

# ECONOMIA & FINANZA

di ROSSO BRANDI

Chi mancherà la caduta del governo. Dopo la pandemia la guerra in Ucraina. L'aumento dei prezzi di luce e gas, i 40 gradi all'ombra, la vicidità. «Ma non sarà la crisi di turno a trasformare il nostro lavoro. Dobbiamo essere in grado di agire in un contesto di instabilità, consapevoli del fatto che ormai la nostra normalità è passare da una crisi all'altra. Visione filosofica ma fortemente realista, quella di Francesco Pinto, 55 anni, co-fondatore (nel 2001) e presidente di Yamamay, l'azienda galarezzese di intimo sulla cui sede di viale Carlo IV 22 un tempo vivivano esposti modelli di vestire di designer Lupatì e Naomi Campbell (per la gioia di migliaia di automobilisti) e che ora può ritenersi capofila di una sfida tutt'altro che triviali: coniugare ragioni, body, costumi da bagno alla transizione ecologica. Applicare cioè in ambito aziendale un modello proattivo e di business rispetto dell'ambiente e delle persone.



«Nel tessile bisogna rivoluzionare il modo di lavorare, dalla progettazione alla produzione fino al riuso e al riciclo dei prodotti e alla gestione del rifiuto»

## «La sostenibilità è un dovere»

Francesco Pinto, presidente di Yamamay: così abbiamo rotto gli schemi

Diversamente, secondo Pinto, il mondo intero ne pagherà le conseguenze. Entraprat? L'immagine preferita da Mister Yamamay per il suo account Whatsapp la dice lunga sul profilo dell'uomo e dell'imprenditore: la "Nebulosa anello del Sud" fotografata dal telescopio spaziale James Webb, la più profonda immagine mai fatta dell'universo. Quasi una metafora per dire che le imprese italiane, grandi e piccole, devono essere in grado di guardare lontano. «Essere sostenibile per un'azienda è diventata una necessità, un dovere più che una scelta», sottolinea Pinto a *Prealpina*, «anche perché non sarebbe vanto configurarsi come un rischio dal mondo della finanza: le aziende non sostenibili hanno meno accesso al credito. In ogni caso, se l'attività non è sostenibile, è destinata in qualche modo a terminare». Consiglio avvincente.

**Presidente, lei dice di andare oltre le crisi ma il problema è che il sistema economico è flagellato dalle continue emergenze.**

«Che le crisi incidano sui risultati aziendali è vero, ma per noi imprenditori non possono essere un allibi. Una volta erano i Terzi Gemelli, ora è il Covid, la guerra in Ucraina, ecc. ci siamo dentro e dobbiamo convivere. Come? Prendendo atto che le crisi sono una dimensione esistenziale e che sono proprio i momenti di discontinuità a dare lo stimolo alle imprese più capaci di conquistare quote di mercato».

**Ma la crisi energetica impatta pesantemente sulle aziende, in maniera concreta.**

«Certo, ma quasi nessuno dice che la gente del dollaro con l'euro è qualcosa di scomodissimo per l'economia europea, abbiamo anzi pensato che un dollaro così debole determinasse dal nostro punto di vista un vantaggio. Ci sono stati momenti in qualche modo di riparo. Ecco un'altra crisi».

**Torniamo a quella energetica: pro e contro il rinvio del nucleare in Italia?**

«Favorevole, assolutamente. L'energia nucleare è fondamentale per l'industria, per l'energia elettrica, per la nostra capacità di lavorare in modo sostenibile. Eravamo leader mondiali e abbiamo speso le reni a una generazione di scienziati che oggi non sappiamo più come ricreare. Purtroppo è un tema diviso per categoria di informazioni, per appartenere del fatto».

**Non a caso, essendo le elezioni dello Fgoglio, i leader politici ne parlano poco...**

«Per la precarietà del suo sistema politico, non parlo dei partiti ma del quadro generale, l'Italia non ha la capacità di pianificare a lungo termine. I grandi Paesi sono quelli con una visione politica a 30, 50 anni o come il Giappone, che pianifica a 80 anni. Noi non riusciamo neanche a costruire nuovi terminali autostradali».

**Yamayay è una grande azienda modello di sostenibilità. Non teme che le imprese medio-piccole disintino la transizione ecologica perché più impegnate a stare a galla?**

«C'è vero, ci sono aziende che possono sentirsi meno partecipi di questa complessa trasformazione ma sono convinto che in Italia vi sia un diffuso senso di responsabilità. Sono convinta. Se tutti abbiamo lavorato a distanza durante la pandemia, noi imprenditori del tessile dobbiamo imparare a generare un impatto



791

• DIPENDENTI

Yamayay conta 791 dipendenti. In base al bilancio 2021 le vendite al dettaglio ammontano a 203,4 milioni di euro

622

• NEGOZI

Sono 622 i negozi monomarca, diffusi in 41 Paesi del mondo. Due milioni i followers dell'azienda galarezzese su Facebook e Instagram

minore sull'ambiente e sulla società, rivoluzionando il modo di lavorare, dalla progettazione alla produzione fino al riuso e al riciclo dei prodotti e alla gestione del rifiuto. È una trasformazione culturale che va trasmessa alle aziende. Ci bisogno di esempi, di storie da raccontare. Quali sono le storie di Yamamay? «Ad esempio quella di Principessa Superba. Uno dei problemi dell'industria tessile è che inquina: si stima che in Europa vengono generati ogni anno circa 7 milioni di tonnellate di scarti di tessuti, equivalenti a 13 dollari per persona, e uno dei modi per evitarlo è realizzare prodotti che generino meno invenduti. Ci si è venuta l'idea: creare un reggiseno che con tre misure copre ventisei combinazioni di taglia, rendendo felici sia la mamma che le figlie. La nostra coppia sono frutto di ricerche scientifiche, abbiamo fatto 7mila body-scanning in tutta Italia per studiare la conformazione delle donne».

Francesco Pinto è presidente di Yamamay, azienda che ha fondato nel 2001 con la moglie Barbara Cimmino (nella foto in alto, mostra il costume creato per Edie). Sopra, la "Y" davanti alla sede, riciclata e da privato

L'ESCLUSIVO DI 30

### Una "Y" da Guinness

«Anche i simboli sono importanti», dice il presidente di Yamamay. È il caso della monumentale "Y" collocata all'ingresso della sede galarezzese, a suggello del centenario di Intcom SpA, un'opera d'arte "cristallo" creata in collaborazione con la Carocci. Alta 4 metri, la scultura è composta da una "Y" in polipropilene riciclato da parti di riciclo e riciclabile, del peso di 170 kg, e di un'unità in calcestruzzo riciclato grazie a una speciale calcestruzzo stampato in 3D pesante 1.500 kg. È stata poi finita e laccata con una vernice biocomponente polimerica. La produzione ha richiesto circa 200 ore di lavoro da una "Y" di progettisti, si ritiene che quest'opera sia il più grande logo aziendale realizzato in 3D in Italia e, forse, in Europa. «Da Guinness del mondo», sostiene Francesco Pinto.

**Ricerche scientifiche per un reggiseno?**

«Noi abbiamo voluto sempre gli schemi coinvolgenti anche il mondo universitario nei nostri progetti di ricerca, dalla laurea alla Bocconi alla Scuola Superiore Sant'Anna. Fra l'altro, quest'anno ci sono state a raccontare la nostra identità ai laureandi e laureate. Ci venivano di addosso i formati specificamente, corsi di ingegneria tessile non ce ne sono quasi più».

**Ci sono gli Istituti di coordinatore lombardo, Roberto Felici, ha invitato le aziende a partecipare alla Fondazione. Che ne pensa?**

«Penso che in Italia vi sia ancora una scarsa conoscenza di questo segmento dell'istruzione, che è invece fondamentale per le imprese».

**Secondo lei i clienti sono disposti a pagare di più per comprare prodotti sostenibili?**  
«È un elemento di preferenza chiaro, non ancora così marcato come vorremmo, ma è un trend in grande crescita. Ma intenzionalmente la sosteni-

bilità non si deve riflettere sul prezzo pagato in negozio. È invece necessario, come abbiamo fatto noi, ripensare i prodotti in modo da ridurre l'impatto ambientale e sociale. Attualmente il 53% del nostro linee Mare è realizzato con materiale riciclato o riciclabile: il piumo è che entra il 2024 almeno il 60% dei prodotti venduti sarà interamente sostenuto da percorsi di cambiamento profondo che abbiamo tracciato da tempo, anche integrando il nostro Consiglio d'amministrazione con un membro indipendente cui è affidata questa delega specifica».

**Le imprese, sono disposte a pagare di più i costi di greenizzazione e produzione?**

«Faciso un esempio molto pratico: primi in Europa e fra i primi al mondo abbiamo creato la linea Edie (acronimo di Eco-Designed Innovative Textile, ndr) in monopolimeri, senza fibre miste né accessori. Quando il costume da bagno non viene più utilizzato può essere riciclato al 100%. Quindi non va in discarica, non inquinata, perfino nella stampa abbiamo usato un processo che non prevede acqua. Per ottenere questo risultato ci siamo aperti al territorio e abbiamo messo a nudo diversi attori dello stesso livello di lavoro: rompendo le barriere, abbiamo dimostrato che insieme si può concepire il prodotto in modo innovativo, totalmente circolare, con notevoli risparmi sui materiali e velocizzando i processi industriali. Siamo inoltre entrati a far parte del consorzio Rete Green di Sistema Moda Italia per il riciclo dei prodotti tessili. È un questo contesto che diventa centrale la figura dell'azienda, su cui Yamamay ha da tempo una leadership importante».

**Il suo approccio filosofico alla sostenibilità fa della realtà una rarità fra gli imprenditori...**

«Sì, realtà la vera esperta è Barbara Cimmino (sua moglie, ndr). In azienda guida un gruppo di lavoro finalizzato alla sostenibilità dei prodotti, inoltre alcuni gruppi che è stata nominata nel Board di Eurotextile, che collabora con la Commissione europea nella definizione delle regole in ambito tessile. Da qualche mese è anche presidente degli industriali tessili in provincia di Varese, quindi abbiamo la possibilità di portare la nostra testimonianza. fare sistema nella condivisione e l'aggiornamento».

**In che modo i dipendenti Yamamay beneficiano di queste politiche di sostenibilità?**

«Per ridurre il nostro terzo bilancio di sostenibilità abbiamo interpretato i nostri dipendenti stakeholder. La risposta? Al primo punto c'è la sicurezza negli ambienti di lavoro, quindi è importantissima la certificazione ISO 45001 che abbiamo ottenuto. Da molti anni inoltre realizziamo al nostro interno campagne per la prevenzione dei tumori al seno, cui in seguito abbiamo aggiunto il melanoma e il tumore al testicolo. Nella sede di Gallarate abbiamo un ristorante, gratuito per tutti i dipendenti, dove quest'anno abbiamo adottato la dieta "Dieta" (l'Associazione di prevenzione e ricerca, ndr), sviluppata dagli IISL, basata su un tipo di alimentazione utile a prevenire il rischio di tumore. Ecco, in questo, possiamo essere di esempio ad altre aziende».