



Destinata da subito a entrare nell'azienda di famiglia (ma non nel Cda), Barbara Cimmino di Pianoforte Holding, trasforma le logiche di Csr di Yamamay in piattaforma di innovazione per imprese che guardano al futuro

Marina Bassi | @marinambassigdo

Sostenibilità come opportunità per una nuova seconda vita

U

n incontro fatale, che ha cambiato tutto e cancellato le altre vite: così Barbara Cimmino, head of Csr di Yamamay (firma di Pianoforte Holding insieme a Carpisa) descrive come le logiche di sostenibilità e Csr abbiano inciso profondamente sulla sua visione del business e non solo. "Oggi è questa la mia vera vocazione, un'affermazione che non avrei fatto vent'anni fa

-ci dice sorridendo- ma mi sono resa conto che esiste un modo diverso di fare business: come dicono i basic della Csr, si può essere competitivi tenendo conto anche di standard sociali e di qualità della vita. È tempo che le aziende orientate al futuro, oltre ai numeri, pensino a redistribuire, nel senso di restituire all'ambiente naturale (per noi in primis il mare) e a quello sociale quelle attività, azioni, attenzioni, sentimenti, emozioni, che ci hanno permesso di essere quello che siamo oggi. In questo percorso, penso che le donne abbiamo qualche carta in più da giocare, per la maggiore empatia che siamo in grado di esprimere, soprattutto quando manteniamo la nostra naturalezza, come ci hanno dimostrato molte top manager e imprenditrici fino a oggi".

Partiamo dall'inizio. Come comincia la sua storia professionale?

Sono entrata presto nell'azienda di famiglia e mi sono resa conto subito di due fortune: la prima è stata la possibilità di vivere da privilegiata in un'impresa familiare, con tranquillità e senza stress, nella ricerca continua di un dialogo tra famiglia, professionalità e business, mondi che ho imparato a conciliare, a volte con qualche fatica; la seconda è avere iniziato a lavorare negli anni Novanta trasformando le difficoltà di un'azienda all'ingrosso come Original Marines in una nuova sfida con Yamamay e Carpisa: avviare una rete di negozi monomarca diretti e affiliati. Una grande scuola che mi ha appassionato, lo sono anche ora, mi reso una specialista di questo mondo e mi permette, insieme al board, di vedere oltre.

Ed ecco l'incontro con la sostenibilità.

Come dicevo, una svolta, un cambio di prospettiva, un'opportunità di fare la differenza ripensando la rendicontazione contabile, ma anche pratiche e processi, per arrivare a una brand reputation forte, con purpose chiari. Una trasformazione impegnativa che ha richiesto molto lavoro per orientare sia la vendita sia la produzione con la ricerca di materiali sempre più green, come i tessuti ricavati da scarti dal mare, senza mai dimenticare moda e femminilità. Abbiamo fatto molto, ma abbiamo ancora di fronte a noi molto lavoro per dare con le azioni concretezza alle nostre intenzioni. In