

Il GRUPPO PIANOFORTE presenta il proprio **BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**

Milano, 13 Ottobre 2020

Il **Gruppo Pianoforte**, cui fanno capo i brand **Yamamay** e **Carpisa**, presenta per la prima volta il proprio **Bilancio di Sostenibilità** relativo all'esercizio 2019.

Il documento riassume le tappe più significative del percorso che il Gruppo Pianoforte già da diversi anni sta attuando per rendere i due brand sempre più sostenibili, un impegno che coinvolge diversi ambiti aziendali, una prima occasione per scoprire e tracciare un bilancio complessivo di quanto fatto finora.

Il Gruppo Pianoforte ha definito le **linee guida**, i **principi** del Gruppo rispetto alle **aree di sostenibilità** che impattano le **persone**, **l'ambiente**, la **comunità**, i **clienti** e i **fornitori** ed è impegnato a sviluppare un modello di business capace di coniugare **crescita economica, sviluppo sociale e rispetto dell'ambiente**.

Il Gruppo crede che garantire lo sviluppo sostenibile dei propri brand sia l'unica opportunità, insieme alla digitalizzazione ed all'innovazione, per continuare a crescere e conquistare la **fiducia nei propri stakeholder** oltre che conquistarne di nuovi.

La presentazione di questo primo bilancio è inoltre un'occasione per tracciare i risultati delle molteplici iniziative che nascono dal costante impegno e dalla filosofia che guida i due brand verso un futuro più sostenibile, ma anche un modo per fissare gli obiettivi che il Gruppo intende raggiungere nel quadro dei **Sustainable Development Goals** indicati dalle Nazioni Unite in relazione all'Agenda 2030.

“Abbiamo deciso di creare il nostro futuro e quello delle generazioni che verranno basandoci sulla **fiducia nel valore delle persone e delle relazioni**, con la consapevolezza che tutti dipendiamo da tutti e che la visione della realtà deve necessariamente essere d'insieme per quanto riguarda l'umanità, la natura e l'economia. Pensiamo che, con l'inizio del secondo decennio del nuovo millennio, la **responsabilità sociale d'impresa** debba avere come scopo principale la **creazione di valore riducendo il consumo delle risorse naturali**, rispettando la biodiversità e favorendo l'equilibrio tra le popolazioni ricche e quelle povere del pianeta. Non possiamo prescindere dall'importanza e dalla centralità che il tema bellezza ha per i brand Yamamay e Carpisa e per il retail più in generale. Attraverso la voglia di generare bellezza ambientale, sociale e dei nostri prodotti, oltre la cura del dettaglio, comunichiamo il nostro impegno a pensare costantemente al benessere diffuso delle persone ed alla loro dignità.

La nostra creatività è tesa ad **esaltare il collegamento che esiste tra persone ed ambiente** in quanto genera opportunità per far evolvere le attuali regole dell'economia verso modelli diversi, più etici e vicini alla vera natura dell'essere umano. Se il Fashion è il secondo settore industriale al mondo per generazione di inquinamento ambientale con il 10% di emissioni di CO₂ sul totale emesso dall'umanità, compromettendo fino al 20% delle risorse idriche mondiali impiegate nell'industria, vuol dire che non abbiamo altra possibilità se non quella di impegnarci con creatività e passione in questo cambiamento necessario, seguendo le proposte di lavoro comune che vengono indicate dall'Agenda ONU 2030.”

Barbara Cimmino
CSR Director

Il bilancio completo è da oggi disponibile on-line sui siti
www.yamamay.com e su www.carpisa.com

Yamamay

CARPISA