

yamamay presenta la nuova edizione di



Per il secondo anno consecutivo Yamamay lancia sul mercato la sua beachwear capsule collection pensata per la circolarità tessile.

La linea EDIT, da Eco-Designed Innovative Textile, prosegue il cammino verso un'idea di sostenibilità fatta da riciclo, innovazione e riduzione di sprechi.

La collezione è realizzata seguendo i principi dell'eco-design ed è composta da un tessuto 100% mono-polimero (poliestere), di cui il 51% proviene da fonti riciclate certificate GRS (Global Recycled Standard).

Nell'officina dell'eco-design viene diminuito il numero di componenti per la realizzazione del costume e viene eliminato anche ogni tipo di accessorio.

Per il settore moda, seconda industria più inquinante al mondo, si tratta di una grande innovazione in termini di sostenibilità.

L'innovazione consiste: nel diminuire l'utilizzo di materia prima vergine a favore di materia riciclata e nell'agevolare il riciclo del costume - giunto a fine vita - grazie all'uso di un unico materiale, garantendo così la circolarità del prodotto. Yamamay si impegna responsabilmente tenendo conto di tutta la filiera: dal design alla produzione fino ad arrivare alla distribuzione dei suoi prodotti, e pone le basi per provvedere anche al fine vita dei prodotti agevolandone il riciclo con l'utilizzo di un filato mono-polimero.

L'innovazione della linea EDIT non risiede solo nella scelta del mono-polimero e dell'assenza di accessori, ma anche nell'utilizzo di una tecnica innovativa Windye® per l'applicazione della doppia stampa. I costumi sono infatti indossabili da ambo i lati, in due fantasie differenti che sono però state stampate contemporaneamente con la tecnica della sublimazione e senza l'utilizzo di acqua.

Il costume è disponibile negli store yamamay e su yamamay.com in due modelli (bikini e intero), in un'unica colorazione che comprende i toni dell'azzurro, del lilla e del bianco riprendendo le tonalità e le forme del mare e va dalla taglia S alla L.

In preparazione al cambiamento del contesto normativo relativo alla EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles, che avverrà rispetto alla responsabilità estesa del produttore (EPR: Extended Producer Responsibility), è stata pensata la creazione di un modello di Take Back che possa coinvolgere i consumatori in prima persona, rendendoli più consapevoli del fatto che si può fare la differenza anche nelle piccole cose. Per raccontare ai consumatori della possibilità di rendere i prodotti usati in negozio, sono state coinvolte le studentesse del Master in Management della Moda e del Lusso di RCS Academy di Milano. Il brief che Yamamay ha sottoposto loro era volto all'implementazione di un modello di Take Back dei costumi da bagno, così che i clienti possano portare i bikini dismessi in negozio per dare loro una nuova vita. La sperimentazione del Take Back si realizzerà appena sarà operativo il consorzio RETEX-GREEN.

yamamay

Il lancio della linea EDIT è oggi, giornata mondiale degli oceani.

Per l'occasione, Yamamay, partner di One Ocean Foundation, ha preso parte alla prima edizione della Ocean Week Milano organizzata dalla fondazione stessa. Il progetto prevede una serie di attività dislocate su tutto il territorio milanese volte a sensibilizzare le persone sull'importanza degli oceani e delle risorse che esso offre per migliorare la qualità delle nostre vite. Yamamay ha deciso di contribuire al progetto allestendo lo store di Milano Cordusio con un'installazione museale proveniente dalla recente mostra sui costumi da bagno del brand, esposta all'ADI Museum del Compasso d'Oro di Milano fino al 29 maggio scorso.

Nel progetto EDIT di Yamamay possiamo contare anche diversi partner quali: RadiciGroup per la produzione del filato, Carvico SpA per la produzione del tessuto, Memphis SpA per la stampa ed Ergo Srl spin off Scuola Superiore Sant'Anna per la consulenza tecnica e normativa per la gestione del modello circolare. È proprio il caso di dire che la linea è frutto della condivisione delle competenze di tutti gli attori coinvolti, grazie al nostro approccio di Open Innovation.

“La sfida è impegnare le nostre energie in ricette nuove, dove anche gli ingredienti non sono più gli stessi e tutto questo è estremamente affascinante, perché ci dà la possibilità di esplorare prima di tutto noi stessi in profondità e poi quel futuro diverso che ci attende, fatto di attenzione agli impatti, salvaguardia della natura e felicità dell'essere umano. I clienti devono poter conoscere la strada percorsa da ogni prodotto, il perché della sua realizzazione ed il suo ciclo di vita. Queste informazioni devono essere facilmente reperibili e devono favorire la libertà di ogni individuo nel selezionare e favorire le aziende più virtuose per la crescita sostenibile, quelle capaci di narrare dei propri obiettivi, dei propri KPI di sostenibilità con feed trasparenti e costanti in tutti i canali oppure attraverso le proprie persone”.

Barbara Cimmino

Head of Corporate Social Responsibility and Innovation di **yamamay**

yamamay

