



Eccola la vera sfida. Dare un senso compiuto al tema della sostenibilità che, oltre a essere utilizzato a sproposito, in molti casi si rivela una parola vuota, priva di contenuti concreti.

M.A.R.E., la sostenibilità secondo Yamamay

Ma non questo è il caso di Yamamay. “La partita oggi si gioca sulla capacità di informare in maniera corretta e chiara i consumatori sul cambio di passo e sulle azioni intraprese dall’azienda su questo tema affinché siano messi nelle condizioni di fare scelte più consapevoli in materia di acquisti.



Che, attenzione, non vuol dire solo spingere nella direzione di dare evidenza, per esempio, all’utilizzo di fibre riciclate per realizzare i capi d’abbigliamento. Il ragionamento deve partire ancora più da lontano e riguarda la filosofia aziendale in sé e, di conseguenza, il tipo di approccio da avere a tutti i livelli, soprattutto internamente”, aggiunge Barbara Cimmino.

Una collezione che usa fibre riciclate

Dalla teoria alla pratica. Quest’anno il 53 per cento dei costumi da bagno della collezione mare lanciata da Yamamay è realizzata con fibre riciclate con l’obiettivo di salire al 60 per cento nel 2024. Non basta. Per il secondo anno consecutivo l’azienda ha proposto EDIT, Eco Designed Innovative Textile.



Si tratta di una capsule collection di costumi da bagno pensata seguendo il principio della circolarità tessile. La collezione è stata realizzata utilizzando un tessuto 100% mono-polimero (poliestere), di cui il 51% proviene da fonti riciclate certificate GRS (Global Recycled Standard). Nel processo produttivo è stato inoltre diminuito il numero di componenti per la realizzazione del costume ed è stato eliminato anche ogni tipo di accessorio. Questo solo per il prodotto.

Un’azienda virtuosa

A livello aziendale, il comportamento virtuoso si tocca con mano attraverso tutta una serie di azioni come, per esempio, la formazione e i corsi di aggiornamento professionale per manager e dipendenti; nella scelta di utilizzare solo illuminazione LED per uffici e punti vendita con il risultato di un risparmio, in termini di consumi, del 70 per cento. Ma è solo l’inizio. “Sono convinta” aggiunge Barbara Cimmini “che usciremo dalla complessità del momento storico perché avremo imparato a fare altro, non solo shopping etico.



Ad esempio, costituire dei movimenti di pensiero che cambino le regole del gioco, indirizzando le nostre vite verso un maggiore equilibrio tra quello che prendiamo dal nostro pianeta e quello che rendiamo. Ci sentiamo active citizen, per questo vogliamo imparare a trarre piacere da esperienze che non possono essere comprate, come stare nel mare con le persone che amiamo e con quelle con le quali condividiamo progetti creativi”.

Matteo Zaccagnino