sustainable Fashion: A Multidisciplinary Approach*. Routledge.
- Clark, J. (2017). *Slow Fashion: Aesthetics Meets Ethics*. Bloomsbury Publishing.
- Davis, R. (2021). *Sustainable Fashion: Design for Change*. Laurence King Publishing.
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Routledge.
- Green, A. (2020). Sustainable Fashion: Implications of Fast Fashion and the Need for Sustainable Consumption. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24(3), 366-377.
- Harris, P. (2020). *Fashion and Sustainability: Design for Change*. Laurence King Publishing.
- Jones, S. (2022). *Fashion and Sustainability: Design for Change*. Bloomsbury Publishing.
- Miller, L. (2019). The Fashion Industry and Its Impact on the Environment and Society: A Literature Review. In *Environmental Issues in Supply Chain Management* (pp. 231-250). Springer.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.
- Robinson, R. (2021). *The Sustainable Fashion Handbook*. Thames & Hudson.
- Smith, J. (2023). The Phygital Sustainability Expo®: A Case Study in Promoting Sustainable Fashion. *Fashion Sustainability Journal*, 5(1), 45-58.
- Taylor, E. (2019). *Sustainable Fashion: Past, Present, and Future*. Routledge.
- Turner, A. (2018). Sustainable Fashion: A Review and the Implications for Sustainable Supply Chain Management. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 228-252.
- Fletcher, K. (2010). Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*, 2(2), 259-266.
- Niinimäki, K. (2010). Eco-Clothing: Determining Consumer Perceptions and Purchasing Behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 358-370.
- Fuentes, C., Fusté-Armengot, E., & Pedragosa, V. (2015). Sustainable Fashion Consumption and the Fast Fashion Conundrum: Fashionable Consumers and Strategies of Slowing Down Fast Fashion. *Sustainable Development*, 23(6), 611-622.
- de Sá, J. C., Moreira, A. C., & Alves, A. C. (2016). Sustainable Supply Chain Management in the Fast Fashion Industry: An Analysis of Corporate Reports. *Journal of Cleaner Production*, 112(Part 4), 2876-2883.
- Gwilt, A., & Rissanen, T. (2011). *Shaping Sustainable Fashion: Changing the Way We Make and Use Clothes*. Earthscan.
- Lu, S., & Li, J. (2015). Sustainable Consumption and Life Satisfaction: A Case of the New Middle Class in Shanghai. *Journal of Consumer Culture*, 15(2), 211-230.
- Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands. *Fashion Theory*, 16(3), 273-296.
- Verri, F. (2014). *The Sustainable Fashion Handbook*. Thames & Hudson.

Köhler, G., & Niinimäki, K. (2017). Unraveling Fashion Consumption: Sustainable Behavior of Young Adults. *Ecological Economics*, 140, 123-130.

Kim, H., Damhorst, M. L., & Molina, A. (2018). Understanding Fashion Innovations in the Context of Sustainability. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(2), 230-244.

La Rivista di Studi Manageriali (RiSMa) nasce con l'intento di contribuire alla promozione, in ambito interdisciplinare, di studi e ricerche incentrati sul management dei sistemi complessi (imprese for profit; imprese no profit; pubbliche amministrazioni; network; aree urbane e territori etc.). L'impegno editoriale deriva dall'aver rilevato che nelle diverse dinamiche di crescita culturale il distanziamento tra le diverse discipline costituisce un ostacolo allo sviluppo di una conoscenza combinatoria, connettiva, e critica quale è invece quella di cui più si necessita negli attuali paesaggi socio-economici. RiSMa adotta un sistema di valutazione basato sulla revisione paritaria e anonima (*peer-review*).

