



yamamay

Bilancio
di sostenibilità
2023

yamamay

**Bilancio
di sostenibilità
2023**

Indice



Lettera del Presidente	4
Lettera dell'Head of CSR & Innovation	5

01 YAMAMAY

1.1 Storia e identità di Yamamay	8
1.2 La governance di Yamamay	20
1.3 Il contesto ESG	30
1.4 La sostenibilità per Yamamay	31
1.5 Dicono di noi	48

02 PRODOTTO

2.1 Sviluppo e innovazione	54
2.2 Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura	71
2.3 Marketing responsabile e comunicazione trasparente	80
2.4 Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales	87

03 PERSONE

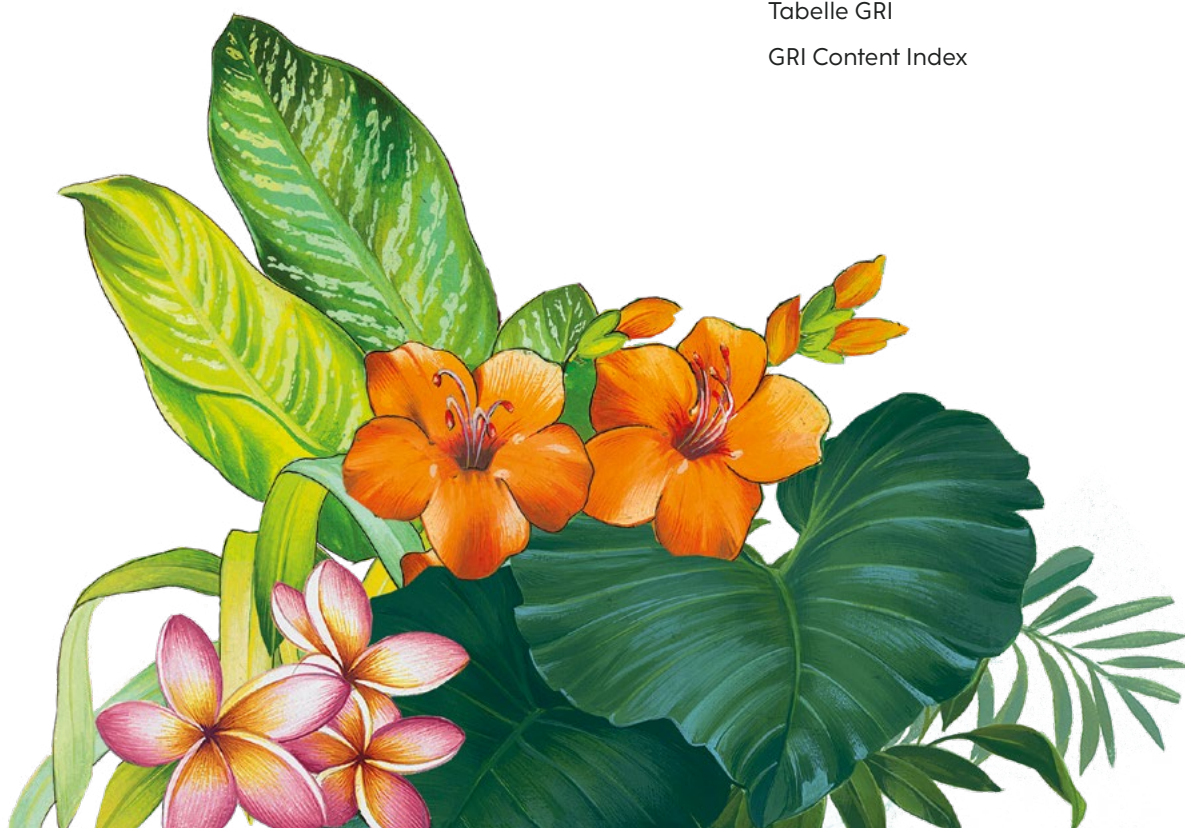
3.1 Gestione, sviluppo e benessere delle persone	93
3.2 Salute e sicurezza	110
3.3 Supporto alla comunità locale	116

04 PIANETA

4.1 Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico	122
4.2 Gestione della risorsa idrica	129
4.3 Gestione dei rifiuti	130
4.4 Protezione del territorio e della biodiversità	132
4.5 Packaging responsabile	138
4.6 Negozi sostenibili	143

NOTA METODOLOGICA

Tabelle GRI	148
GRI Content Index	156



Lettera del Presidente



Gentili Stakeholder,

è con grande piacere che vi presento il Bilancio di Sostenibilità 2023 di Yamamay.

Quest'anno abbiamo raggiunto significativi traguardi in molte aree, grazie all'impegno e alla dedizione di tutto il nostro team e alla collaborazione costruttiva con i nostri Stakeholder.

Tuttavia, siamo consapevoli che il percorso verso una sostenibilità completa è ancora lungo e pieno di sfide.

Nel 2023 abbiamo continuato a rafforzare il nostro impegno per una gestione responsabile e sostenibile, seguendo i principi delineati dal framework AA1000 Stakeholder Engagement. Questo ci ha permesso di coinvolgere in modo più efficace i nostri Stakeholder, raccogliendo feedback preziosi e adattando le nostre strategie alle loro esigenze e aspettative.

Uno degli strumenti realizzati per monitorare periodicamente e migliorare costantemente le nostre performance in termini economici, sociali e ambientali, è stata la nostra Sustainability Balanced Scorecard, ulteriormente affinata e che ora include 24 indicatori chiave.

Abbiamo anche fatto significativi progressi nel ridurre il nostro impatto ambientale. La percentuale di energia acquistata in Italia da fonti rinnovabili è salita al 47% e le nostre emissioni totali di gas serra (GHG), senza considerare la fase d'uso, sono state ridotte del 17% rispetto all'anno precedente. Questi risultati sono frutto di un impegno costante verso l'efficienza energetica e l'adozione di tecnologie più pulite. Abbiamo inoltre implementato diverse iniziative per ridurre la nostra carbon footprint, tra cui il crescente uso di materiali più sostenibili.

In termini di responsabilità sociale, abbiamo introdotto un programma che consente ai nostri dipendenti di dedicare una giornata lavorativa all'anno ad attività di volontariato. Un piccolo progresso, ma nella giusta direzione.

Tuttavia, non possiamo ignorare i gap ancora presenti. Dobbiamo infatti intensificare i nostri sforzi in alcune aree quali la trasparenza lungo la catena di fornitura, la riduzione delle non conformità nei controlli qualità e l'implementazione di pratiche di economia circolare. La nostra adesione al Global Compact delle Nazioni Unite ci impegna a perseguire questi obiettivi con ancora maggiore determinazione e trasparenza.

Allo stesso modo, il percorso verso la realizzazione di negozi che possano rappresentare un nuovo modello operativo più sostenibile, accogliente ed inclusivo non è stato privo di complessità e richiede maggiore impegno per essere positivamente completato.

La trasformazione sostenibile del nostro business, attraversata da evoluzioni normative, regolamentari e tecnologiche senza precedenti, ci sollecita ed in qualche modo ci impone di sviluppare un pensiero creativo e nuovo per riprogettare non solo il nostro prodotto secondo la prospettiva dell'eco-design, ma il nostro intero modello operativo.

Le ambizioni, il progresso, la tensione verso la crescita non possono che trovare il loro terreno ideale di coltura nei valori e nello scopo nobile dell'Azienda, quello di creare benessere curando la bellezza che è in ciascuno di noi. Questa è la vera sfida: avere consapevolezza dei nostri limiti, coltivando un sentimento di urgenza per costruire un futuro migliore.

Si tratta di una responsabilità di tutti. Nessuno può più pensare che la dimensione economico-finanziaria sia sufficiente a costruire e testimoniare il senso, la rilevanza, il valore ed il successo sostenibile del nostro marchio.

Grazie per la vostra attenzione e per il costante sostegno.

Cordiali saluti,

Francesco Pinto

Presidente

Lettera dell'Head of CSR & Innovation



Gentili Stakeholder,

L'industria del tessile e dell'abbigliamento intimo e per il mare è ad una svolta epocale.

L'adozione di requisiti di design ecocompatibile, dettati dalla regolamentazione sull'Eco-design, rappresenta una priorità imprescindibile per allinearci agli obiettivi del Green Deal e della Strategia Tessile dell'Unione Europea.

È fondamentale che i criteri di eco-design non solo facilitino una transizione fluida e sostenibile, ma che permettano anche lo spazio necessario per il continuo sviluppo tecnologico e l'innovazione. In questa ottica, ci aspettiamo un radicale cambio di prospettiva nella progettazione e nella industrializzazione dei prodotti.

Per realizzare questo progetto è tempo di concentrarsi sul creare un ambiente propizio all'ideazione ed al prosperare di nuove soluzioni, processi e prodotti. Questo approccio ideativo, razionale e creativo insieme, apre inedite dimensioni di sviluppo e crescita, rendendo il nostro settore estremamente stimolante e innovativo.

Mi auguro che per Yamamay questa spinta verso l'innovazione non si arresti e generi sempre maggiore interesse da parte dei clienti consapevoli, informati ed impegnati nel cambiamento, con il desiderio di rafforzare la relazione di fiducia con tutti gli Stakeholder.

Abbiamo due grandi filoni di lavoro che ci attendono e che richiederanno grandi risorse ed energie a partire dal 2024:

- ✂ l'adozione di scelte strategiche per realizzare materiali e prodotti a ridotto impatto, durevoli e con contenuto di fibre riciclate sempre maggiore: da essi dipende il nostro successo nella decarbonizzazione;
- ✂ l'applicazione della Direttiva sulla rendicontazione della sostenibilità aziendale (CSRD) che, dall'esercizio 2025, richiederà alle grandi aziende di divulgare informazioni sul loro impatto ambientale. Per questo in Yamamay è stata avviata un'analisi di gap con il fine di comprendere quali nuovi KPI andranno rilevati e misurati nella ormai imminente rendicontazione con gli standard EFRAG.

Le aree di lavoro che perseguiremo con energia e visione includono Sostenibilità, Innovazione, Digitalizzazione e Tecnologia, Economia Circolare, Collaborazioni, Trasparenza e Responsabilità, Formazione.

Siamo convinti che solo attraverso un impegno condiviso potremo navigare con successo questa duplice transizione e contribuire alla creazione di un futuro migliore, più equo e prospero.

Sapete bene che la navigazione ci affascina e ci aiuta nella riflessione sullo sviluppo sostenibile di Yamamay: la Missione M.A.R.E. e la classe velica RS21 costituiscono un ottimo allenamento personale per trasformare le strategie ESG in azioni; l'ascolto ed il confronto con gli Stakeholder, il navigare le esperienze, le conoscenze e le ambizioni con altre persone costituiscono la chiave per aprire le porte delle coscienze e delle intelligenze ai nuovi orizzonti della sostenibilità.

Vi ringrazio quindi per il continuo supporto e fiducia, per gli stimoli e le sollecitazioni con i quali alimentate questo difficile percorso. Ci attende un viaggio impegnativo ma estremamente gratificante!

Barbara Cimmino

Head of CSR & Innovation



Highlights 2023

YAMAMAY



24

KPI di sostenibilità monitorati con la Sustainability Balanced Scorecard



25%

Incidenza quota rosa nel Board

0

Segnalazioni whistleblowing



+10%

Valore aggiunto e distribuito vs 2022

65

Rischi mappati dal gruppo di lavoro dedicato



Presenza di un Gruppo Rischi endoconsiliare

Adesione all'UN Global Compact

1.1 Storia e identità di Yamamay

«Sulle alte colline dell'entroterra giapponese, racchiuso nella sua eterea bellezza brilla un bozzolo dai riflessi argentati e cristallini. Si nutre della preziosità del tempo, finché i suoi timidi scintillii si tramutano in magnifiche ali. Dai riflessi violacei che sfumano nei toni del rosso e del rame emerge un corpo verde e vellutato, pronto a spiccare il volo e a incantare il mondo con la sua bellezza secolare. Il suo nome è **Bombix Yamamay**».

Yamay nasce nel 2001 dall'intuizione dell'imprenditore napoletano Gianluigi Cimmino, il quale - consapevole del potenziale in espansione del mercato dell'intimo e del mondo del retail - decide di investire in una nuova sfida imprenditoriale. È così che, insieme a Barbara Cimmino e Francesco Pinto, trovò a Gallarate il luogo ideale per fondare Inticom S.p.A., una realtà che con gli anni sarà destinata a una notevole espansione e notorietà, tanto da affermarsi oggi come Azienda leader nella vendita al dettaglio di prodotti intimo, corsetteria, lingerie, costumi da mare, abbigliamento e accessori. Inticom S.p.A., ad oggi, appartiene al Gruppo Pianoforte detenuto dall'azionista unico Pianoforte Holding S.p.A. Appartengono al Gruppo anche le controllate Kuvera S.p.A., proprietaria del brand Carpisa, Pianoforte Asia Pacific, Jamino, Pianoforte Suisse e Pianoforte Croatia. Inticom S.p.A. controlla le seguenti società: Pianoforte France S.a.r.l., Pianoforte Middle East Fashion Trading LCC e YingLi Yang International Trading Co.Ltd.

Sin dal suo esordio, l'Azienda sceglie di ancorare la propria identità ad un elemento forte, evocativo e di rara bellezza, una farfalla e, in particolare, a un singolare esemplare diffuso sulle alte colline dell'entroterra giapponese.

Il nome "Yamay" deriva infatti dal bozzolo delle montagne, *bombix Yamamay*, che cresce e si sviluppa in condizioni di ambiente puro e incontaminato. Questa metafora richiama quindi alla bellezza e alla qualità, valori a cui la famiglia e l'Azienda si sono sempre ispirati.



PURPOSE

Ci prendiamo cura del benessere dei nostri clienti attraverso la creazione di prodotti durevoli e di qualità.

Vogliamo che i nostri indumenti rendano felici chi li indossa.

Ci impegniamo a rendere questo possibile e misurabile rispettando persone e obiettivi.

Pensiamo che la responsabilità che mettiamo in ogni azione e in ogni innovazione sia determinante per la crescita sostenibile nel medio periodo, oggi e per sempre.

MISSION

- ✂ Essere mossi dalla passione per la bellezza e dalla dedizione alla qualità.
- ✂ Agire con responsabilità verso gli *Stakeholder* e il Pianeta che fornisce le risorse per le attività dell'Azienda.
- ✂ Considerare il negozio centrale nelle strategie aziendali.
- ✂ Coinvolgere la catena di fornitura attraverso un dialogo continuo e costante.
- ✂ Diffondere gioia e positività, creando un legame emotivo con i clienti.

Yamamay si impegna ad innovare costantemente il design e le funzionalità dei propri prodotti, i materiali con cui essi sono realizzati, il modo con cui si lavora e collabora, per garantire un'esperienza d'acquisto coinvolgente e soddisfacente, un benessere comune, una crescita sostenibile ed un impatto positivo a lungo termine.

VISION

Essere un punto di riferimento nel settore della moda intima e mare, per l'eccellenza dei nostri prodotti e per il nostro impegno verso la sostenibilità e l'innovazione.

Miriamo a creare un futuro in cui la bellezza sia sinonimo di autenticità e fiducia, dove ogni individuo si senta libero di esprimere la propria unicità e distintività senza compromettere il benessere del pianeta.

I VALORI DI YAMAMAY

- ✂ **Fiducia:** Collaborare e ascoltare per creare risultati positivi e sostenibili, nel rispetto della diversità.
- ✂ **Passione:** Lavorare con motivazione e senso di responsabilità nel rispetto degli obiettivi e con il desiderio di essere i migliori sul mercato.
- ✂ **Rispetto:** Mettere a proprio agio e promuovere il benessere delle persone per creare un ambiente familiare, rispettando le necessità di ognuno.
- ✂ **Integrità:** Avere sempre un comportamento etico e trasparente in ogni scelta quotidiana.
- ✂ **Creatività e Innovazione:** Operare con immaginazione, originalità e spirito positivo nelle attività di ogni giorno, dando grande valore alle innovazioni dei prodotti.



LA STORIA DI YAMAMAY

Apertura del **primo negozio internazionale a Cipro**
 Ottenimento del premio «**Franchisor dell'anno**»
 in Italia per Yamamay

Apertura del **flagship store in Milano**,
corso Vittorio Emanuele II

Inaugurata la **filiale di Hangzhou (Cina)**
 per attività di sourcing e controllo qualità

Jennifer Lopez
 firma una licenza
 di tre anni con
 Yamamay

Inaugurato il **nuovo headquarter** di Yamamay
 a Gallarate (VA)

Yamamay è sponsor e licenziatario del +39
 Team, partecipando all'**America's Cup** a Valencia

Intesa Sanpaolo acquista il 10% di partecipazione
 del capitale sociale del Gruppo Pianoforte
 Vittoria della **squadra di pallavolo femminile**
Yamamay del Campionato Italiano, della
 Coppa Italia, della Coppa Europa CEV e della
 Supercoppa Italiana

Yamamay lancia la collezione «**Yhome**»
 Collaborazione con **Giovanni Gastel**
 per un evento d'arte

Lancio del nuovo **CONCEPT STORE**
 «**Yamamay beach**»

Prodotte **mascherine con tessuti certificati**
 dall'Istituto Superiore di Sanità e i marchi CE

Yamamay è il primo marchio ad organizzare una
raccolta fondi per sostenere i reparti di ricerca
 degli Ospedali Sacco di Milano, Spallanzani di
 Roma e il Policlinico Federico II di Napoli

Yamamay è il primo marchio di costumi
 da bagno a lanciare una **capsule collection**
 con **tessuto in polimero 100% riciclato e**
riciclabile, con una certificazione di
 eco design e circolarità.

L'Assemblea nomina per la prima volta un
consigliere indipendente donna nel Consiglio
 di Amministrazione di Inticom S.p.A.



Adesione al **Patto mondiale**
delle Nazioni Unite (UNGC)

Yamamay sostiene la **seconda**
edizione del progetto M.A.R.E.

Main Sponsor dei mondiali della classe di vela
 sostenibile RS21 presso Porto Rotondo

Yamamay festeggia il **decimo anniversario**
della linea SCULPT

2001

2004

2005

2007

2008

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024



Nascita di **Inticom S.p.A.**,
 proprietaria esclusiva di
YAMAMAY e apertura del
 primo negozio a settembre

Prima
 campagna
 sostenibile
 di Yamamay
 «**Yamazonia**»



Lancio della campagna «**Go Green**»
 in collaborazione con AzzeroCO₂ con lo
 scopo di ridurre l'impronta carbonica

Le famiglie Cimmino e Carlino prendono il controllo
 di Inticom e fanno una fusione costituendo la
Pianoforte Holding in cui fanno confluire le rispettive
 attività: Inticom S.p.A. (Yamamay)
 e Kuvera S.p.A. (Carpisa)

**pianoforte
 group**

Presentazione del
 «**Yamamay Fashion Show**» su SKY

Yamamay lancia **SCULPT**, una collezione di
 intimo modellante prodotta con tessuti Sensitive

Lancio della collezione di lingerie femminile
 disegnata in **co-branding con Naomi Campbell**
 che diventa la nuova testimonial del marchio

Apertura del **flagship store a Dubai** presso
 il Marina Mall

Firmata una **sponsorship con Cristiano**
Ronaldo per il marchio CR7



Yamamay lancia il primo
 reggiseno per assistere le
 donne in fase post operatoria
 con la tecnologia **INNERGY**



Prima edizione del **progetto**
M.A.R.E. in collaborazione con
 One Ocean Foundation OOF
 e il Centro Velico Caprera CVC

Yamamay è partner del **RS21 CUP**
 Yamamay aderisce alla **Rete Workplace Health**
Program Lombardia



Yamamay viene riconosciuta come «**Leader della**
sostenibilità» da Il Sole 24 Ore e Statista per il
 secondo anno consecutivo

FATTORI DISTINTIVI DI YAMAMAY

Nella storia evolutiva del marchio, si è assistito non solo alla costante preservazione dei valori distintivi di freschezza e leggerezza, ma anche all'aggiornamento dell'identità aziendale attraverso un ascolto empatico dei bisogni emergenti nel contesto economico, sociale e culturale in evoluzione. Questa capacità empatica di ascolto ha permesso a Yamamay di aggiornare la sua espressione, incarnando una femminilità sicura di sé. Si tratta di una femminilità che si muove nel mondo con responsabilità e consapevolezza delle proprie scelte, desiderosa di valorizzarsi per sé stessa, senza essere condizionata dalle aspettative esterne, ma piuttosto orientata a trovare la propria centralità nel mondo e nella propria identità femminile.

Yamamay ha stabilito un rapporto unico e irripetibile con le sue clienti grazie alla sua multidimensionalità che l'ha resa un marchio amato e scelto consapevolmente fin dai suoi esordi. Simbolo di qualità e artigianalità italiane, con uno sguardo rivolto ad un romanticismo glamour e gioioso, il marchio è riuscito a integrare questo spirito in una visione logica, innovativa e altamente funzionale dei suoi capi, che spaziano dall'intimo al pigiama fino ai costumi da bagno.

La capacità di Yamamay di comprendere appieno i desideri e le esigenze delle donne, espressive di una vasta gamma di diversità, le consente di offrire sempre prodotti gratificanti ed interessanti per la bellezza complessiva di ogni articolo.

Oggi, l'identità di Yamamay è strettamente intrecciata al suo forte impegno sociale e ambientale. La sfida è che questa evoluta identità sia accolta e interiorizzata a tutti i livelli dell'Azienda, producendo un impatto tangibile sulle decisioni strategiche.

L'approccio di Yamamay può essere definito olistico, poiché abbraccia diverse dimensioni, dalla sostenibilità ambientale all'inclusione sociale, dimostrando una visione completa e globale del business.

I suoi pilastri guida sono:

- ✂ **Accessibilità e Innovazione:** Yamamay si impegna a offrire moda intima e mare accessibile e di tendenza, rendendo i propri prodotti accessibili a un vasto pubblico senza compromettere la qualità e l'innovazione. Questo posizionamento riflette l'impegno del marchio nel declinare l'innovazione nei suoi prodotti combinando modernità, prestazione e sostenibilità.
- ✂ **Qualità e Bellezza Autentica:** Yamamay si distingue per la qualità dei propri prodotti, che celebrano la bellezza autentica e la diversità dei corpi femminili e maschili. Il marchio si impegna a garantire che ogni capo rifletta l'autenticità e la bellezza naturale dei suoi clienti, promuovendo una visione inclusiva della bellezza che vada oltre gli stereotipi convenzionali.
- ✂ **Fiducia e Durabilità:** Yamamay si impegna a costruire una relazione di fiducia con i suoi clienti, garantendo la durabilità e la qualità dei propri prodotti nel tempo. Questo posizionamento enfatizza l'idea che i clienti possano contare su Yamamay per offrire soluzioni affidabili e di lunga durata, contribuendo così a costruire una relazione di fiducia e soddisfazione duratura con il marchio.

LA STRATEGIA

Il piano strategico 2020-2024, si fonda sui seguenti pillar e per quanto riguarda gli obiettivi di sostenibilità e le misurazioni delle azioni messe in campo in questi 4 anni, può essere considerato un inizio di progettualità sulla piena incorporazione delle politiche e degli obiettivi di sostenibilità che troverà maggiore consistenza e piena applicabilità nel prossimo piano industriale in fase di scrittura.

1. **Valorizzare il Potenziale del Capitale Umano:** Investire nella formazione e nello sviluppo del personale per massimizzare il contributo dei dipendenti e favorire un ambiente di lavoro stimolante e produttivo e valorizzare le competenze delle maestranze.
2. **Differenziare i Prodotti attraverso Qualità, Sostenibilità e Innovazione:** Yamamay può distinguersi sul mercato offrendo prodotti di alta qualità, sostenibili e innovativi, che rispondono alle esigenze e alle preferenze dei clienti moderni.

3. **Espansione del Marchio e Approfondimento della Sostenibilità:** Cogliere le opportunità nel mercato globale sempre più competitivo, focalizzandosi sull'espansione del marchio.
4. **Sostenibilità:** Integrazione di pratiche sostenibili in tutta la catena di approvvigionamento.
5. **Innovazione Digitale:** Utilizzare l'innovazione tecnologica e digitale per migliorare l'esperienza del cliente online e offline, offrendo opzioni di personalizzazione dei prodotti e una comunicazione di marca trasparente, coinvolgente e autentica.
6. **Ampliamento della Presenza Internazionale:** Sfruttare la reputazione e il posizionamento distintivo di Yamamay per espandere la presenza sul mercato internazionale, capitalizzando sul potenziale dei mercati esteri.

IL BUSINESS MODEL

Il *business model* rappresenta il fondamento su cui si basa Yamamay per creare, fornire e catturare valore. Questo *framework* strategico fornisce una panoramica chiara delle attività principali dell'Azienda, delle sue risorse e delle relazioni chiave che la sostengono, identificando così il percorso verso la sostenibilità economica e il successo a lungo termine. La strategia di Yamamay include diversi approcci mirati a garantire sia la qualità dei suoi prodotti sia la trasparenza nei confronti dei clienti. Una parte significativa di questa strategia consiste nella produzione conto terzi, un processo in cui Yamamay collabora con fornitori esterni per la realizzazione dei suoi prodotti di intimo, pigiama e moda mare. Questa partnership consente a Yamamay di beneficiare delle competenze e delle capacità specializzate dei suoi partner, garantendo al contempo standard qualitativi e una produzione efficiente. L'Azienda fornisce inoltre, una dichiarazione esplicita sul "made in" rendendo disponibili informazioni chiare e trasparenti riguardo l'origine dei materiali e la lavorazione dei prodotti.

Questa trasparenza sulle origini dei prodotti riflette l'impegno di Yamamay per la sostenibilità e l'etica nella produzione, garantendo ai clienti acquisti nel rispetto di rigorosi standard di qualità e responsabilità sociale. L'Azienda si avvale di un unico hub logistico, situato a Rescaldina, a breve distanza dalla sede centrale di Gallarate. Questo centro logistico strategico consente un efficiente flusso di merci per i negozi (diretti e affiliati) e un rapido servizio di consegna degli acquisti provenienti dall'e-commerce. La strategia di vendita prevede la presenza di negozi monomarca Yamamay, nonché la distribuzione online, consentendo così all'Azienda di raggiungere una vasta gamma di clienti in diversi segmenti di mercato. Un elemento fondamentale, inoltre, per il business di Yamamay sono i franchising. Questa modalità di espansione permette di diffondere il marchio e i prodotti dell'Azienda in modo capillare sul territorio. Grazie alla combinazione di un hub logistico efficiente e una rete di franchising consolidata, Yamamay può garantire una presenza diffusa e una gestione ottimale della rete commerciale.

PROCESSI DI SUPPORTO

- Finanza e accounting - Logistica e acquisti	- Risorse Umane - Ufficio Legale	- IT - Infrastrutture	Customer service
--	---	--	------------------

PROCESSI PRIMARI

Prodotto	Brand	Approvvigionamento	Distribuzione	Negozi
- Stile italiano unico, altamente alla moda ma funzionale - R&D e innovazione interni - Progettazione, modellazione e ingegneria interne sulla piattaforma PLM - Linee guida italiane sugli standard di controllo qualità e produzione italiani	- Forte consapevolezza del marchio - Divulgazione esplicita del "made-in" - Elevati investimenti nel marketing - Testimonianze di rilevanza internazionale - Ambasciatori digitali - Sponsorizzazioni	- Acquisto di materie prime - Approvvigionamento globale da terze parti - Flessibilità e ampia gamma di prodotti - Piattaforma di controllo degli approvvigionamenti di proprietà diretta in Cina, Hong Kong e Vietnam - Migliore opzione per ottimizzare il rapporto qualità/costo	- Hub di distribuzione a Rescaldina - Elevato numero di collezioni - Elevato numero di rifornimenti (fino a 3 a settimana) - Elevato numero di prodotti offerti (migliaia di SKU) - Nuove consegne ogni settimana	- Focus sui negozi monomarca - Priorità sui franchising - Presenza capillare in Italia - Presenza in crescita nei paesi esteri - Flessibilità nel raggiungere partnership con i principali rivenditori di moda internazionali
				Online - E-commerce Yamamay - Marketplace di terze parti

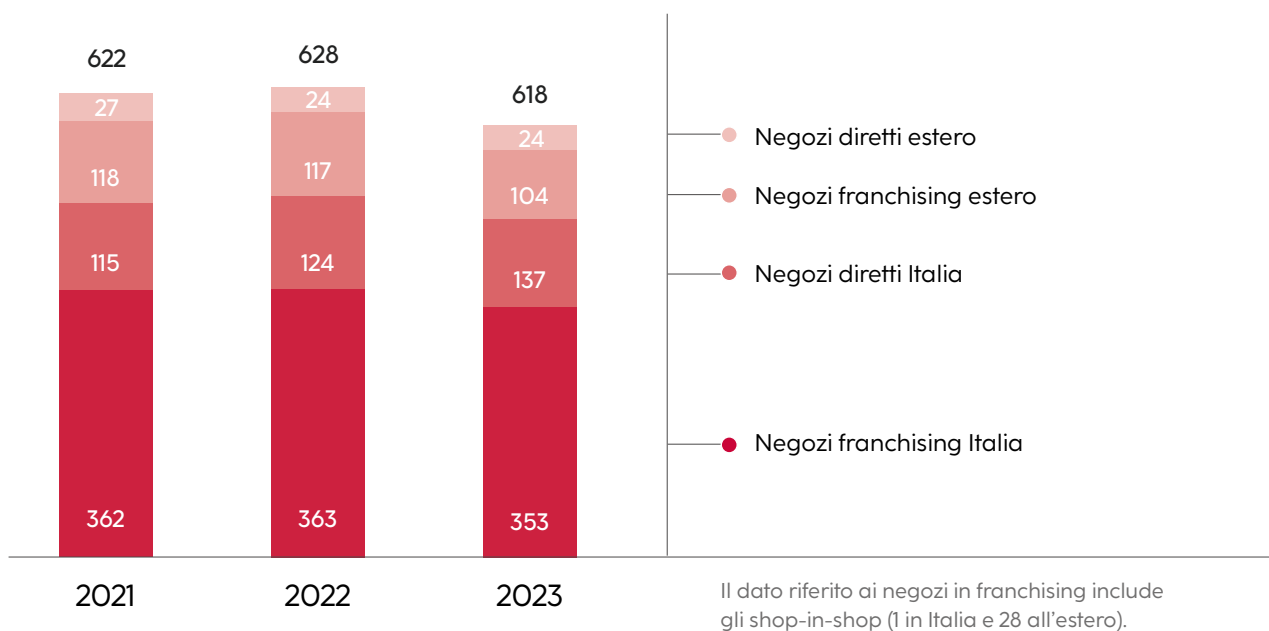
SOSTENIBILITÀ

Eco-design e circolarità	- Purpose - Comunicazione trasparente	- Tracciabilità - Materie prime sostenibili - Certificazione di prodotto - Riduzione di CO₂ (scopo 3)	- EPR - Certificazione ISO 45001 - Riduzione CO₂ (scopo 2 e 3) - Packaging sostenibile
--	--	---	--

LA PRESENZA DI YAMAMAY IN ITALIA E NEL MONDO

Yamamay mantiene salda la propria presenza sul mercato, sia in Italia sia all'estero, seppur con un limitato sviluppo in aree internazionali: nel corso del 2023 gli store Yamamay attivi sono 618. La maggior parte di essi si concentra in Italia, dove sorgono ben 490 negozi, mentre per quanto riguarda la situazione globale,

Yamamay conta la sua presenza in 35 stati. Oltre ai canali di vendita fisici, Yamamay fornisce ai propri clienti la possibilità di acquistare tramite e-commerce e marketplace, piattaforme che hanno registrato rispettivamente 5.5 milioni e 1.3 milioni di fatturato nel corso del 2023.



Nel corso del 2023 sono stati inaugurati 26 nuovi punti vendita in Italia, di cui 8 diretti, e ne sono stati chiusi 22, a sottolineare la strategia aziendale volta a un riassetto strategico e a migliorare la copertura sul territorio attraverso la selezione di punti di valenza commerciale.

**Yamamay è
presente in**

35 Stati

America Latina

Messico

Asia

Mongolia
Sri Lanka

Balcani

Albania
Croazia
Kosovo
Macedonia
Montenegro
Serbia
Slovenia

Centro e Nord Europa

Austria
Bulgaria
Lituania
Slovacchia
Svizzera
Ucraina

CSI

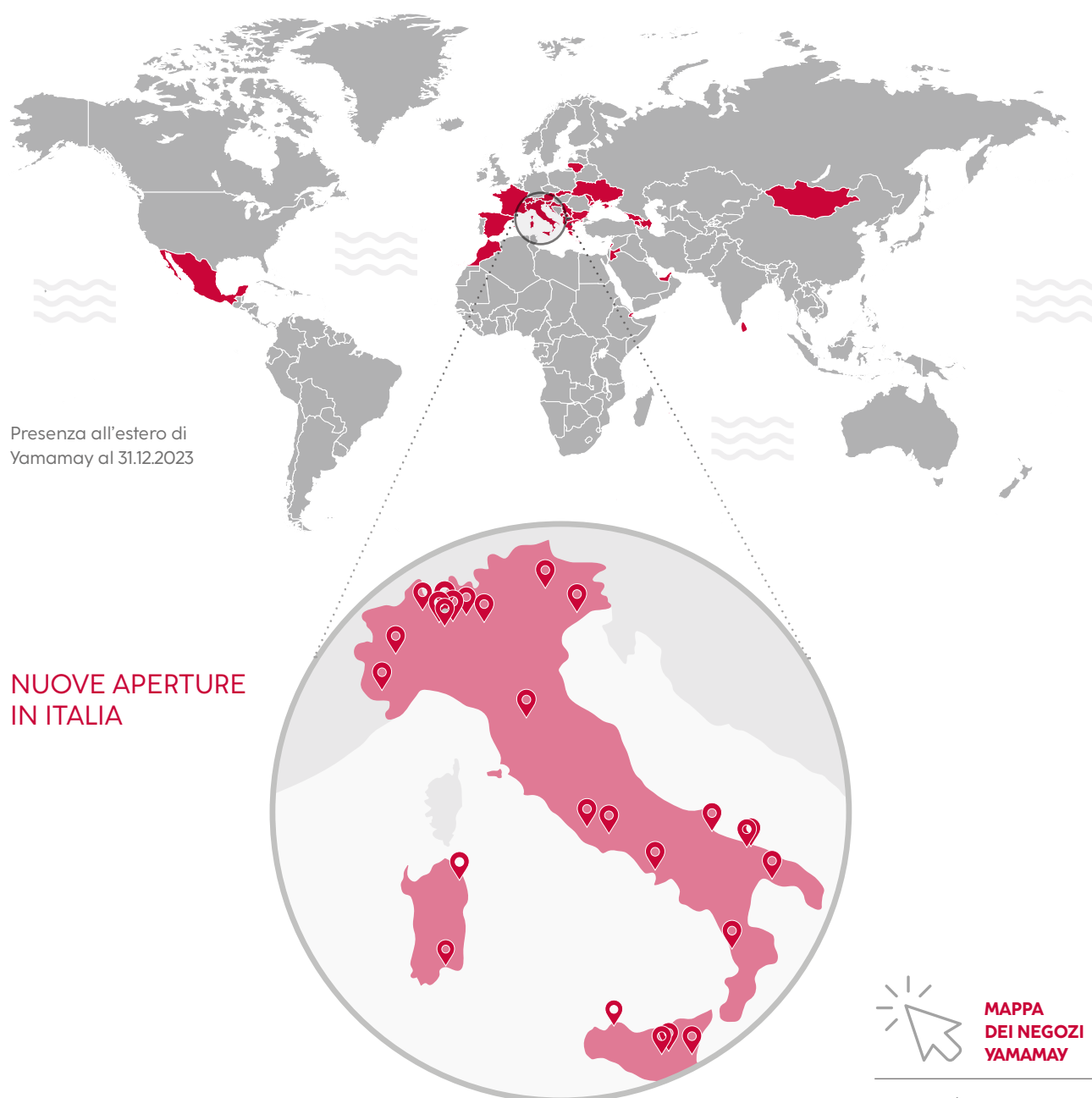
Armenia
Azerbaijan
Georgia
Moldavia

Medio Oriente e Africa

Emirati Arabi
Uniti
Djibouti
Giordania
Kuwait
Libano
Marocco
Mauritius
Qatar

Mediterraneo

Francia
Grecia
Italia
Malta
Principato di
Monaco
San Marino
Spagna



**MAPPA
DEI NEGOZI
YAMAMAY**

corporate.yamamay.com >
Chi siamo > Profilo

YAMAMAY MAN

Nel 2023, Yamamay ha confermato la sua strategia di sviluppo della rete vendita, considerando l'espansione del reparto uomo e dei negozi stand-alone MAN. Nel corso dell'anno infatti, l'insegna Yamamay Man, ha consolidato la sua presenza con 68 negozi disseminati in tutto il territorio.

Questi ambienti accoglienti e invitanti sono stati attentamente progettati per garantire agli uomini di tutte le età un'esperienza d'acquisto unica. Yamamay, con il suo sguardo rivolto al futuro, si conferma dunque, non solo come punto di riferimento indiscusso nel mondo della lingerie e dell'intimo femminile, ma anche come compagno di viaggio imprescindibile per l'uomo moderno che ricerca stile, comfort e versatilità.

Gli store con prodotti Yamamay Man possono essere di tre tipologie:



14
negozi

Arredo Man: caratterizzati da un arredamento personalizzato in grado di distinguersi a colpo d'occhio da quello utilizzato per il reparto donna e che prevede una suddivisione dello spazio in modo da dedicare una porzione specifica al reparto maschile. Questo nuovo layout, concepito con attenzione al dettaglio, assicura una chiara separazione visiva tra l'area destinata agli uomini e quella riservata al mondo femminile. Nonostante queste modifiche, la superficie complessiva dello store rimane invariata, garantendo un'esperienza di shopping fluida e armoniosa per tutti i clienti.



40
negozi

Arredo Man con doppio ingresso: questi negozi non solo hanno rivoluzionato il loro arredamento interno, ma hanno anche introdotto un ingresso separato per il reparto dedicato all'uomo. Questa scelta audace accentua ulteriormente la distinzione visiva tra i due mondi, offrendo agli uomini un accesso distintivo ed esclusivo al loro spazio di shopping. In alcuni casi, questa ristrutturazione ha portato ad un'espansione della superficie totale dello store, arricchendo l'esperienza dei clienti con una maggiore varietà di prodotti e una disposizione più spaziosa e accogliente.



14
negozi

Man Stand-alone: negozi interamente dedicati alle collezioni maschili.

LA PERFORMANCE ECONOMICA - HIGHLIGHTS 2023

ANDAMENTO ECONOMICO

Nell'esercizio 2023, Inticom S.p.A. ha segnato un incremento della performance finanziaria, con un fatturato che ha raggiunto circa 144,6 milioni di euro, registrando un aumento del 4,1% rispetto all'anno precedente. L'utile netto è stato di circa 3,8 milioni di euro, rappresentando un miglioramento di circa 4,3 milioni di euro rispetto al risultato negativo dell'anno precedente.

Questo successo è stato guidato da una strategia ben definita che ha seguito le linee guida del Piano Industriale della Società. Il consolidamento della rete di vendita fisica è stato uno degli obiettivi principali, mentre la strategia commerciale si è concentrata sulla digitalizzazione e sull'omnicanalità, puntando a integrare completamente il mondo online con la rete fisica dei negozi.

Nonostante gli effetti negativi dei conflitti in corso e dell'inflazione, che hanno rallentato la crescita e aumentato i costi aziendali, l'incremento del fatturato ha avuto un impatto positivo sui risultati finali e su tutti gli indicatori economici e gestionali. In particolare, le vendite dirette e affiliate in Italia hanno registrato una crescita rispetto all'anno precedente, contribuendo a consolidare ulteriormente il successo dell'Azienda.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Il Valore Aggiunto rappresenta il valore generato dall'attività produttiva dell'organizzazione e distribuito ai soggetti riconosciuti come portatori di interessi, ossia gli *Stakeholder*. Il valore economico generato e distribuito rappresenta quindi la capacità di un'azienda di reinvestire tra i propri *Stakeholder* una parte del valore economico generato attraverso le proprie attività, misurando così l'impatto della stessa sulla comunità in cui opera e lungo l'intera catena del valore.

Esso consente quindi di valutare sia le performance economiche della gestione aziendale sia la capacità dell'Organizzazione di creare le condizioni per la distribuzione della ricchezza agli *Stakeholder* di riferimento, in termini di benefici diretti e indiretti, risorse allocate e utilità sociale generata.

Nel corso del 2023, Yamamay ha generato un valore aggiunto netto di 33,1 milioni di euro, mentre il valore economico distribuito è stato pari a 30,1 milioni di euro. A differenza dei due anni precedenti, il valore aggiunto trattenuto dalla Società risulta essere positivo e si attesta a 3,0 milioni di euro. È utile però sottolineare che il valore aggiunto distribuito continua a crescere nel corso degli ultimi tre anni: rispetto all'anno precedente è stata infatti registrata una crescita di quasi il 10%.

13,6 milioni

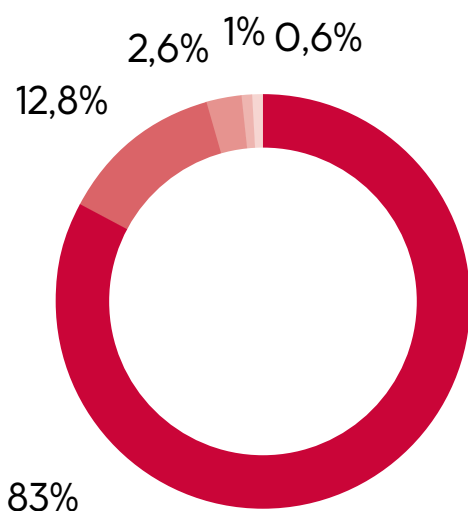
Pezzi venduti

145 milioni €

Fatturato 2023

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO (IN MIGLIAIA DI €)

Prospetto di determinazione del valore aggiunto	2021	2022	2023
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	117.609	138.945	144.684
Altri ricavi e proventi	6.889	9.829	8.884
Proventi finanziari	0,46	1,12	5,15
Valore della produzione	124.498	148.775	153.574
A dedurre costi esterni	-90.221	-128.963	-109.234
<i>materie prime, sussidiarie, di consumo e merci</i>	-45.008	-73.838	-54.327
<i>Servizi</i>	-25.624	-31.932	-28.488
<i>godimento di beni terzi</i>	-19.588	-23.193	-26.420
Accantonamenti per rischi	-300	-570	-309
Oneri diversi di gestione	-2.347	-2.451	-1.978
Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	-490	18.029	-66
Utile/perdite su cambi	-538	1.897	45
Valore Aggiunto Lordo	30.603	36.717	42.032
Ammortamenti e svalutazioni	-12.769	-9.653	-8.897
Valore Aggiunto Netto	17.834	27.064	33.135
Prospetto di riparto del valore aggiunto	2021	2022	2023
Valore Aggiunto Netto generato (A)	17.834	27.064	33.135
Valore Aggiunto distribuito (B)	20.496	27.999	30.735
<i>di cui a dipendenti (stipendi, salari, oneri, TFR, costi per servizi al personale)</i>	19.543 95%	24.304 87%	25.496 83%
<i>di cui Finanziatori (interessi sul debito)</i>	1.477 7%	2.567 9%	3.918 12,8%
<i>di cui Azionisti</i>	0,00 0%	0,00 0%	800 2,6%
<i>di cui Pubblica Amministrazione (imposte dirette, indirette e tasse)</i>	-612 -3%	976 3%	320 1%
<i>di cui Comunità (liberalità e sponsorizzazioni)</i>	89 0%	151 1%	201 0,6%
Valore Aggiunto trattenuto nella Società (A-B)	-2.662	-934	3.041



VALORE AGGIUNTO DISTRIBUITO

Nel grafico è possibile visualizzare la ripartizione del valore aggiunto distribuito tra i diversi Stakeholder.

- Dipendenti
- Finanziatori
- Azionisti
- Pubblica Amministrazione
- Comunità

PARTECIPAZIONE AD ASSOCIAZIONI E INIZIATIVE

Yamamay riconosce nelle associazioni di categoria un efficace mezzo per partecipare attivamente alle decisioni di Commissione Europea, Parlamento italiano, Governo ed Agenda 2030 dell'ONU, con l'obiettivo di migliorare il contesto sociale ed economico in un periodo storico complesso attraverso la conoscenza del divario che ci separa dal raggiungimento degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

L'Azienda si impegna a essere parte attiva dei cambiamenti nelle associazioni di cui fa volontariamente parte, contribuendo con progetti e iniziative volti a plasmare il futuro con nuovi modelli di business sostenibili e digitali.

La partecipazione attiva alle associazioni fornisce un tessuto favorevole per lo sviluppo di attività di *Open Innovation*, in cui il confronto strutturato può generare opportunità. L'obiettivo è quello di coinvolgere tutti gli attori dei settori industria e retail nella definizione di una visione comune e stabilire come posizionarsi sul mercato. La sfida consiste nel dedicare energie a nuove soluzioni, considerando che anche gli ingredienti possono cambiare, al fine di disegnare un futuro orientato agli impatti, alla salvaguardia della natura e alla felicità dell'essere umano.

Di seguito la panoramica delle associazioni di cui Yamamay fa parte e le attività in cui è stata coinvolta:



CONFINDUSTRIA VARESE: Confindustria è l'associazione principale delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia che mira a promuovere l'impresa come driver della crescita economica, sociale e civile del Paese.

- > Coinvolgimento di un rappresentante aziendale in qualità di vicepresidente di Confindustria Varese nel 2023
- > Partecipazione attiva all'elaborazione del nuovo Piano Strategico per il territorio e la competitività aziendale fino al 2050
- > Partecipazione a webinar ed eventi organizzati dall'associazione.



SISTEMA MODA ITALIA (SMI): Sistema Moda Italia (SMI) è la federazione nazionale di categoria affiliata a Confindustria, uno dei principali organismi di rappresentanza degli industriali del Tessile e Moda nel mondo occidentale. Si impegna a tutelare e promuovere gli interessi del settore e dei suoi associati a livello nazionale e internazionale, collaborando con istituzioni, amministrazioni pubbliche e organizzazioni economiche, politiche, sindacali e sociali.

- > Coinvolgimento attivo con rappresentanti di Inticom S.p.A. nel Consiglio Direttivo e nel Collegio dei Probiviri
- > Promozione di politiche di economia circolare, con particolare attenzione alla raccolta differenziata della frazione tessile, in linea con la *EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles*.



RETEX.GREEN: Retex.Green è il consorzio di riferimento per i produttori del mondo tessile e moda, anticipando le normative in tema di riciclo e fornendo uno strumento operativo alla filiera per promuovere migliori pratiche sostenibili e tutelare i brand. Yamamay è uno dei soci fondatori del consorzio, il quale è stato fondato nel 2022.

- > Partecipazione di un rappresentante aziendale a convegni dedicati, alcuni dei quali svolti presso il Senato della Repubblica.



EURATEX: Euratex rappresenta l'industria tessile e dell'abbigliamento europea, con l'obiettivo principale di creare un ambiente favorevole alla produzione di prodotti tessili e di abbigliamento all'interno dell'Unione Europea.

- > Partecipazione di un rappresentante aziendale nel consiglio di Euratex e al Gruppo di lavoro sulla direttiva UE per prodotti circolari e sostenibili.
- > Coinvolgimento attivo negli eventi e nelle tavole rotonde dell'associazione, discutendo temi quali sviluppo sostenibile, formazione, ecodesign e politiche relative allo sviluppo sostenibile.



CONFIMPRESA: Confimprese è un'associazione privata senza scopo di lucro fondata nel 1999 che supporta le imprese del retail specializzato, con reti franchising e dirette.

- > Coinvolgimento nell'associazione con rappresentanti nel Comitato Esecutivo, nel Consiglio Direttivo e nel team di sostenibilità.
- > Coordinamento del team di sostenibilità nell'identificare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile più rilevanti.
- > Partecipazione attiva alla stesura del Manifesto Confimprese per la Sostenibilità nel Retail, il quale testimonia l'impegno del retail nello sviluppare modelli di business innovativi incentrati sulla sostenibilità.
- > Divulgazione di video pillole – realizzate grazie alla collaborazione di ASviS e Confimprese – per sensibilizzare il personale e la clientela dei punti vendita sul proprio contributo a un mondo più sostenibile. Lo sviluppo delle video pillole è stato avviato nel 2023, tuttavia la loro divulgazione è programmata a partire da maggio 2024.



MANIFESTO CONFIMPRESA PER LA SOSTENIBILITÀ NEL RETAIL

- > corporate.yamamay.com > Chi siamo > Iniziative > Manifesto Confimprese per la Sostenibilità nel Retail



LE NOSTRE VIDEO PILLOLE DI SOSTENIBILITÀ

- > corporate.yamamay.com > Futuro Sostenibile > La nostra visione > Le nostre video pillole di Sostenibilità



ASviS: Yamamay partecipa ad ASviS, l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, attraverso Confimprese. ASviS è un network di oltre 300 membri che comprende organizzazioni della società civile, istituzioni, università e imprese. Il loro obiettivo è promuovere lo sviluppo sostenibile in Italia, seguendo l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e i suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). Nel 2023, ASviS ha condotto varie iniziative per favorire la sostenibilità economica, sociale e ambientale in Italia. ASviS svolge diverse funzioni per promuovere una cultura dei consumi sostenibili, tra cui:

- > Ricerca e analisi: Condurre ricerche e analisi per valutare il livello di sostenibilità dei consumi in Italia e identificare aree di intervento prioritario.
- > Advocacy e sensibilizzazione: Promuovere politiche e iniziative volte a incentivare i consumi sostenibili attraverso campagne di sensibilizzazione, *lobbying* e coinvolgimento dei media.
- > Monitoraggio e valutazione: Monitorare i progressi verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile legati ai consumi e valutare l'efficacia delle politiche e delle iniziative messe in atto.
- > Collaborazione e partenariati: Collaborare con altre organizzazioni, istituzioni e *Stakeholder* per promuovere azioni concrete e sinergie nel campo dei consumi sostenibili.
- > Divulgazione, a partire da maggio 2024, di video pillole di ingaggio e sensibilizzazione per collaboratori e clienti al fine di integrare e diffondere la cultura ESG nell'*employee* e *customer journey*. I video affrontano diversi temi, quali economia circolare, consumo e produzione responsabile.

In sintesi, l'obiettivo della partnership tra ASviS e Confimprese è poter svolgere un ruolo chiave nel promuovere una cultura dei consumi sostenibili in Italia attraverso ricerca, *advocacy*, monitoraggio e collaborazione con altri attori chiave e con le istituzioni.



ISVI: L'Istituto per i Valori d'Impresa promuove l'imprenditorialità responsabile e l'innovazione nel contesto economico e sociale.

Yamay aderisce all'associazione al fine di dare sostegno alle attività e ai progetti soprattutto a quelli che riguardano la gestione sostenibile sotto ogni aspetto della vita aziendale: economico-finanziario, competitivo, sociale e ambientale.

- > Accoglienza di una delegazione ISVI in occasione di un incontro dedicato alla conoscenza di Yamamay, della sua storia e delle sfide che il mercato presenta in questa epoca ricca di incertezze e di opportunità.



LEGGI L'ARTICOLO SU LINKEDIN

- > linkedin.com > Yamamay



ASFOR: ASFOR, l'Associazione Italiana per la Formazione Manageriale, è un'organizzazione senza scopo di lucro che si occupa della formazione manageriale in Italia. Fondata nel 1969, si impegna a promuovere e sviluppare l'eccellenza nell'istruzione manageriale, stabilendo standard elevati e incoraggiando la collaborazione tra istituzioni accademiche, aziende e organizzazioni del settore. Nel 2023, ASFOR ha promosso diverse iniziative per sostenere la formazione manageriale di alta qualità e favorire lo sviluppo delle competenze manageriali in Italia.

- Partecipazione a convegni ed eventi
- Conferimento dell'Asfor-ISVI Award "Excellence Innovation 2023" a Barbara Cimmino, Head of CSR & Innovation Yamamay, per la sua abilità nel creare progresso, sviluppo e benessere facendo leva sulla crescita delle persone, sui valori etici e sul ruolo sociale dell'impresa.



**LEGGI L'ARTICOLO
SU LINKEDIN**

➤ [linkedin.com](https://www.linkedin.com/company/yamay) ➤ Yamamay



SUSTAINABILITY MAKERS:

- Sustainability Makers è un'Associazione Nazionale che riunisce professionisti impegnati nella gestione delle problematiche socio-ambientali e di sostenibilità legate alle attività aziendali, coinvolgendo diverse tipologie di organizzazioni come imprese, Fondazioni d'impresa, enti professionali, Pubbliche Amministrazioni e enti non profit. In Italia, l'associazione funge da laboratorio per lo sviluppo delle competenze e come organo di rappresentanza e dialogo con il mondo politico, le associazioni imprenditoriali, i sindacati, le associazioni ambientaliste e altre ONG nel Terzo Settore.
- Partecipazione attiva al *network* di Sustainability Makers, contribuendo a *workshop*, convegni e dibattiti per aumentare le conoscenze sulle questioni socio-ambientali e promuovere la cultura della sostenibilità all'interno del marchio.
- Adesione di tutto il team CSR al network dell'associazione



CONSUMERLAB: Consumerlab è un'iniziativa importante a quale Yamamay partecipa attivamente ogni anno. L'obiettivo è comprendere i temi di rilevanza per i consumatori in materia di sostenibilità e consumi responsabili attraverso il confronto con altre aziende e le principali Associazioni di consumatori.

- Adesione allo strumento "Lettera al Consumatore", sviluppato da Consumer Lab e basato sul metodo WOR-Web Opinion Reader, volto a indagare le tematiche di maggiore interesse dei consumatori nel settore del retail. Questa indagine permette a Yamamay di adattarsi al costante cambiamento dei consumi e delle esigenze dei consumatori, orientandosi verso un continuo miglioramento delle prestazioni aziendali.
- Yamamay è stata selezionata tra le 50 imprese finaliste dell'Index di Future Respect 2023.



HEALTH FRIENDLY COMPANY: Health Friendly Company è un'organizzazione che si impegna a promuovere un ambiente lavorativo sano e a sostenere il benessere dei propri dipendenti, attraverso politiche e programmi volti a migliorare la salute fisica e mentale dei lavoratori. Adesione al network di HFC (Health Friendly Company) nel 2023.

- Offerta di un percorso formativo che prevede webinar, video informativi e decaloghi rivolti alle aziende impegnate nella tutela della salute dei propri collaboratori.



TCLF SKILLS ALLIANCE: Yamamay dal 2022 aderisce alla Textile Clothing Leather and Footwear (TCLF) Skills Alliance, un'iniziativa volta a sostenere le organizzazioni pubbliche e private nell'ambito dell'European Commission Pact for Skills, specificamente concentrato sul TCLF Pact for Skills. Questo patto, parte integrante della Strategia Industriale dell'Unione Europea, mira a affrontare la carenza di competenze nei settori tessili, abbigliamento, pelle e calzature, supportando la doppia transizione verso la digitalizzazione e la sostenibilità. L'obiettivo dell'alleanza è di migliorare le competenze esistenti (upskilling) e integrarne di nuove (reskilling) delle risorse delle aziende partecipanti. Yamamay, come sottoscrittore del patto, ha accesso a contenuti e attività mirate, nonché la possibilità di scambiare competenze con altre organizzazioni firmatarie, contribuendo così a mantenere l'attrattività del settore tessile e della moda europea.

1.2 La governance di Yamamay

IL CONTESTO DI GALLARATE

Sin dalla sua fondazione, Yamamay sceglie Gallarate come sede per il suo *headquarter*. Si tratta di una localizzazione strategica che testimonia un forte attaccamento alle tradizioni e al territorio e, in particolar modo, all'area della provincia di Varese che da sempre, insieme alla provincia di Como, è conosciuta per essere una delle maggiori incubatrici del settore tessile in Italia. Una ricerca di Euroconsult dimostra che la Lombardia è la regione con il più alto numero di aziende tessili, con un'incidenza del 23.5% e oltre 3.000 imprese, seguita da Toscana, Veneto e Piemonte. La distribuzione a livello provinciale ripercorre a grandi linee quella regionale e ricalca la geografia dei distretti industriali che hanno contribuito a rendere grande l'industria tessile italiana con Prato, Varese, Milano, Pistoia e Como in cima alla classifica¹. Scegliere Gallarate come Headquarter dà la possibilità di essere a stretto contatto con numerose realtà simili a quella di Yamamay e di dar quindi vita

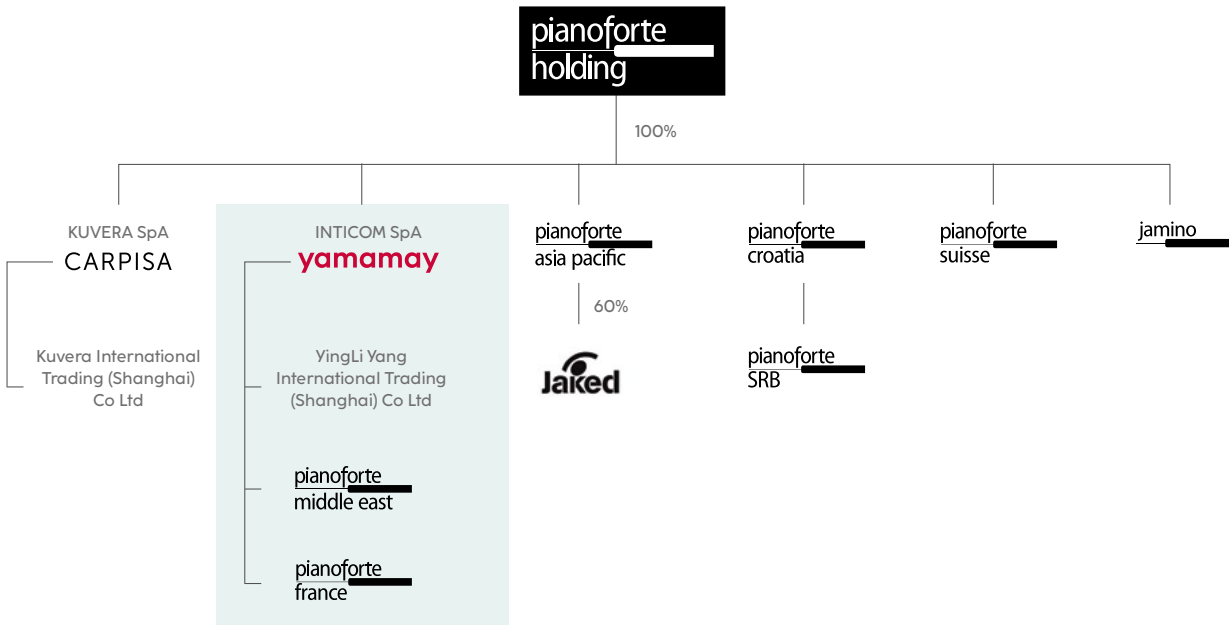
a collaborazioni vantaggiose, fondate su sostegno, dialogo e confronto costanti e reciproci. All'11 aprile 2024 le aziende tessili iscritte a Confindustria Varese sono 164.

La sede centrale di Gallarate è quindi il cuore pulsante di Yamamay, essenziale per lo svolgimento delle attività in maniera continuativa ed eccellente. L'edificio, disposto su 7 piani, ospita tutte le funzioni operative di Yamamay. La sede dispone, inoltre, di un ampio parcheggio per i collaboratori, di un ristorante aziendale e di un'ampia veranda in cui trascorrere i momenti di pausa insieme ai colleghi, dotata di ping-pong e biliardino.

Le attività della *supply chain* vengono gestite dalla controllata YingLi Yang International Trading Co, con sedi a Shanghai e Hangzhou. Le attività commerciali in Francia ed Emirati Arabi vengono gestite attraverso le controllate Pianoforte France e Pianoforte Middle East.

STRUTTURA SOCIETARIA DEL GRUPPO PIANOFORTE E DI INTICOM S.p.A. (YAMAMAY)

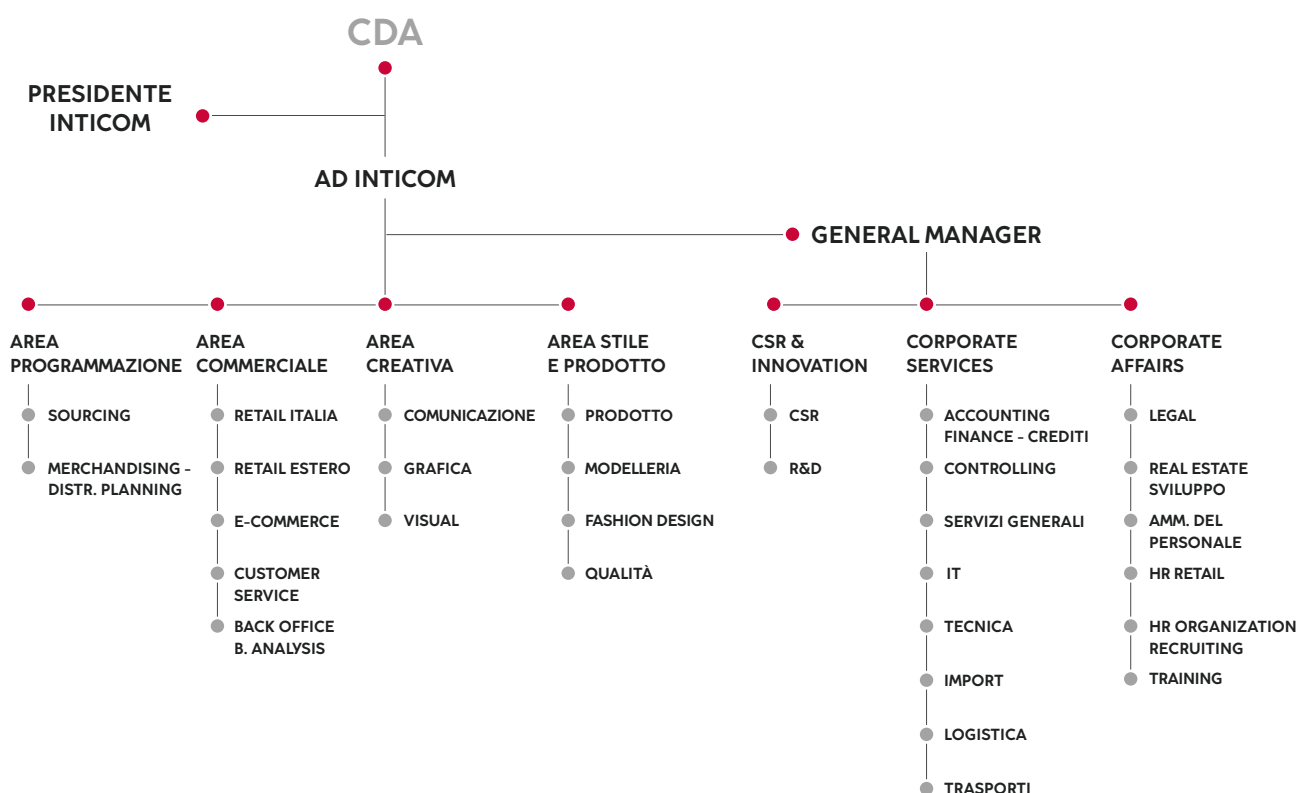
STRUTTURA DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2023



In evidenza le entità che risultano essere all'interno del perimetro di rendicontazione, ovvero: Inticom S.p.A. e le tre controllate Pianoforte France, Pianoforte Middle East e YingLi Yang International.

¹ Euroconsult (2023), Il settore tessile in Italia, www.euroconsultitalia.it/informazioni/il-settore-tessile-in-italia/

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DI INTICOM S.P.A. AL 31 DICEMBRE 2023



Yamamay è consapevole dell'importanza di un sistema di *corporate governance* etico e trasparente che contribuisca al raggiungimento degli obiettivi strategici e alla creazione di valore sostenibile.

Esso assicura la corretta applicazione dei principi contenuti nel Codice Etico - documento che mira a sostenere e preservare un elevato standard di integrità, trasparenza e comportamento etico nell'esecuzione delle operazioni aziendali - e nel Modello Organizzativo 231, nonché delle politiche, delle linee guida e delle prassi consolidate dalla Società.

Nei primi mesi del 2024, il Codice Etico ed il Modello 231 sono stati aggiornati per adeguarne i contenuti alle *best practices* e per riflettere le modifiche legislative sul Modello. Tali documenti, riferiti esclusivamente ad Inticom S.p.A, sono stati approvati dal Consiglio di Amministrazione in data 8 aprile 2024.

Yamamay, inoltre, mantiene le proprie azioni conformi alla Carta dei Diritti delle Nazioni Unite, alla Carta dei Diritti dell'Unione Europea, ai principi e ai diritti fondamentali nel lavoro definiti dall'ILO (*International Labour Organization*), alle Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) e ai principi del Global Compact dell'ONU, così come richiamati negli allegati del Manufacturing Agreement (*Quality standards and requirements Manual, Supplier Code of Conduct, Charter of Values and Sustainability e Packaging guidelines*).



CODICE ETICO

> corporate.yamamay.com > Chi siamo > Governance > Codice Etico



MODELLO ORGANIZZATIVO 231

> corporate.yamamay.com > Chi siamo > Governance > Modello di organizzazione gestione e controllo

LA GOVERNANCE DI YAMAMAY

Inticom S.p.A. si avvale di una struttura basata sul modello di amministrazione e controllo organizzativo tradizionale così articolata:

- ✂ **L'Assemblea degli Azionisti** è un organo deliberativo a cui spetta l'attività di disposizione e decisione sulle materie e temi richiesti dalla Legge o dallo Statuto.
- ✂ Il **Consiglio di Amministrazione** è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società con facoltà di compiere tutti gli atti opportuni per l'attuazione ed il raggiungimento degli scopi sociali, ad esclusione degli atti riservati – dalla legge o dallo statuto – all'Assemblea. Il Consiglio di Amministrazione, *inter alia*, approva il Bilancio di sostenibilità, la matrice di materialità e il piano di sostenibilità unitamente al relativo budget.

- ✂ Il **Collegio Sindacale** ha il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società e sul suo concreto funzionamento. Requisiti, funzioni e responsabilità del Collegio Sindacale sono regolati dalla legge.

A luglio 2021, l'assemblea dei Soci ha nominato il Consiglio di Amministrazione di Yamamay, il quale si compone di 4 membri: Presidente, Amministratore Delegato, Amministratore e Amministratore Indipendente. Quest'ultima figura apporta un significativo contributo per tutte le tematiche ESG, contribuendo quindi ad accrescere le competenze ed esperienze dei consiglieri. Il mandato del Consiglio di Amministrazione attualmente in carica ha durata triennale e scade con l'Assemblea che approva il Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2023.

COMPOSIZIONE CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31 DICEMBRE 2023

Genere	Fascia d'età	Sesso	Titolo di studio	Indipendenza
Gianluigi Cimmino	Over 50 anni	M	Laurea in Economia e Commercio	NO
Maurizio Carlino	Over 50 anni	M	Diploma	NO
Patrizia Giangualano	Over 50 anni	F	Laurea in Economia e Commercio	SI
Francesco Pinto	Over 50 anni	M	Laurea in Giurisprudenza	NO

Al 31 dicembre 2023 il Collegio Sindacale risulta essere composto da 3 membri: un presidente e due sindaci come illustrato nella tabella seguente e ha la stessa durata del Consiglio di Amministrazione.

COMPOSIZIONE COLLEGIO SINDACALE AL 31 DICEMBRE 2023

	Fascia d'età	Ruolo
Marcello Esposito	Over 50 anni	Presidente
Francesco D'Aniello	Over 50 anni	Sindaco effettivo
Antonio D'Angelo	Over 50 anni	Sindaco effettivo

IL MODELLO ORGANIZZATIVO 231

Il Modello Organizzativo ai sensi del D Lgs. 231/2001 (di seguito "Modello 231" o "Modello") è stato adottato ed implementato da Inticom S.p.A. come modello di organizzazione, gestione e controllo. Il Modello 231 viene generalmente adottato dalle aziende come strumento di prevenzione delle responsabilità derivanti dai reati imputati ai singoli dipendenti e, specialmente, a coloro che ricoprono figure apicali all'interno dell'impresa. Si tratta di un modello di organizzazione, gestione e controllo che si pone come obiettivo quello di impedire la commissione dei reati sanzionati dal D.Lgs. 231/2001 da parte di dipendenti e amministratori.

Il Modello si compone di diversi strumenti applicativi - tra cui linee guida, standard, principi, report - che permettono di perseguire lo scopo e l'obiettivo precedentemente citato. La corretta applicazione di tale Modello permette di evitare sanzioni, pecuniarie e non, che potrebbero arrecare danni patrimoniali e di immagine all'Azienda, di contrastare l'instaurarsi di pratiche corruttive e di preservare la reputazione dell'Impresa stessa. Tuttavia, il principale beneficio che deriva dall'adozione del Modello 231 è la limitazione, o addirittura esclusione, della responsabilità dell'Azienda derivante dai reati sanzionati dal D.Lgs. 231.



Il modello organizzativo aziendale viene periodicamente sottoposto ad aggiornamento e revisione in modo da poter garantire conformità con i nuovi reati presupposto che vengono regolarmente inseriti nel catalogo compreso negli articoli 24 e seguenti del Decreto. Il Modello si articola di una Parte Generale in cui viene riportato lo Statuto dell'Organismo di Vigilanza e il codice sanzionatorio e di una Parte Speciale riportante le norme generali di condotta nelle aree di rischio individuale in relazione ai reati presupposto contemplati dal Decreto.

Come da espressa richiesta del Modello, Yamamay ha istituito e nominato l'Organismo di Vigilanza, il quale possiede specifici requisiti di autonomia, professionalità, indipendenza e continuità d'azione previsti e contemplati dall'articolo 6 del Decreto. Nello specifico, l'Organismo di Vigilanza - il quale si riunisce trimestralmente - ha il compito di svolgere le verifiche e le indagini necessarie sia per verificare l'idoneità del Modello per prevenire la commissione dei reati presupposto contemplati dal Decreto, sia per verificare periodicamente i presidi di controllo e le procedure operative applicate nelle principali funzioni aziendali. Inoltre, tale organo si adopera per la corretta ed efficace gestione delle iniziative di formazione aventi scopo di diffusione della conoscenza e di comprensione del modello da parte dei relativi destinatari, nonché del loro monitoraggio, e di gestire e dare seguito alle segnalazioni relative al funzionamento del modello.

In conformità al piano di attività annuale, l'Organismo di Vigilanza tiene incontri regolari con i soggetti al vertice della Società e, in generale, con i principali responsabili delle funzioni aziendali.

Questo processo di approfondimento è finalizzato a valutare costantemente la possibilità di monitorare le potenziali aree di rischio relative alla commissione di reati previsti dal Decreto. In modo simile, l'Organismo di Vigilanza invia periodicamente newsletter di approfondimento ai soggetti apicali della Società e agli altri membri degli organi societari.

Queste newsletter hanno l'obiettivo di illustrare le più rilevanti interpretazioni giurisprudenziali del Decreto e di fornire informazioni sull'eventuale ampliamento del catalogo dei reati previsti.

La Società, inoltre dedica particolare attenzione al tema della formazione, con l'obiettivo di illustrare a tutti i destinatari sia i principi fondamentali di applicazione del Decreto, sia il contenuto del Modello. A tal proposito, nel corso del 2023, una pillola formativa sul Modello 231 è stata inserita nel portale aziendale Academy, così come sulla intranet dell'Azienda.

Nel Piano di formazione del 2024 è stato inserito un modulo sul Modello 231 che verrà erogato attraverso "Yamapp", il portale dedicato alla formazione di tutti i dipendenti. Infine, l'Organismo di Vigilanza rende periodicamente rapporto al Consiglio di Amministrazione, almeno una volta per esercizio, presentando la propria relazione annuale e mantiene un costante scambio di informazioni con il Collegio Sindacale della Società. Il modello incorpora un insieme di regole e principi che stabiliscono strumenti e regolamenti per orientare la struttura dei flussi informativi e il processo di individuazione, gestione e monitoraggio dei rischi, in particolar modo di quelli associati a fenomeni di corruzione.

In relazione a ciò, la Società si impegna a prevenire la corruzione in tutte le sue manifestazioni, sia nei rapporti con la Pubblica Amministrazione che tra soggetti privati, in ottemperanza al Principio X del Global Compact delle Nazioni Unite, il quale cita espressamente che “Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti”².

In questo contesto, Yamamay condanna qualsiasi forma di comportamento corruttivo finalizzato a ottenere informazioni su terzi o a divulgare segreti aziendali, dati riservati o know-how da parte dei propri interlocutori o partner. Inoltre, vengono proibite promesse di denaro o altre forme di compensazione a membri di altri enti con l'intento di violare obblighi professionali o di lealtà verso la propria organizzazione. Oltre al Codice Etico e al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, è attivo un canale specifico di segnalazione di eventuali irregolarità o violazioni di norme o procedure da parte dei dipendenti della Società (whistleblowing).

In particolare, il 2023 è stato un anno di svolta per queste procedure in quanto a partire dal 15 luglio, sono entrate in vigore le nuove procedure di *whistleblowing* introdotte con il D.Lgs. n. 24/2023, il quale recepisce la Direttiva UE 2019/197 e amplia le tutele relative alle segnalazioni di illeciti e mira a preservare i soggetti segnalanti da possibili ritorsioni. In particolare, le disposizioni della norma introdotte per la salvaguardia dei soggetti segnalanti prevedono una pronta tutela, mirata a preservare coloro che agiscono a difesa dell'interesse pubblico da possibili ritorsioni immediate, e una più ampia garanzia, volta ad assicurare l'efficacia dello strumento attraverso la protezione delle persone segnalanti.

Oltre alla normale tutela dei dati personali (articolo 13), sono stabiliti specifici obblighi di riservatezza che spaziano dalla segretezza dell'identità dei segnalanti ai limiti temporali della legittima conservazione dei loro dati. In base a tali disposizioni (articolo 12), le segnalazioni non possono essere utilizzate oltre il necessario per fornire un adeguato seguito alle stesse. Ulteriori misure specifiche sono previste per garantire la protezione (articolo 16) e per rendere effettivo il divieto di ritorsione. Riguardo a quest'ultimo aspetto, l'articolo 17 prevede una serie di punti che, all'interno di un procedimento giudiziario relativo alla segnalazione, considerano automaticamente le azioni come ritorsive, invertendo l'onere della prova a carico dell'autore delle azioni.

Il sistema di *whistleblowing* adottato dall'Azienda assicura quindi l'anonimato e la privacy del segnalante. Ogni dipendente che, in buona fede, segnali comportamenti anomali o presunte violazioni del Codice è protetto da qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione. Le segnalazioni possono essere consegnate personalmente presso lo studio del componente monocratico dell'Organismo di Vigilanza o tramite un software dedicato disponibile sul sito corporate dell'Azienda. Tale previsione integra quanto previsto dalla L. n. 179 del 2017 e del contenuto dell'articolo 6 del Decreto, per cui dal 2021 è stata istituita una casella di posta elettronica appositamente dedicata all'Organismo di Vigilanza, in modo tale da recepire eventuali segnalazioni e non conformità, nel rispetto dei requisiti di cui al D. Lgs. 196 del 2003 e della tutela del segnalante.

Alla data del 31 dicembre 2023 non sono state ricevute segnalazioni.

LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Yamamay ha posto notevole attenzione ai temi legati alla sostenibilità dalle sue origini, avviando un programma di rendicontazione formale nel 2019. Per sottolineare questo impegno e per migliorare le procedure ad esso correlate, è stato istituito un gruppo di lavoro dedicato alla sostenibilità. Il dipartimento CSR è composto da un Direttore, il quale ha il compito di supervisionare l'attività che viene svolta all'interno della funzione.

In generale, al dipartimento è stata assegnata la funzione di presidio delle tematiche ESG correlate all'attività di Yamamay, nonché del monitoraggio degli impatti ambientali e sociali.

Il Responsabile della CSR è anche incaricato della innovazione di processo e prodotto in vista della trasformazione epocale che il settore sta vivendo in tema di eco-design, processi circolari e riduzione degli impatti ambientali.

Inoltre, il Team di CSR ha il compito di promuovere le linee guida e politiche, da sottoporre all'approvazione del Consiglio di Amministrazione, che incorporino la sostenibilità all'interno di tutti i processi aziendali, con lo scopo finale di creare valore sostenibile per gli *Stakeholder*. Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 10 giugno 2024.

² Global Compact Network Italia, I Dieci Principi, www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/introduzione/2-i-dieci-principi.html



Consiglio di Amministrazione

Ruolo

Francesco Pinto: **Presidente**

Gianluigi Cimmino:
Amministratore Delegato

Maurizio Carlino: **Amministratore**

Patrizia Giangualano:
Amministratore Indipendente

- ✂ Definizione delle direttive strategiche, dei principi e degli obiettivi di sostenibilità per Yamamay
- ✂ Sovrintendenza sulle questioni legate alla sostenibilità inerenti all'esercizio delle attività aziendali e alle relative interazioni con gli Stakeholder, compresa l'approvazione del Bilancio di Sostenibilità
- ✂ Incontri trimestrali

Gruppo Rischi

Paolo Masciandaro

Patrizia Giangualano

Ida Schillaci (in carica fino al 31 agosto 2023)

- ✂ Definizione del modello dei rischi, identificazione di ruoli e responsabilità
- ✂ Implementazione di un adeguato modello di gestione e controllo dei rischi
- ✂ Valutazione dei rischi attraverso l'analisi della probabilità di accadimento e il relativo impatto

Dipartimento CSR

Barbara Cimmino: **CSR Director**

Riccardo Tangredi, Matilde Premazzi, Elisa Galmarini:
CSR Team

- ✂ Elaborazione di piani di sostenibilità in linea con le strategie aziendali
- ✂ Monitoraggio dell'interazione tra i progetti CSR e le politiche con gli Stakeholder
- ✂ Presentazione e valutazione delle iniziative e dei progetti eventualmente sottoposti al Consiglio di Amministrazione
- ✂ Coordinamento dell'attuazione delle attività da parte del Gruppo di Lavoro
- ✂ Gestione della comunicazione aziendale
- ✂ Revisione e pubblicazione del rapporto di sostenibilità
- ✂ Incontri con il Comitato Direttivo ogni 2 mesi.

Ambassador della Sostenibilità

Reporting team composto da 25 membri

- ✂ Attuazione e gestione operativa delle iniziative di sostenibilità stabilite dal Comitato di Sostenibilità
- ✂ Collaborazione con le altre unità aziendali per la realizzazione di progetti specifici
- ✂ Reporting conforme agli Standard GRI
- ✂ Incontri mensili con tutti i responsabili della rendicontazione
- ✂ Composto dai referenti di rendicontazione.

CERTIFICAZIONI E STANDARD

La sede e i negozi di Yamamay sono certificati ISO45001 dal 2022. La dedizione di Yamamay alla sostenibilità è ulteriormente evidenziata dalla ricerca e dall'adesione a certificazioni ambientali e standard sostenibili di rilievo. Al fine di garantire la massima trasparenza e integrità nelle pratiche commerciali, Yamamay si impegna a richiedere alla propria filiera produttiva alcune tra le più riconosciute certificazioni di settore. Questi standard rappresentano un faro guida per le iniziative e attività

dell'Azienda, fornendo un quadro robusto e oggettivo che attesta l'impegno verso una gestione aziendale responsabile e sostenibile e che costituisce anche un continuo stimolo a migliorare e superare gli standard esistenti (per ulteriori approfondimenti si rimanda al capitolo "PERSONE"). L'Azienda è inoltre certificata OEKO-TEX Standard dal 2023. Tale certificazione comporta una serie di test certificati per tutelare la salute dei clienti.

IL GRUPPO DI LAVORO RISCHI

Il contesto dinamico in cui Yamamay opera richiede un approccio proattivo alla gestione dei rischi, al fine di prevenire, mitigare e gestire gli impatti sia interni sia esterni. Attualmente, il controllo dei rischi, compresi quelli di natura ambientale e sociale, è essenziale a livello strategico-decisionale e operativo. Per questo motivo, l'Azienda dedica particolare attenzione a coinvolgere tutte le funzioni aziendali, con l'obiettivo di diffondere una cultura del rischio trasversale e a tutti i livelli.

Il *Global Risk Report* è un documento pubblicato annualmente dal *World Economic Forum* che esamina le principali minacce che potrebbero manifestarsi nei prossimi anni, concentrandosi in particolare sugli aspetti legati all'ambiente e alla società. All'inizio del 2024, il panorama globale è caratterizzato da una serie di rischi, sia familiari sia completamente nuovi.

Si assiste, infatti, al ritorno di rischi più datati come inflazione, inquinamento e l'*escalation* di conflitti armati, mentre si registra un rapido e incontrollato sviluppo di tecnologie basate sull'intelligenza artificiale che portano a una crescente preoccupazione in tema di disinformazione e *fake news*. Vi è, inoltre, una maggiore pressione derivante dagli impatti e dalle ambizioni legati al cambiamento climatico, in un contesto in cui la finestra di transizione verso un mondo a 1,5°C si restringe sempre di più. In sintesi, questi fattori si stanno combinando per delineare un decennio unico, caratterizzato da incertezza e turbolenza imminenti³.

Il *Global Risk Report 2024* esamina e valuta i rischi a livello globale adottando un approccio dualistico per quanto concerne il periodo temporale. Essi vengono infatti valutati sia nel breve termine (2 anni) sia in un orizzonte temporale più ampio (10 anni)³.

BREVE TERMINE (2 ANNI)

1. Disinformazione e misinformazione
2. Disastri naturali e meteorologici estremi
3. Polarizzazione della società
4. Cyber security
5. Conflitti armati
6. Mancanza di opportunità economiche
7. Inflazione
8. Migrazione involontaria
9. Recessione economica
10. Inquinamento

LUNGO TERMINE (10 ANNI)

1. Disastri naturali ed eventi meteorologici estremi
2. Cambiamenti critici dei processi naturali
3. Perdita di biodiversità e collasso degli ecosistemi
4. Crisi delle risorse naturali
5. Misinformazione e disinformazione
6. Rischi correlati all'intelligenza artificiale
7. Migrazione involontaria
8. Cyber security
9. Polarizzazione della società
10. Inquinamento

LA VALUTAZIONE DEL RISCHIO CLIMATICO

Il cambiamento climatico e la crescente consapevolezza sulla protezione dell'ambiente stanno ridefinendo il contesto in cui le aziende operano, portando alla luce potenziali conseguenze e richiedendo azioni preventive mirate. Questo scenario in evoluzione implica una necessaria revisione dei processi e dei servizi al fine di mitigare gli effetti negativi sul pianeta. Yamamay, consapevole di questa sfida, ha avviato un'attenta

valutazione dei rischi climatici a cui è esposta, adottando la metodologia di valutazione della *Task Force on Climate-Related Financial Disclosure* (TCFD). Questo approccio strategico consente a Yamamay di identificare e affrontare in modo proattivo sia i rischi fisici sia di transizione, garantendo una transizione graduale verso un'economia a basse emissioni inquinanti e proteggendo al contempo la propria attività e i servizi offerti.

³World Economic Forum (2024), The Global Risks Report 2024

Tra le varie tipologie di rischio identificate vi sono:

Rischi fisici: rappresentano una delle principali sfide legate al cambiamento climatico, manifestandosi attraverso un aumento sia della frequenza sia dell'intensità dei disastri naturali. Questo genere di rischio ha ripercussioni economiche e finanziarie associate alle perdite che un'azienda può subire nel caso in cui tale rischio si concretizzi. In particolare, i rischi fisici si suddividono in due macrocategorie: rischi fisici acuti e rischi fisici cronici. Affrontare questa complessa realtà richiede una strategia aziendale solida e orientata al futuro, che preveda sia misure preventive sia interventi di adattamento per proteggere la continuità operativa e la sostenibilità finanziaria dell'Azienda. Essi si suddividono in:

✂ **Rischi fisici acuti:** rappresentano una minaccia connessa agli eventi meteorologici estremi, come alluvioni, ondate di calore e trombe d'aria. Sebbene abbiano una bassa probabilità di manifestarsi, la loro gravità è estremamente elevata a causa degli impatti negativi che potrebbero generare nel breve termine, inclusa la possibile interruzione della continuità operativa. Questi eventi climatici estremi, infatti, possono causare danni significativi alle infrastrutture aziendali, interrompendo le attività quotidiane e comportando perdite finanziarie considerevoli. Affrontare efficacemente questi rischi richiede un'attenta pianificazione e preparazione, con l'implementazione di misure di mitigazione e di un piano di gestione delle crisi per garantire la resilienza dell'Azienda di fronte a tali eventi imprevisti.

✂ **Rischi fisici cronici:** i rischi fisici cronici derivano dal costante aumento delle temperature e possono manifestare i loro potenziali impatti finanziari nel lungo termine. Un esempio paradigmatico è rappresentato dal rischio legato alla scarsità delle risorse idriche. Nel lungo periodo, l'incremento delle temperature e gli effetti del cambiamento climatico accentueranno la siccità, influenzando principalmente la produzione di materie prime come cotone, lino e tessuti derivanti da fibre naturali come viscosa e modal. Questa situazione può avere impatti negativi sulla resa dei raccolti poiché la produzione di tali materie prime richiede considerevoli quantità di acqua. Le difficoltà di approvvigionamento idrico potrebbero quindi tradursi in un aumento dei costi e rappresentare una minaccia per la commercializzazione dei prodotti. Affrontare efficacemente questi rischi richiede un'attenta valutazione e una gestione oculata delle risorse, nonché l'adozione di strategie di mitigazione per garantire la resilienza dell'Azienda di fronte a questi fattori di rischio a lungo termine.

Rischi di transizione: riguardano la possibile implementazione di un carbon price sulle emissioni dirette delle attività produttive e di trasformazione, ma possono anche manifestarsi attraverso l'aumento dei prezzi delle materie prime e dei costi dell'energia, soprattutto nei processi produttivi. Le condizioni meteorologiche incerte possono altresì influenzare il comportamento dei consumatori e l'evoluzione della domanda di determinati prodotti. Inoltre, questi rischi si riferiscono alle sfide che possono emergere nel processo di adattamento verso un'economia a basse emissioni di carbonio. Yamamay ha identificato con attenzione i principali rischi di transizione che potrebbero comportare un impatto finanziario negativo e sta implementando strategie mirate per mitigarli e garantire la resilienza aziendale di fronte a questo cambiamento di scenario.



I rischi connessi alle normative vigenti e emergenti includono:

- ✂ L'impatto finanziario derivante dai meccanismi di *carbon pricing* potrebbe influenzare sia direttamente sia indirettamente le operazioni dell'Organizzazione. L'aumento dei costi energetici ha conseguenze tangibili sulle operazioni, pertanto l'Azienda si sta impegnando nell'implementazione di politiche mirate alla riduzione delle emissioni al fine di mitigare questi effetti.
- ✂ Il mancato rispetto delle normative vigenti, introdotte negli ultimi anni a livello europeo e nazionale per promuovere l'efficientamento energetico e la riduzione delle emissioni, costituisce un rischio significativo.
- ✂ L'allineamento insufficiente alle normative emergenti potrebbe comportare l'introduzione di nuove regolamentazioni, come cambiamenti nella rendicontazione della sostenibilità, rendendo necessario per Yamamay un costante monitoraggio e un'adeguata prontezza per evitare sanzioni. Difatti, dall'anno fiscale 2025 Yamamay sarà soggetta alla CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*).

In merito ai rischi reputazionali e di mercato associati al cambiamento climatico, Yamamay ha individuato i seguenti punti critici:

- ✂ L'attenzione crescente degli *Stakeholder* alle questioni climatiche potrebbe compromettere la percezione dell'Azienda in caso di mancato raggiungimento degli obiettivi ambientali, causando una perdita di credibilità e quote di mercato.
- ✂ I cambiamenti nelle abitudini di acquisto potrebbero favorire prodotti con un'impronta ecologica minore, inducendo i clienti a preferire prodotti ecologici certificati. L'Azienda si impegna quindi a rispondere a queste preferenze di mercato introducendo progressivamente materiali riciclati e certificati e comunicando in modo chiaro e trasparente.
- ✂ L'aumento dei costi delle materie prime, specialmente per materiali ecologici alternativi al packaging plastico, potrebbe influenzare i costi di produzione.

Infine, i rischi tecnologici derivano principalmente dall'adozione di nuove tecnologie a ridotto impatto ambientale, come veicoli elettrici o fornitori che utilizzano fibre riciclate, le quali, sebbene necessarie per ridurre l'impronta di carbonio, comportano investimenti significativi. Yamamay adotta approcci prudenti attraverso studi di fattibilità per valutare l'adeguatezza degli investimenti tecnologici nel lungo periodo.

Il 2023 ha visto il Gruppo di Lavoro continuare nella sua attività volta alla definizione del modello dei rischi, all'identificazione di ruoli e responsabilità, fino all'implementazione di un adeguato modello di gestione e controllo dei rischi, secondo le fasi progettuali di seguito elencate.





Nel corso dell'anno è stata portata a compimento la seconda fase progettuale, avente come obiettivo l'identificazione di un definito modello interno di controllo e gestione dei rischi. Sono stati definiti, inoltre, i primi tavoli di lavoro della Fase 3 finalizzata alla definitiva implementazione dello stesso.

Nel corso dell'anno, si è svolta l'attività di "mappatura dei rischi aziendali" secondo l'approccio ERM (Enterprise Risk Management) che prevede:

- ✂ l'**IDENTIFICAZIONE**, da parte del Management aziendale, dei principali eventi di rischio che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi aziendali nell'orizzonte temporale del piano, supportata da un apposito catalogo rischi (Risk Model).
- ✂ la **VALUTAZIONE** dei rischi identificati in termini di:
 - Probabilità di accadimento dell'evento sull'orizzonte temporale del Piano Strategico
 - Impatto quali – quantitativo rispetto a:
 - › impatto economico-finanziario
 - › operatività aziendale
 - › reputazione percepita dagli *Stakeholder*
 - › ambiente, salute e sicurezza e *compliance*

✂ la **DECLINAZIONE** delle azioni di mitigazione in essere con indicazione del livello di maturità del sistema adottato.

Sono state effettuate interviste ai 17 responsabili delle 13 aree organizzative dell'Azienda oltre che al Presidente e all'Amministratore Delegato, al fine di identificare e valutare i rischi afferenti alle proprie attività e trasversali alla società in relazione alle linee strategiche della società.

Sulla base dei 65 rischi e alle relative azioni di mitigazione, sia in corso sia da implementare, si è poi proceduto al consolidamento di 18 scenari di rischio definendone una scala di priorità in funzione di uno *score* di rischio residuo derivante dalle medie di impatto economico finanziario e probabilità dei singoli rischi facenti parte dello scenario in oggetto.

Nell'ultimo trimestre dell'anno sono state avviate le attività di Analisi di Ruoli e Responsabilità coinvolte, prodromiche, unitamente alla definizione di un Regolamento di Risk Management, alla formalizzazione dei più adeguati strumenti per l'implementazione ed il monitoraggio del modello definito, che rappresenterà l'obiettivo del Gruppo di lavoro per l'anno 2024.

1.3 Il contesto ESG

Il cambiamento climatico è ormai tangibile, al punto tale da essere considerato un tema di grande preoccupazione da parte dei cittadini europei, come dimostrato dalla relazione di Eurobarometro⁴ pubblicata a Luglio 2023, secondo cui il 93% dei cittadini percepisce questo fenomeno come un problema molto grave, i cui effetti stanno progressivamente modificando l'ambiente in cui viviamo, con conseguenze, non solo sugli ecosistemi e sulla biodiversità, ma anche su infrastrutture, economia e salute pubblica e quindi, in senso lato, sulla società.

Nel corso degli anni, l'Unione Europea ha adottato una serie di misure per promuovere la transizione verso un'economia sostenibile e coinvolgere le imprese. Queste misure includono l'orientamento verso un'economia a basse emissioni di CO₂, l'efficienza nell'impiego delle risorse e la promozione di pratiche sostenibili e competitive.



⁴ Commissione Europea (2023), Eurobarometro: per la maggioranza degli europei la transizione verde andrebbe accelerata, italy.representation.ec.europa.eu/notizie-ed-eventi/notizie/eurobarometro-la-maggioranza-degli-europei-la-transizione-verde-andrebbe-accelerata-2023-07-20_it

- 2015** > Gli accordi di Parigi, adottati il 12 dicembre 2015, vincolano i paesi firmatari a ridurre le proprie emissioni di gas a effetto serra, anche conosciuti come GHG (*Green House Gases*), con l'obiettivo finale di mantenere l'innalzamento della temperatura globale al di sotto di 1.5°C rispetto ai livelli preindustriali del 1990. Gli accordi sono stati firmati dai 197 stati membri del UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*).

> L'Italia è firmataria dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, che stabilisce i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile da raggiungere entro il 2030.
- 2018** > L'Unione Europea ha lanciato il *Green Deal* per affrontare i cambiamenti climatici e raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050. Il *Green Deal* si basa sugli Accordi di Parigi del 2015, che impegnano i paesi a ridurre le emissioni di gas serra per limitare l'innalzamento della temperatura globale a 1.5°C.
- 2020** > Il Regolamento EU 2020/852 richiede alle imprese di rendicontare gli impatti ambientali su sei aree principali secondo la *Taxonomy EU* in base all'entità degli investimenti in sostenibilità.
- 2021** > La Commissione Europea ha pubblicato il pacchetto "*Fit for 55*" per ridurre le emissioni di gas a effetto serra del 55% entro il 2030 e raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050. Multinazionali e PMI sono chiamate ad adattarsi alle nuove normative ambientali e climatiche per garantire un vantaggio competitivo a lungo termine.
- 2022** > Il "*Sixth Assessment Report*" dell'IPCC avverte sui rischi del riscaldamento globale di 1.5°C per la biodiversità e gli ecosistemi.

> La *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) richiede alle imprese di rendicontare informazioni sulla sostenibilità seguendo gli *European Sustainability Reporting Standard* (ESRS) concepiti dall'EFRAG. La CSRD aumenta in modo significativo la platea di imprese impattate dalla direttiva ed estende quindi il perimetro e i requisiti di reporting della *Non-Financial Reporting Directive* (NFRD) del 2015. Il recepimento da parte del legislatore dovrà avvenire entro il 6 luglio 2024.
- 2023** > La COP28 ha raggiunto un accordo per porre fine alla dipendenza dai combustibili fossili entro il 2050, promuovendo fortemente l'uso delle energie rinnovabili e incentivando le tecnologie per la cattura e lo stoccaggio della CO₂.

1.4 La sostenibilità per Yamamay

Yamamay applica un costante impegno verso la sostenibilità, come dimostra il suo sistema di rendicontazione volontaria che quest'anno celebra il quinto anno consecutivo. Yamamay desidera svolgere un ruolo chiave nel promuovere una cultura dei consumi sostenibili attraverso ricerca, advocacy, monitoraggio e collaborazione con altri attori chiave. Yamamay svolge un ruolo di promozione per l'agenda dello sviluppo sostenibile, monitorando i propri progressi verso gli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Centrale nelle politiche di sostenibilità la promozione di una *employee* ed una *customer journey* consapevole verso le tematiche ESG e conforme alle normative Europee e Nazionali.

Questo impegno evidenzia la volontà del marchio di adottare pratiche aziendali responsabili e trasparenti, riflettendo una crescente consapevolezza dell'importanza della sostenibilità nell'industria della moda. Attraverso la rendicontazione di sostenibilità, Yamamay comunica la propria identità di marca volta agli obiettivi ed ai programmi di medio lungo periodo, il proprio impegno nelle iniziative circolari e sostenibili, volte alla riduzione dell'impatto ambientale, al miglioramento delle condizioni di lavoro nei siti di produzione dei terzi e all'introduzione di materiali e processi più sostenibili, esplicitando KPI e target.

Questo si traduce nell'adozione di pratiche produttive e distributive responsabili che rispettano l'ambiente e la comunità. Ciò implica investire nella progettazione evoluta attraverso sistemi di collaborazione integrati quali il PLM (Product Lifecycle Management), nella ricerca di materiali sostenibili i cui impatti siano

regolarmente misurati con standard internazionali come la LCA (Lifecycle Assessment), nella produzione sostenibile e nell'attenzione alla sostenibilità ambientale lungo tutta la catena del valore.

La sostenibilità non è solo un valore etico per Yamamay, ma un modello di business essenziale per garantire la sopravvivenza aziendale nel futuro ed una efficace presenza nel mercato considerando rilevanti le tendenze di consumo sostenibile delle nuove generazioni. Integrare e rendicontare pratiche a minore impatto ambientale contribuisce anche a costruire una reputazione positiva e a soddisfare le aspettative dei clienti moderni che attribuiscono sempre più importanza a questi temi.

La sostenibilità, inoltre, non riguarda solo l'aspetto ambientale, ma anche il benessere dei dipendenti e il rispetto dei diritti lavorativi coinvolti in tutta la catena di fornitura. Pertanto, per Yamamay, la sostenibilità è costantemente integrata nella mission aziendale, permeando tutte le attività e contribuendo alla responsabilità sociale e ambientale. La sostenibilità riguarda anche la relazione con i clienti e gli affiliati che si sono affidati a Yamamay, i cui risultati dipendono anche dalla qualità del supporto ricevuto dal marchio nel tempo.

Questo impegno per la sostenibilità non solo aggiunge valore ai prodotti e alla reputazione del marchio, ma rappresenta anche una risposta alle esigenze sempre più pressanti della società e dell'ambiente in cui operiamo. Nel 2023 il team di sostenibilità ha lavorato sugli aspetti legati alla tassonomia, associando KPI economici a iniziative di sostenibilità, preparando il percorso per l'individuazione dei nuovi KPI necessari alla rendicontazione della CSRD.



PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ DEL 2023

MARZO

- ✂ Gli Ambassador Yamamay si incontrano nella splendida cornice di Suites & Atelier Lake Como per celebrare l'avvio dei lavori per il Bilancio di Sostenibilità 2022.
- ✂ Grazie alla collaborazione con Diana ODV e Fondazione ANT Italia ONLUS ANT, Yamamay offre ai propri dipendenti la possibilità di effettuare uno screening volto alla prevenzione dei tumori alla tiroide.

APRILE

- ✂ In occasione della Giornata Mondiale della Salute, il 7 aprile, Yamamay riceve il premio WHP (*Workplace Health Promotion*) il quale mira a proporre atteggiamenti virtuosi nei luoghi di lavoro al fine di renderli ambienti favorevoli alla diffusione di uno stile di vita sano.
- ✂ Yamamay, grazie all'aiuto di Diana ODV, ha donato alla Comunità Sant'Egidio più di 6000 prodotti di biancheria intima e pigiami per supportare concretamente il popolo ucraino sconvolto dalla guerra e da mesi di privazioni.
- ✂ Yamamay, il 22 aprile 2023, celebra la Giornata Mondiale delle Terra con la piantumazione a Nova Milanese di 250 alberi arbusto di Quercio Carpineto.
- ✂ Partenza della missione M.A.R.E. 2023, durata più di due mesi, in collaborazione con One Ocean Foundation e Centro Velico Caprera. Il catamarano è partito da Taranto e ha raggiunto Corfù percorrendo le aree del Mar Ionio e dell'Adriatico.

MAGGIO

- ✂ Apertura ufficiale della stagione 2023 della "RS21 Cup Yamamay", Campionato mondiale di vela.
- ✂ Yamamay è inclusa tra i "Leader della Sostenibilità 2023" da Il Sole 24 Ore e Statista.
- ✂ Yamamay organizza per i dipendenti un incontro di sensibilizzazione sui DCA, i Disturbi del Comportamento Alimentare, con Peso Positivo, canale Instagram dell'Associazione Famiglia Peppino Fumagalli nata per raccogliere le iniziative volte alla prevenzione dei Disturbi del Comportamento Alimentare.

GIUGNO

- ✂ I dipendenti Yamamay hanno la possibilità di assistere a una visita guidata alla mostra "Andy Warhol: Serial Identity" presso il museo M.A.G.A. di Gallarate.
- ✂ In occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente, il 5 maggio, il personale Yamamay ha potuto degustare un menù a base di granchio blu, assistendo allo show cooking e scoprendo il valore ambientale ed etico del progetto "Blueat – La Pescheria Sostenibile".
- ✂ Yamamay è partner di One Ocean Foundation e partecipa al Blue Economy Summit in occasione della Ocean Week Milano 2023.



AGOSTO

✂ 1° agosto 2023 - pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2022.

SETTEMBRE

✂ In occasione del 45° anniversario della Fondazione ANT, Yamamay partecipa come partner alla serata benefica Music'Ant.

✂ Yamamay partecipa alla finale mondiale RS21 a Porto Rotondo. In occasione della cerimonia di premiazione vengono distribuite ai regatanti le shopper Movopack, progettate per l'e-commerce e la circolarità.

OTTOBRE

✂ Yamamay accoglie nell'*headquarter* una delegazione dell'Istituto per i Valori di Impresa (ISVI) al fine di presentare la sua storia e le sfide che il mercato presenta in quest'epoca ricca di incertezze e opportunità.

✂ Yamamay è presente al Salone CSR e dell'Innovazione Sociale 2023 attraverso la partecipazione ad una tavola rotonda in cui presenta la visione di futuro sostenibile e competitivo di cui è testimone.

✂ Yamamay partecipa all'evento "Insieme per terraLUNA" per celebrare la collaborazione con Diana ODV e il Centro per l'autismo terraLUNA.

✂ In occasione del Mese Rosa Yamamay presenta il "Principessa Super Bra – Silver Edition" presso lo store di Piazza Cordusio Milano.

✂ Viene presentato il *case study* su Yamamay all'interno del volume "Strategie e politiche di formazione nelle imprese familiari" edito da Franco Angeli a cura di Alberto Felice de Toni, Gaetano Fausto Esposito, Mauro Meda.

NOVEMBRE

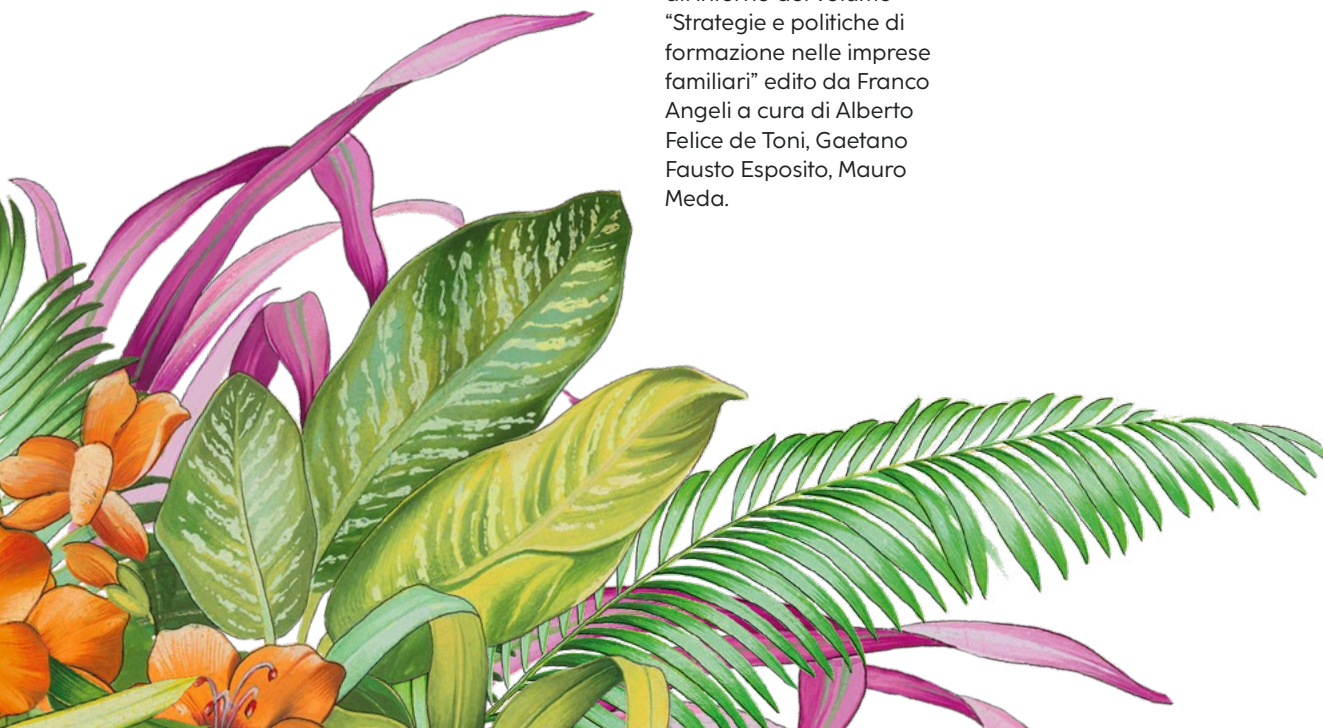
✂ Yamamay è stata inserita per la prima volta all'interno di un paniere di 85 società quotate e non quotate nel report "sustainability" di Lundquist e Il Sole 24 Ore che monitora chi comunica meglio la sostenibilità in Italia sul proprio sito web e sui canali social.

✂ Yamamay celebra i 10 anni della Linea Sculpt organizzando un incontro con giornalisti del settore per spiegare le caratteristiche e funzionalità della linea.

✂ Yamamay inaugura lo store all'interno del Merlata Bloom, nei pressi del Parco di Cascina Merlata, uno dei più importanti progetti di rigenerazione urbana delle città.

DICEMBRE

✂ Incontro WHP per i dipendenti di sede per la sensibilizzazione sulle tematiche del gioco d'azzardo.



L'ANALISI DELLA DOPPIA MATERIALITÀ

Per la redazione del Bilancio di Sostenibilità 2023 Yamamay ha utilizzato la matrice di materialità aggiornata a marzo 2023 e pubblicata sul Bilancio di Sostenibilità 2022.

L'analisi è stata condotta secondo quanto previsto dai *GRI Standard* 2021, i quali richiedono di individuare e rendicontare quelle **tematiche che rappresentano gli impatti** - positivi e negativi, attuali e potenziali - **più significativi dell'Organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone**, compresi gli impatti sui diritti umani.

L'approccio metodologico dei GRI Standards permette di identificare gli impatti secondo la **prospettiva** inside out, ossia quegli impatti verso l'esterno che derivano dalle attività attuate dall'organizzazione, dal contesto in cui opera e dalle aspettative delle principali categorie di *Stakeholder* con le quali l'azienda si interfaccia.

In aggiunta, Yamamay ha deciso di includere nell'analisi di materialità anche la **prospettiva** outside in, in linea con il concetto di **doppia materialità** previsto dalla nuova Direttiva Europea CSRD. La prospettiva propone di integrare la valutazione degli impatti finanziari all'interno dell'analisi, considerando quindi anche gli effetti provenienti dal contesto esterno che potrebbero influenzare i risultati e le performance dell'organizzazione.

Materialità di impatto

- > Definizione del contesto e identificazione degli **Stakeholder**
- > Identificazione degli impatti **negativi e positivi, attuali e potenziali anche attraverso lo Stakeholder engagement**
- > **Assessment** degli **impatti attuali e potenziali**

Materialità finanziaria

- > Esistenza di **dipendenze da risorse naturali e sociali come fonti di effetti finanziari**
- > Identificazione di **rischi e opportunità**
- > **Determinazione dei rischi e opportunità** rilevanti

Doppia materialità

Il processo di analisi di materialità, che ha visto coinvolti la Direzione aziendale, il Management e una piccola rappresentanza di fornitori del territorio, si è articolato attraverso le seguenti quattro fasi:

01

ANALISI DI CONTESTO

Durante la fase iniziale, è stato condotto un esame del contesto esterno in cui opera Yamamay, volto a individuare gli aspetti più rilevanti per l'attività aziendale. Tale valutazione ha considerato le attività svolte, il mercato di operazione, la maturità del settore in relazione alle questioni di sostenibilità e le aspettative degli *Stakeholder*. L'analisi si è fondata sulla revisione della documentazione e del contesto interno dell'Azienda, oltre a un confronto con i principali concorrenti di riferimento e alcune best practice del settore, al fine di identificare il posizionamento rispetto ai competitor e i trend emergenti in materia di sostenibilità.

02

IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI

In questa fase, si è proceduto all'individuazione degli impatti, sia positivi sia negativi, attuali e potenziali, che l'Azienda genera sull'economia, sull'ambiente e sulle persone (prospettiva *inside-out*). Allo stesso tempo, sono stati esaminati i rischi e le opportunità legati alla sostenibilità, in grado di influenzare in modo positivo o negativo le performance economico-finanziarie dell'Organizzazione e il suo posizionamento sul mercato (prospettiva *outside-in*). Gli impatti sono stati identificati attraverso l'analisi di documenti pubblici, le attività aziendali, i rischi e le opportunità sostenibili correlati al settore di operazione di Yamamay e i trend di mercato.

03

VALUTAZIONE DELLA SIGNIFICATIVITÀ DEGLI IMPATTI

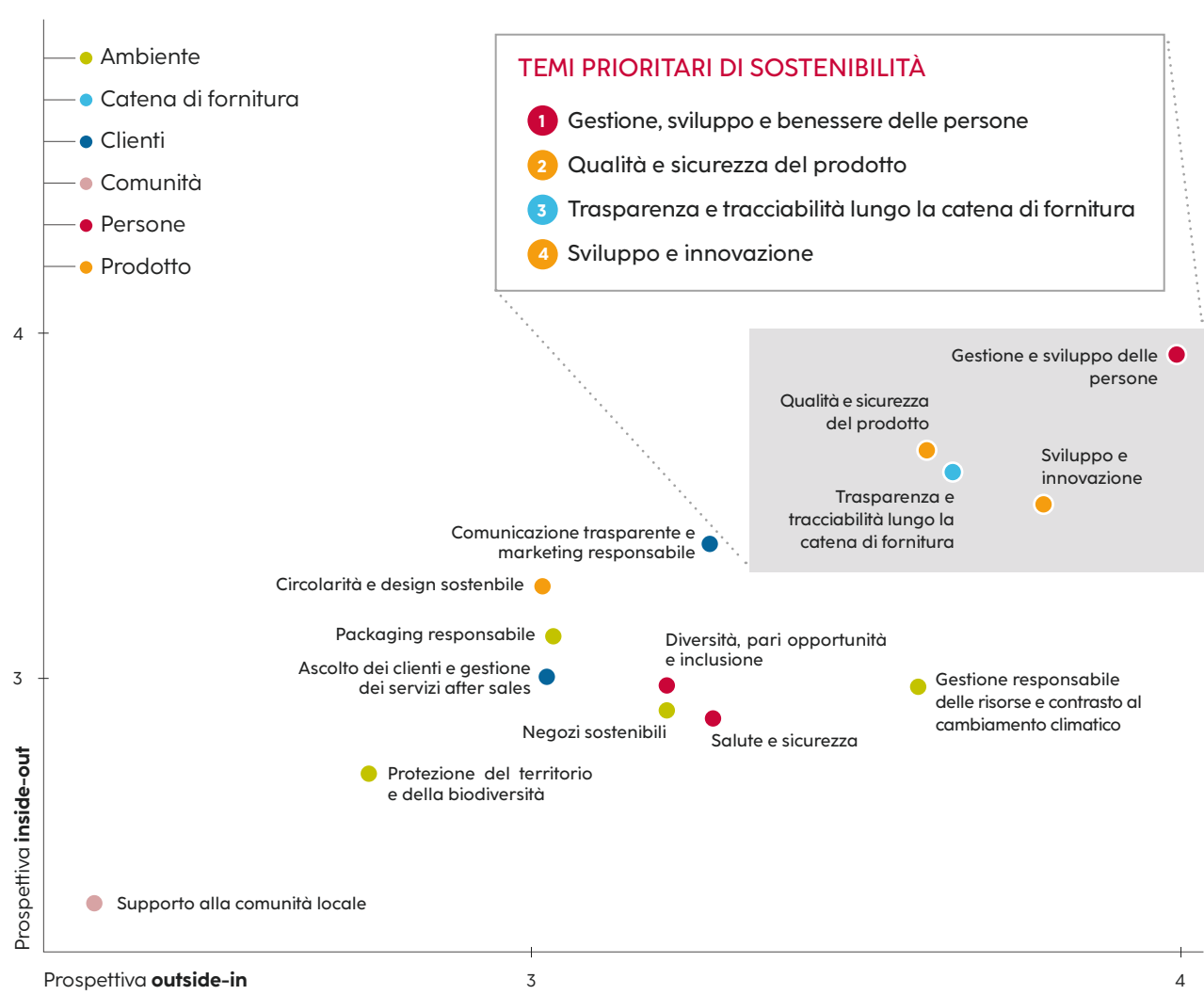
Gli impatti come identificati nella fase precedente, sono stati sottoposti alla valutazione della Direzione e del Management durante un *workshop* organizzato sul Lago di Como, che ha visto la partecipazione di oltre 30 referentirappresentantile principali funzioni dell'Azienda coinvolte nel processo di redazione del Bilancio di Sostenibilità. I partecipanti hanno valutato la significatività sia degli impatti positivi sia negativi che l'Azienda genera verso l'esterno (*impact materiality*), sia dei rischi e delle opportunità causati dal contesto esterno verso Yamamay (*financial materiality*) attraverso una votazione su scala da 1 a 4.

04

PRIORITIZZAZIONE DEGLI IMPATTI PIÙ SIGNIFICATIVI E DEFINIZIONE DELLA LISTA AGGIORNATA DEI TEMI MATERIALI

I risultati della votazione condotta nel corso del *workshop* hanno consentito di delineare le priorità strategiche dell'Azienda, conducendo all'identificazione dei 14 temi materiali di seguito elencati in base al grado di importanza.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ



I temi legati alla Governance, essendo prerequisiti per una conduzione sostenibile, non rientrano tra i temi materiali, ma vengono comunque rendicontati all'interno del Bilancio di Sostenibilità.

Nella seconda parte del 2024 Yamamay prevede di aggiornare la matrice di materialità in occasione della definizione del nuovo Piano Strategico e del conseguente aggiornamento degli obiettivi di sostenibilità.



GLI STAKEHOLDER DI YAMAMAY

Gli *Stakeholder* sono un elemento chiave nel contesto operativo di Yamamay, poiché il loro coinvolgimento e il loro sostegno sono fondamentali per il successo e la sostenibilità a lungo termine dell'Azienda. La loro importanza si manifesta in molteplici forme: dai dipendenti, che incarnano il cuore pulsante dell'Organizzazione, ai clienti, fornitori e comunità locali, tutti contribuiscono in modo unico e significativo al tessuto aziendale. L'analisi degli *Stakeholder* emerge come uno strumento imprescindibile nella comprensione della sostenibilità aziendale, poiché fornisce un quadro dettagliato delle dinamiche e delle relazioni che caratterizzano l'ecosistema in cui Yamamay è immersa.

Questa analisi non solo rivela le aspettative e le esigenze degli *Stakeholder*, ma anche le opportunità di collaborazione, contribuendo a plasmare una strategia di sostenibilità che risponde in modo mirato alle esigenze del mercato e alle preoccupazioni delle parti interessate. In tal modo, l'attenzione agli *Stakeholder* diventa un pilastro fondamentale nella creazione di un modello aziendale sostenibile, in grado di prosperare in un ambiente in continua evoluzione e di tradurre la sostenibilità da un principio ad una pratica tangibile. In linea con i principi delineati dalla metodologia "*AA1000 Stakeholder Engagement*", Yamamay ha identificato dieci categorie di *Stakeholder* che esercitano un impatto significativo sulle decisioni aziendali e sulla realizzazione degli obiettivi.

Queste categorie non solo svolgono un ruolo fondamentale nel plasmare la direzione strategica dell'Azienda, ma rappresentano anche chiavi di lettura preziose per individuare rischi da mitigare e opportunità da cogliere. La consapevolezza e la comprensione profonda di queste interconnessioni consentono a Yamamay di navigare in modo consapevole attraverso le dinamiche del mercato, garantendo una gestione aziendale orientata alla sostenibilità e in grado di adattarsi con agilità alle mutevoli esigenze del contesto aziendale e sociale.

AA1000 Stakeholder ENGAGEMENT

AA1000 Stakeholder Engagement è un framework metodologico sviluppato da Accountability, un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro focalizzata sulla promozione della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa. Questo strumento fornisce linee guida e best practice per identificare, coinvolgere e rispondere alle aspettative delle parti interessate in modo efficace. Utilizzato ampiamente in diversi settori, il *framework* aiuta le organizzazioni nell'analisi degli *Stakeholder*, facilitando la comprensione delle loro esigenze e aspettative. L'obiettivo finale è migliorare la gestione delle relazioni con gli *Stakeholder* e integrare in modo più efficace le questioni sociali, ambientali ed etiche nelle pratiche aziendali. In breve, *AA1000 Stakeholder Engagement* è uno strumento strutturato e sistematico per coinvolgere gli *Stakeholder*, contribuendo a rafforzare la responsabilità e la sostenibilità globali di un'organizzazione.

L'individuazione accurata degli *Stakeholder* emerge come un processo cardine nella filosofia operativa di Yamamay, tanto da costituire un impegno continuo che tiene conto delle dinamiche in costante evoluzione sia all'interno sia all'esterno dell'Organizzazione. Nel corso degli anni precedenti, questa analisi ha portato all'identificazione di diversi attori che detengono un notevole potere di influenza sull'Azienda o che sono direttamente interessati alle sue attività.

La collaborazione attiva con gli *Stakeholder* ha consentito di raccogliere *feedback* preziosi, acquisire prospettive diverse e ottenere un sostegno significativo per gli obiettivi definiti. Questa interazione ha contribuito a rendere gli obiettivi più vicini alle esigenze e alle aspettative delle parti interessate, creando così valore condiviso.

A tal proposito, nei primi mesi del 2024, Yamamay ha avviato un'analisi di *brand reputation* – supportata da un partner esterno – che ha previsto il coinvolgimento di un panel di consumatori e clienti attraverso una *survey* e dei *focus group*.

Tra gli argomenti oggetto dell'indagine sono state discusse anche tematiche di sostenibilità.

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	ASPETTATIVE
CONSUMATORI E CLIENTI 	› Negozi, e-commerce, social, indagini brand reputation, questionari, Corporate Website	› Esperienza d'acquisto positiva › Qualità del prodotto › Comunicazione trasparente
DIPENDENTI 	› Corsi di formazione, Intranet, Incontro annuale con Ambassador, Indagini di clima, incontri individuali periodici, survey, piattaforma Welfare, Green Trend Review, Yamapp	› Informazioni su strategie e risultati economico finanziari del Gruppo › Chiarezza degli obiettivi e del sistema di valutazione › Formazione e sviluppo professionale Iniziative volte al benessere, salute e sicurezza dei dipendenti › Pari opportunità
FORNITORI 	› Piattaforma dedicata per la raccolta di dati ambientali, sociali e sui diritti umani dei fornitori, Audit, QC, Ispezioni del personale Yamamay, Corporate Website, Manufacturing Agreement,	› Continuità nella fornitura › Rispetto delle condizioni contrattuali Visibilità e sviluppo di business (nuove partnership)
FRANCHISEE	› Contratto di affiliazione › Incontri di formazione › Presentazione di collezioni › Yamapp	› Chiarezza su strategie di vendita › Profitto › Rapporto fiduciario › Visibilità › Puntualità nell'invio della merce
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA 	› Tavoli di lavoro, lobbying, webinar, carica nell'organo di governance	› Sinergie su tematiche di sostenibilità
COMUNITÀ SCIENTIFICA E UNIVERSITÀ 	› Webinar, convegni, testimonianze, partnership, social media, Corporate Website, tavoli tecnici	› Visibilità, Partnership, progetti comuni, sinergie su tematiche di sostenibilità
ORGANIZZAZIONI NON GOVERNATIVE 	› Incontri, organizzazione di eventi, Corporate Website	› Visibilità, partnership, iniziative di volontariato, Sinergie su tematiche di sostenibilità
ISTITUZIONI E COMUNITÀ LOCALE 	› Webinar, tavoli di lavoro, tavoli tecnici, contatti diretti, webinar, interviste, carica nell'organo di governance, supporto su tematiche in ambito sociale e di governance	› Sinergie su tematiche di sostenibilità
NUOVE GENERAZIONI 	› Eventi in aula, attivazione di stage e tirocini	› Collaborazioni su tematiche di sostenibilità, occupazione
MEDIA 	› Interviste, sponsorizzazioni, campagne pubblicitarie online e offline, social media, organizzazione di eventi	› Comunicazione trasparente

IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ DI YAMAMAY

L'ambizioso piano di sostenibilità di Yamamay, attualmente in fase di definizione e elaborazione, si sviluppa su cinque pilastri fondamentali, delineando una *roadmap* verso una gestione aziendale più responsabile ed ecocompatibile. Esso sarà incardinato al piano industriale 2025-28, ad oggi in fase di scrittura.

LINEE DI AZIONE ESG



RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO

Impegno a limitare l'impatto ambientale adottando pratiche che favoriscano la transizione verso un futuro a basse emissioni.



SCELTA DI MATERIALI SOSTENIBILI

Riduzione dello sfruttamento delle risorse naturali e dell'impatto ambientale associato alla produzione di nuovi materiali durevoli e processi sostenibili, circolari e certificati.



ECONOMIA CIRCOLARE

Attuazione di un modello economico volto a ridurre al minimo gli sprechi di risorse, sia a livello di processi sia di prodotti, massimizzando il riutilizzo e il riciclo.



TRASPARENZA DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

Impegno a garantire che ogni fase del processo produttivo rispetti elevati standard etici e ambientali, contribuendo così a una produzione responsabile e sostenibile.



ATTENZIONE ALLA COMUNITÀ ED AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Promozione della cultura della sostenibilità, supporto alla comunità locale e del territorio in cui opera attraverso iniziative sociali ed impegno a promuovere la diversità e l'inclusione sia all'interno dell'Azienda sia nella sua interazione con la comunità circostante. Il vero progresso è inscindibile dall'equilibrio e dall'armonia tra gli elementi costitutivi della comunità: economia, cultura, ambiente.



FORMAZIONE E SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

Valorizzazione delle risorse attraverso percorsi di formazione per favorire lo sviluppo professionale e personale delle persone, consentendo loro di raggiungere il pieno potenziale e di contribuire in modo più efficace al successo dell'Azienda.



TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
FORMAZIONE E SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO					
Gestione, sviluppo e benessere delle persone	- Garantire un processo continuo di valorizzazione e crescita del capitale umano attraverso attività di formazione e sviluppo delle competenze fortemente orientate all'innovazione digitale e allo sviluppo dei prodotti per i dipendenti, al fine di consolidare e trasferire skill, attrarre nuovi talenti e trattenerli. Sviluppo di iniziative rivolte alla diffusione delle discipline STEM (Science, Technology, Engineering and Math), soprattutto tra le donne. - Promuovere iniziative di welfare che mirano alla creazione e alla diffusione di benessere, anche fisico e mentale, al miglioramento della qualità della vita dei dipendenti e dei loro familiari attraverso un pacchetto di benefit di varia natura. - Assicurare e promuovere un rapporto trasparente e corretto con istituzioni e sindacati volto ad instaurare un dialogo virtuoso nel rispetto dei diritti dei lavoratori.	N. 88.000 ore di formazione attraverso il fondo nuove competenze. - Formazione periodica rivolta alla forza vendite su prodotto, tecniche di comunicazione e vendita. N ore in aula 8.580 - Indice di soddisfazione dei dipendenti: 50% - Yamapp, format di formazione a distanza rivolto a tutte le risorse su collezioni, materiali, soft skill, salute e sicurezza, sostenibilità. 11.450 ore di formazione erogate - Smart working e flessibilità oraria ai dipendenti di sede - Corso Hatha Yoga - Visita guidata alla mostra Andy Warhol presso il museo M.A.G.A. di Gallarate per tutti i dipendenti di sede 68 Testimonianze qualificate a convegni	20 sessioni Yamapp - Indice di soddisfazione dei dipendenti: 67% - Smart working e flessibilità oraria ai dipendenti di sede - Proseguimento iniziative di sensibilizzazione volte al benessere delle persone - Piano di formazione su rendicontazione e CSRD per tutti gli ambassador della sostenibilità - Coinvolgimento dei dipendenti di sede al progetto M.A.R.E.	2024	 
SCELTA DI MATERIALI SOSTENIBILI					
Qualità e sicurezza del prodotto	Applicare standard e politiche volti a garantire prodotti di qualità e sicuri, lungo tutta la catena del valore, dalla fase di progettazione e di acquisto di materie prime fino alla vendita al cliente finale, a beneficio della salute e della sicurezza dei clienti.	- Aggiornamento manuale prodotto BASIC 1.436 ispezioni prima dell'invio ai punti vendita 7,6% tasso di non conformità			 
Sviluppo e innovazione	Favorire l'innovazione del modello di business e dei propri prodotti e servizi cogliendo e sfruttando le opportunità, anche e soprattutto legate all'innovazione dei materiali, alla digitalizzazione e alle nuove tecnologie (es. AI, data analytics, omnicanalità) per rispondere adeguatamente alle esigenze del mercato con impatti positivi per l'azienda e la sua competitività.	Approvvigionamento materiali certificati: 40 % prodotti ordinati in volume	65%: prodotti ordinati in volume sostenibili e innovativi - Piano di formazione su ecodesign	2025	  

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
TRASPARENZA DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO					
Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura	Promuovere pratiche di approvvigionamento responsabili, selezione e monitoraggio dei fornitori incoraggiandoli a monitorare le proprie performance ambientali e sociali, con impatti positivi sulla catena di fornitura e sull'ambiente. Promuovere il rispetto dei diritti umani e delle pratiche di lavoro e la lotta alla corruzione. Garantire la tracciabilità e la trasparenza della catena di fornitura attraverso il controllo costante della stessa, la definizione di prerequisiti e criteri di sostenibilità, attività di screening e di verifica, mappatura e monitoraggio dei fornitori.	- Aggiornamento del Manufacturing Agreement per i fornitori integrato con gli allegati: "Code of Conduct" per i requisiti minimi di tutela dei lavoratori, "Charter of Values of Sustainability" per i requisiti minimi per la sostenibilità di prodotto e la tutela dell'ambiente, "Packaging Guidelines" per le linee guida richieste per il packaging dei prodotti. 33/45 fornitori di tier 1 hanno compilato il questionario qualitativo per la raccolta dati di sostenibilità su una piattaforma dedicata 68 Audit effettuati su nuovi fornitori dal 2020 ad oggi	- Coinvolgimento della catena di fornitura: 100% assessment qualitativi 50% assessment quantitativi - Corso di formazione sulla due diligence lungo la catena di fornitura	2025	   
TRASVERSALE AI 5 PILASTRI					
Comunicazione trasparente e marketing responsabile	Creare un rapporto di fiducia con gli Stakeholder garantendo una comunicazione trasparente e corretta delle informazioni e delle campagne di marketing, nonché delle attività dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, con impatti positivi sull'affidabilità dell'azienda e la soddisfazione dei consumatori.	15 prodotti forniti di Product ID Card per la tracciabilità e trasparenza sugli impatti. - Evento per i 10 anni del leggings Sculpt, supportato da certificazione PEF (Product Environmental Footprint)	Più di 100 ID card	2025	
ECONOMIA CIRCOLARE					
Circularità e design sostenibile	- Sviluppare prodotti prendendo in considerazione gli impatti ambientali generati lungo il loro intero ciclo di vita adottando i principi dell'economia circolare e criteri di eco-design, scegliendo materiali a basso impatto ambientale, al fine di allungare l'uso e la vita del prodotto, nonché favorire il recupero e il riciclo dei materiali. - Promuovere attività di ricerca e sviluppo, mantenendo alti livelli di artigianalità che contraddistinguono il marchio, al fine di sviluppare e integrare soluzioni di eco-design e utilizzare materiali innovativi e sostenibili.	- Lancio dell'edizione Principessa Super Bra-Silver edition ideato in ottica di eco design, innovazione ed inclusività. - Linea Edit 2023 10 anni del leggings Sculpt con il lancio del leggings sculpt Bold	- Corso di formazione sulla circolarità dei prodotti a fine vita - Avvio progetto pilota per il take back dei prodotti Yamamay (in attesa di entrata in vigore della direttiva)	2025	  

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO					
Packaging responsabile	Adottare materiali a basso impatto ambientale per la realizzazione e design del packaging destinato ai clienti finali e di quello utilizzato nei processi logistici (shopping bag, imballaggi, accessori espositivi, etc.) e promuovere l'eliminazione della plastica monouso a beneficio e nel rispetto dell'ambiente.	70% packaging FSC 83% packaging plastica riciclata 6,7% dei clienti online da agosto a dicembre 2023 hanno scelto il packaging movopack. - Il return rate delle buste è stato pari al 21,5%.	- Eliminazione uso di carta vergine non FSC - Almeno 50% packaging plastica riciclata	2025	 
Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico	Ridurre gli impatti ambientali e contrastare il cambiamento climatico, attraverso iniziative che favoriscano l'utilizzo di energia rinnovabile, l'efficientamento energetico, la riduzione di emissioni di GHG, la gestione responsabile dei rifiuti, della risorsa idrica, delle risorse (es. Carta, plastica) e mobilità nelle sedi e lungo tutta la filiera, con impatti positivi per l'ambiente e lungo la catena del valore.	- energia acquistata in Italia da fonti rinnovabili: 47% - Riduzione emissioni totale GHG 17% n. auto full hybrid/ totale auto aziendali 37%	100% energia acquistata in Italia da fonti rinnovabili - Progressiva sostituzione del parco auto aziendale con modelli ad alimentazione a minor impatto - Definizione piano spostamenti casa-lavoro	2025	  
Negozi sostenibili	Favorire la creazione di negozi sostenibili attraverso l'adozione di requisiti di sostenibilità e certificazioni ad hoc, l'impiego di fonti rinnovabili per la fornitura energetica, sistemi di illuminazione a LED e condizionamento a basso impatto ambientale, nonché l'utilizzo di materiali ecologici ed ecosostenibili nei negozi a gestione diretta.	- Progetto pilota su 3 negozi per il monitoraggio dei consumi e qualità dell'aria - Definizione della Politica Ambientale di Yamamay	Definire un piano di monitoraggio dei consumi e qualità dell'aria per tutti i negozi diretti	2025	  
Protezione del territorio e della biodiversità	Promuovere iniziative di riduzione dell'impatto ambientale, lungo tutta la catena del valore, a favore della tutela dei territori e della biodiversità, con particolare attenzione alla protezione degli oceani. Monitorare attentamente l'approvvigionamento delle materie prime, l'uso di prodotti chimici e ridurre significativamente la plastica favorendo l'uso di quella riciclata con impatti positivi sull'ambiente e la biodiversità.	- Progetto M.A.R.E. 2023: - Migliaia navigate 1.235 13 PCB analizzati 14 elementi in tracce 46 campioni zooplankton raccolti - Evento aperto a tutti i dipendenti di sede per la sensibilizzazione sulle specie aliene nel Mar Mediterraneo con la startup BluEat - Iniziativa di riforestazione a Nova Milanese in collaborazione con MMN: piantumazione di 250 alberi	Progetto M.A.R.E.	2024	    

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
ATTENZIONE AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE					
Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales	Ascoltare e soddisfare le esigenze di tutti i clienti offrendo prodotti e servizi che rispondano alle aspettative delle diverse fasce di clientela, favorendo la creazione di una relazione aperta e partecipativa. Garantire il rispetto della privacy e la sicurezza dei dati dei clienti, implementando sistemi adeguati di cybersecurity, che prevengano tentativi illegali di accesso a informazioni sensibili.	n. fidelity card 243.164 n. ticket aperti 41.568 n. ticket risolti 41.356	n. fidelity card 280.000	2025	
Diversità, pari opportunità e inclusione	Implementare programmi e progetti volti ad assicurare le pari opportunità, l'uguaglianza e la non discriminazione in azienda, garantendo la soddisfazione dei dipendenti. Diffondere e creare una cultura inclusiva, che valorizzi qualsiasi forma di diversità, l'ascolto di ognuno e che promuova azioni e comportamenti positivi. Rafforzare l'inclusività dei prodotti, per rispondere alle esigenze di tutti i clienti.	93% dei dipendenti donna 25% donne in CdA - Sensibilizzazione sui Disturbi del Comportamento Alimentare con un incontro aperto a tutti i dipendenti di sede con l'associazione Peso Positivo 58 Visite senologiche svolte tramite LILT e 107 visite alla tiroide svolte tramite ANT per i dipendenti della sede - Lancio di Principessa Super Bra – Silver Edition per esigenze post-operatorie - Lancio della brand YAMAMAY SPORT n. negozi Yamamay Man 14	- Definizione di una politica DE&I e relativo piano - Ottenimento certificazione sulla parità di genere	2025	  
Salute e sicurezza	Promuovere la salute e sicurezza, programmi di formazione e prevenzione, anche con riferimento ad eventi pandemici, oltre che di monitoraggio dei tassi di infortunio, con impatti positivi sulla salute psico-fisica dei dipendenti. Garantire un ambiente di lavoro sicuro, anche grazie all'adozione di sistemi di gestione certificati.	n. ore formazione su salute e sicurezza: 659 - Riduzione incidenti in itinere: 41% - Riduzione infortuni: 50% 7 segnalazioni di near miss	- Riduzione infortuni: 30% - Migliorare la consapevolezza dei dipendenti per mitigare il rischio di incidenti stradali in itinere - Coinvolgimento dei clienti nell'attenzione per la sicurezza - Segnalazione di almeno 10 near miss all'anno	2025	 

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
Supporto alla comunità locale	Supportare le comunità e gli enti locali con iniziative mirate a sostegno dello sviluppo della collettività, anche attraverso elargizioni di denaro, donazioni di prodotti e sostegno organizzativo, volte alla promozione dell'occupazione, sviluppo, educazione e crescita socio-economica locale dei territori. Promuovere un dialogo aperto e partecipativo con le comunità, anche grazie al contributo dei dipendenti.	n. 5 eventi Diana ODV n. 215 ore di volontariato 56k€ fondi raccolti da Diana ODV	Progressivo coinvolgimento degli Stakeholder nell'attività di Diana ODV	2025	  

Di seguito sono evidenziati gli SDGs, declinati nei target coerenti con il contesto, che sono interrelati con il modello di business di Yamamay e inseriti nella tabella precedente.

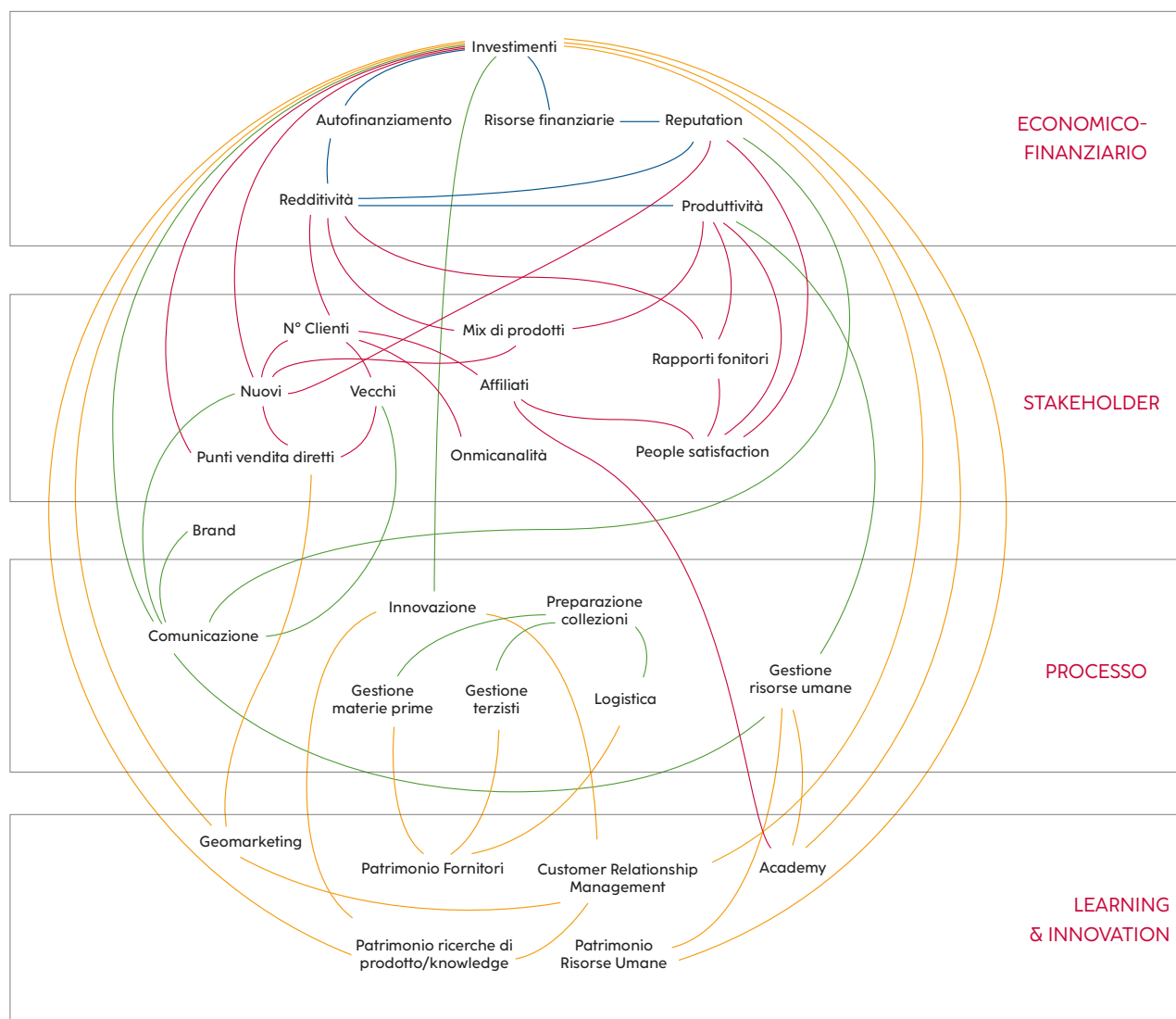
 OBIETTIVO 3 Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.	 OBIETTIVO 12 Garantire modelli sostenibili di produzione e consumo.
 OBIETTIVO 4 Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.	 OBIETTIVO 13 Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.
 OBIETTIVO 5 Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.	 OBIETTIVO 14 Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.
 OBIETTIVO 7 Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.	 OBIETTIVO 16 Pace, giustizia e istituzioni forti.
 OBIETTIVO 8 Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti.	 OBIETTIVO 17 Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile. Partenariati multilaterali.

SUSTAINABILITY BALANCED SCORECARD

Nel 2023, Yamamay ha continuato il programma di lavoro sulla misurazione dei KPI di performance, indispensabile strumento di miglioramento della profittabilità aziendale, se correttamente abbinato ad azioni correttive finalizzate al raggiungimento degli obiettivi economici e di sostenibilità strettamente incardinati al *purpose*. Il progetto della *Sustainability Balanced Scorecard* di Yamamay, avviato nel 2021, riflette l'approccio olistico dell'Azienda verso la sostenibilità, integrando criteri ecologici, sociali ed economici nella valutazione delle performance aziendali. Questa prospettiva avanzata contribuisce a definire un modello aziendale che si propone di generare valore non solo per l'Azienda stessa ma anche per la società e l'ambiente. Negli anni precedenti, un gruppo di lavoro dedicato ha svolto un ruolo fondamentale nella definizione e nella progettazione degli obiettivi di sostenibilità di Yamamay. Attraverso analisi approfondite, consultazioni interne ed esterne, nonché l'adozione di *best practices* globali, il gruppo di lavoro ha contribuito a delineare una *roadmap* chiara e ambiziosa per Yamamay nel campo della sostenibilità.

SUSTAINABILITY BALANCED SCORECARD

La *Sustainability Balanced Scorecard* (SBSC) è un approccio strategico e di gestione che estende il concetto tradizionale di *Balanced Scorecard*, originariamente sviluppato da Robert S. Kaplan e David P. Norton negli anni '90 per misurare le prestazioni aziendali. La *Sustainability Balanced Scorecard* mira a integrare le dimensioni ambientali, sociali ed economiche nei processi decisionali e di gestione delle imprese, enfatizzando la sostenibilità aziendale. Attraverso questa metodologia, un'azienda può definire e misurare gli obiettivi e gli indicatori chiave di sostenibilità lungo le dimensioni ambientali, sociali ed economiche. Questo strumento fornisce una visione olistica delle performance aziendali, considerando l'impatto delle attività su vari *Stakeholder* e sul pianeta nel suo complesso.



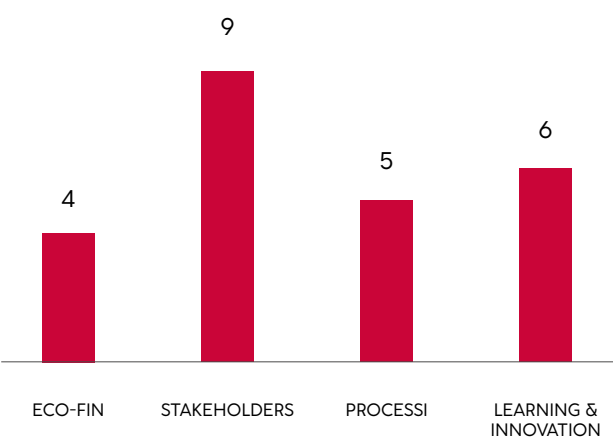
Nel corso degli anni precedenti, l'analisi dell'attività ha condotto all'individuazione di diverse variabili gestionali, le quali sono state categorizzate in quattro macroaree così denominate: economico-finanziario, *Stakeholder*, processo e apprendimento e innovazione.



Al termine del 2023, la *Sustainability Balanced Scorecard* di Yamamay conta 24 indicatori. Le aree coperte da tali indicatori sono diverse e riportate di seguito:

 PROSPETTIVA ECO-FINANZIARIA > Reputazione > Produttività > Redditività > Autofinanziamento	 PROSPETTIVA DEGLI STAKEHOLDER > Numero clienti > Numero nuovi clienti > Soddisfazione clienti > DOS > Mix di vendita > Affiliati > Rapporti con fornitori > Vendor Rating > People satisfaction	 PROSPETTIVA DEI PROCESSI > Comunicazione esterna > Innovazione > Preparazione collezione > Supply chain > Gestione personale	 PROSPETTIVA DELL'APPRENDIMENTO E INNOVAZIONE > Geomarketing > Patrimonio Fornitori > Patrimonio Ricerca e Sviluppo > CRM > Academy > Patrimonio risorse umane
--	--	---	---

SUDDIVISIONE DEI KPI PER AREA



Il 2023 è stato caratterizzato da un attento processo di monitoraggio degli indicatori, accompagnato dalla ridefinizione di alcune variabili nell'ambito della gestione aziendale. Tra le variabili oggetto di attenzione prioritaria sono emersi l'indicatore di geomarketing e quello di *customer satisfaction*. La revisione di tali indicatori è stata volta a garantire una valutazione più accurata e allineata agli obiettivi strategici dell'Azienda. Inoltre, nel corso del 2023, è stato introdotto un nuovo indicatore specifico dedicato al *vendor rating*.

Questa aggiunta testimonia l'attenzione costante di Yamamay nei confronti delle dinamiche relazionali con i propri fornitori, rafforzando la capacità aziendale di valutare la performance e la qualità delle partnership commerciali.

Queste attività di monitoraggio e aggiornamento delle variabili evidenziano l'approccio dinamico e orientato al miglioramento continuo di Yamamay nella gestione delle sue strategie aziendali, mirando sempre a un allineamento preciso con le esigenze del mercato e le aspettative dei suoi *Stakeholder*.

35 membri	4 riunioni
del gruppo di lavoro dedicato	nel 2023

ADESIONE AL GLOBAL COMPACT

Yamamay, riconoscendo l'importanza cruciale della sostenibilità e della responsabilità aziendale, ha assunto un ruolo proattivo nel plasmare un futuro più sostenibile attraverso la sua adesione, avvenuta il 24 febbraio 2023, al *Global Compact* delle Nazioni Unite (UNGC).

UN GLOBAL COMPACT

Il *Global Compact* delle Nazioni Unite, fondato nel 1999, costituisce una significativa guida etica nel panorama mondiale. Questa iniziativa unica unisce aziende, organizzazioni e istituzioni attorno a principi universali, delineati nei settori dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e della lotta alla corruzione.

Incarnando l'essenza della responsabilità sociale e aziendale, il *Global Compact* promuove un impegno collettivo verso un mondo più giusto, equo e sostenibile. Le aziende aderenti si impegnano a tradurre questi principi in azioni concrete, contribuendo così a plasmare un futuro in cui l'attività economica si svolga in armonia con la società e l'ambiente.

In un contesto di interconnessione globale, il *Global Compact* offre un forum unico in cui le organizzazioni possono condividere conoscenze, esperienze e innovazioni per affrontare le sfide comuni e costruire insieme un mondo migliore.



Con la sua adesione, Yamamay intende operare in linea con i principi universali dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente e dell'anticorruzione. L'adesione al *Global Compact* non è soltanto un atto formale, ma una testimonianza tangibile dell'approccio etico e della volontà di contribuire positivamente alle sfide globali. Yamamay si impegna a integrare questi principi nei suoi processi decisionali e operativi, lavorando in sinergia con altre organizzazioni per costruire un mondo imprenditoriale responsabile e sostenibile.

L'impegno di Yamamay nell'aderire ai 10 principi fondamentali del *United Nations Global Compact* (UNGC) si manifesta come una pietra miliare nel percorso aziendale verso la sostenibilità e la responsabilità. Attraverso una rigorosa adesione ai principi che abbracciano i diritti umani, le norme del lavoro, la tutela dell'ambiente e la lotta alla corruzione, Yamamay pone le basi per un modello aziendale che rispetta e promuove valori universali.

Inoltre, l'Azienda si impegna attivamente a contribuire agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) identificati dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 2015, durante la formulazione dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile attraverso iniziative concrete e pratiche che promuovono l'equità, la sostenibilità ambientale e l'integrità aziendale.

Questo impegno non solo riflette la responsabilità di Yamamay verso la società e l'ambiente, ma rappresenta un passo tangibile verso la costruzione di un futuro in cui il successo aziendale sia indissolubilmente legato al benessere globale.



I DIECI PRINCIPI DELL'UNGC

**DIRITTI UMANI**

Le aziende sono chiamate a sostenere e rispettare i diritti umani riconosciuti a livello internazionale, evitando di essere complice di abusi.

Principio I: Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza;

Principio II: Alle imprese è richiesto di assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

**LAVORO**

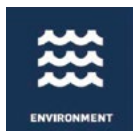
Le organizzazioni devono garantire la libertà sindacale e il diritto alla contrattazione collettiva, eliminare ogni forma di lavoro forzato o involontario, abolire la discriminazione in materia di occupazione e rispettare i diritti dei lavoratori migranti.

Principio III: Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva;

Principio IV: l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio;

Principio V: l'effettiva eliminazione del lavoro minorile;

Principio VI: l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.

**AMBIENTE**

Le aziende dovrebbero sostenere un approccio precauzionale ai problemi ambientali, adottare iniziative per promuovere una maggiore responsabilità ambientale e incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie sostenibili.

Principio VII: Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali; e di

Principio VIII: intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale; e di

Principio IX: incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.

**LOTTA ALLA CORRUZIONE**

Le organizzazioni devono agire contro ogni forma di corruzione, tra cui estorsione e tangenti.

Principio X: Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.



1.5 Dicono di noi



GREENITALY 2021

Un'economia a misura d'uomo per il futuro dell'Europa

Symbola, 2021 (pp. 214-215)

Ispirata al principio di non generare scarti e eccedenze produttive, Yamamay ha creato una linea di reggiseni in grado di adattarsi a diverse conformazioni e misure delle clienti riducendo così sprechi di materiali e mitigando il fenomeno della resa di capi per errata taglia che grava sulla vendita online.



Emanuele Sacerdote

RETAILORING

Strategie e prospettive per il NeoRetail

Franco Angeli, 2022 (pp. 9-11)

In Yamamay stiamo lavorando a un progetto di negozio sostenibile e abbiamo tanta chiarezza sul fatto che il vero *output* dell'impresa non sarà il bel negozio con il suo nuovo arredo e le molteplici nuove funzionalità, ma il nostro modo di lavorare insieme, su più livelli, e in considerazione dei nuovi processi che si stanno definendo all'interno del nostro ecosistema.



Francesco Morace, Marzia Tomasin

L'ALFABETO DELLA SOSTENIBILITÀ

26 modi per essere sostenibili

Egea, 2023 (pp. 201-208)

Per la creazione di prodotti a minor impatto ambientale, in Yamamay vengono selezionati e utilizzati materiali smart e sostenibili. Nel settore fashion la scelta dei materiali è fondamentale per la creazione di prodotti smart durevoli e la cui circolarità sia gestibile in modo responsabile



Vittorio Coda

IL SEGRETO ITALIANO

Tutta la bellezza che c'è

Treccani, 2023

Il volume, curato da Vittorio Coda (Università Bocconi), vicepresidente nonché presidente del Comitato scientifico dell'Istituto per i Valori d'Impresa, è il frutto di una ricerca, a cui Yamamay ha collaborato, che si basa sugli strumenti dell'analisi gestionale e volta a definire i caratteri dell'imprenditoria italiana d'eccellenza.

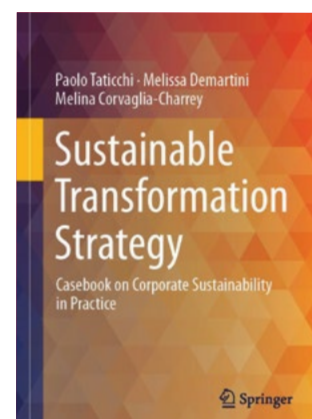
Paolo Taticchi, Melissa Demartini, Melina Corvaglia-Charrey

SUSTAINABLE TRANSFORMATION STRATEGY

Casebook on Corporate Sustainability in Practice

Springer Nature, 2023 (pp. 150-151)

Driven by its purpose, Yamamay strives to create sustainable and long-lasting growth while also having a positive impact on the environment, on society and on the economy. Guided by a philosophy of creating and sharing new value with people and communities, Yamamay is committed to contributing to resolving global issues and creating a better and more sustainable future.



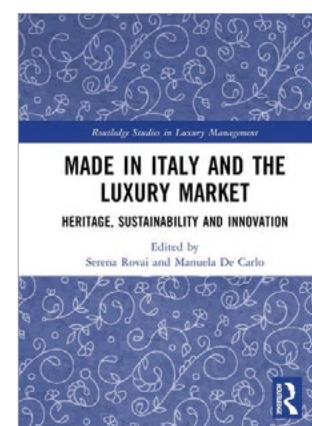
Serena Rovai, Manuela De Carlo

MADE IN ITALY AND THE LUXURY MARKET

Heritage, Sustainability and Innovation

Routledge, 2023 (pp. 72-73)

Yamamay seeks to operate responsibly in order to protect the environment, safeguard biodiversity, reduce waste and emissions. In that approach, the company includes raising awareness among employees and other Stakeholders about sustainable development and decarbonizations. Moreover, sustainability in a period of change implies for Yamamay a focus on people as an essential value.



Alberto Felice De Toni, Gaetano Fausto Esposito, Mauro Meda

STRATEGIE E POLITICHE DI FORMAZIONE NELLE IMPRESE FAMILIARI

L'apprendimento come leva di sviluppo

ASFOR/Franco Angeli, 2023 (pp. 253-264)

In Yamamay puntiamo, da sempre, a valorizzare il nostro capitale umano attraverso l'apprendimento continuo, la crescita di *hard* e *soft skills*, una crescita professionale strutturata e la condivisione della conoscenza e dei valori aziendali.



YAMAMAY: IL PURPOSE COME STRUMENTO DELL'EFFICACIA DELL'ORGANIZZAZIONE

Harvard Business Review, 2023 (pp. 98-99)

Il *purpose*, quindi, si configura per Yamamay come un valido alleato per il raggiungimento dei risultati e per il posizionamento di marca. Per essere efficace, deve mantenersi dinamico e in dialogo costante con le forze interne ed esterne, garantendo in questo modo una chiara armonia. Allo stesso tempo, per generare un impatto reale, deve essere diffuso dall'alto verso tutta l'organizzazione, così che la sua espressione sia in grado di influenzare il modo di lavorare dei dipendenti e, da ultimo, la felicità professionale delle persone che operano all'interno e all'esterno dell'impresa.



DALLA RASSEGNA STAMPA 2023

Di seguito le testate e pubblicazioni in cui è stata coinvolta Yamamay in ambito sostenibilità. È possibile consultare l'intera rassegna stampa sul sito Corporate di Yamamay.

23 aprile 2023

Corriere della Sera

Moda e cultura del mare
Costumi da bagno, obiettivo circolarità

CORRIERE DELLA SERA

18 maggio 2023

Panorama

Si deve cambiare per stare a galla

PANORAMA

Settembre 2023

Largo Consumo

Yamamay, digital e sostenibile

**Largo
Consumo**

18 novembre 2023

Corriere della Sera

Un tessuto solo e a basso consumo
Pensando al consumo della moda circolare

CORRIERE DELLA SERA

1 dicembre 2023

La Provincia di Como

Modello Yamamay "Cogliere le crisi come opportunità"

La Provincia

8 gennaio 2024

FormaFuturi

Yamamay: quando l'innovazione è sinonimo di sostenibilità.
Dialogo con Barbara Cimmino



11 gennaio 2024

F

Secondo natura

F

20 marzo 2024

F

Yamamay frontrunner del design eco

F

MODA INCONTRI
DI VALENTINA PAGNI



INTIMO QUOTIDIANO
La linea Sculpt è composta da reggiseni, slip, body, ciclisti, sottovesti, jumpsuit e leggings, nelle varianti nero e nude.

SECONDO NATURA



BARBARA CIMMINO
HEAD
OF CORPORATE
SOCIAL
RESPONSIBILITY
AND
INNOVATION
DI YAMAMAY

«IN QUESTO MOMENTO STORICO, NEL TESSILE STANNO CAMBIANDO TANTISSIME COSE. Raccontarsi è il modo migliore per aiutare i clienti a fare scelte consapevoli». A parlare è Barbara Cimmino, head of corporate social responsibility and innovation di Yamamay, che incalza: «Le persone dichiarano di essere sensibili alla sostenibilità, ma di fatto i loro acquisti non sono ancora così consapevoli. Credo veramente che il racconto di quello che facciamo, della nostra robustezza e trasparenza, sia fondamentale». Un percorso di sostenibilità, quello di Yamamay, iniziato nel 2013 con la linea Sculpt, che nel corso di un decennio ha conquistato il mercato con un milione e 500mila pezzi venduti e stabilito nuovi standard di settore. Da questo anniversario l'azienda riparte verso un futuro sempre più green.

Come è iniziato tutto?

La nostra azienda è a Gallarate, nel cuore di quello che, dalla Rivoluzione industriale in poi, è considerato il secondo distretto tessile d'Europa, dopo Manchester. Siamo in un territorio ricco di storia ed eccellenze dell'imprenditoria. Abbiamo cultura e valori che ci permettono di



avvicinarci al prodotto con una creatività diversa. Grazie anche a partner come Eurojersey, che da sempre fa ricerca per innovare. E a nuove realtà come Sustainable Brand Platform, la tech-startup italiana che sta rivoluzionando l'industria della moda con nuove soluzioni per l'analisi e la gestione delle prestazioni di sostenibilità. Con queste premesse non potevamo non accettare la sfida.

Quale?

Quella dell'Unione Europea. Noi abbiamo progettato la nostra prima linea di eco-design nel 2013, ma è solo dal 2019 – con l'introduzione del Green Deal – che presentiamo un bilancio di sostenibilità. Per il settore del tessile quello è stato un anno importante: in Europa ci eravamo un po' addormentati, si sperimentava poco.



RASSEGNA STAMPA

> corporate.yamamay.com > Media > Rassegna stampa



Highlights 2023

PRODOTTO



40%

Volume acquistato di prodotti innovativi e sostenibili

12 †

Tessuto provvisto di studio PEF (Product Environmental Footprint)



15

Product ID Card sviluppate nel 2023

70%

Fornitori strategici valutati su tematiche di sostenibilità



27%

Nylon utilizzato nei capi Yamamay riciclato

26%

Cotone BCI acquistato



2,6 kg CO₂eq

per pezzo venduto

2.1 Sviluppo e innovazione

MILESTONES IN TEMA DI RIDUZIONE DEGLI IMPATTI E DECARBONIZZAZIONE SUL PRODOTTO

2012

Yamamay inizia a combinare i pilastri di bellezza, qualità, innovazione e sostenibilità all'interno del proprio modello di business e avvia così un percorso volto alla riduzione degli impatti ambientali dei suoi prodotti.

2013

Viene venduto il primo prodotto di ecodesign di Yamamay, Leggings Sculpt prodotto utilizzando misurazioni con body scanner per *claim*.

2014

Yamamay inizia a tracciare componenti e prodotti finiti con workflow indipendenti.

2020
2023

Yamamay sperimenta tutti i principali strumenti di misurazione per il tessile, inclusi circolarità, carbon footprint, LCA e PEF e avvia un percorso volontario di rendicontazione della sostenibilità.

2022

Yamamay inizia ad utilizzare una piattaforma dedicata al fine di tracciare le caratteristiche qualitative della propria *supply chain*.

2023

Viene introdotta la piattaforma Sustainable Brand Platform per effettuare LCA (Life Cycle Assessment) di componenti e prodotti, creando le prime *product ID card*.

2024

Yamamay implementa un avanzato strumento dotato di intelligenza artificiale all'interno del PLM; il sistema già dal 2020 traccia i prodotti sostenibili suddividendoli in regular, sostenibili e innovativi. Avvalendosi della stessa piattaforma implementata nel 2022, l'Azienda inizia a tracciare le caratteristiche quantitative della propria *supply chain*.

Yamamay decide di potenziare la qualità dei suoi prodotti fin dal 2008, anticipando il suo impegno per lo sviluppo di prodotti realizzati con fibre organiche e provenienti dal riciclo. Questo impegno si è poi evoluto nel corso degli anni, culminando con l'introduzione di filati riciclati ed organici nel 2019. Tale iniziativa mirava anche a sensibilizzare le clienti sull'importanza della salvaguardia dell'ambiente durante l'atto dell'acquisto.

Questo impegno pratico dimostra che l'eco-design è al centro della visione di Yamamay per un futuro migliore. Mentre il mondo abbracciava la moda veloce, Yamamay intraprendeva strade diverse per alcune delle sue linee, e sperimentava nuovi tessuti, facendo della qualità e del riutilizzo valori fondanti del proprio brand. Un esempio di questo impegno è dimostrato nelle linee Basic per l'intimo, capi dal prezzo più accessibile e sempre disponibili, che venivano prodotti in materiale resistente, confortevoli per ogni taglia e durevoli nel tempo.

Nel 2022, ha fuso l'impegno per la sostenibilità con quello per la redditività, riconoscendo la loro interdipendenza. Inoltre, ha affidato alla funzione Ricerca e Sviluppo la responsabilità di sviluppare una politica della sostenibilità e di ampliare il campo di azione dell'innovazione, non solo per quanto riguarda i prodotti, ma anche i processi. Questa integrazione ha portato allo sviluppo anche di alcune collezioni speciali la "Silver Edition" del "Principessa Super Bra", progettata per donne che hanno subito interventi al seno o che desiderano un indumento facile da indossare ed ancora la collezione "Sculpt", progettata per celebrare la bellezza di tutte le donne adattandosi alle diverse forme del corpo.

L'Azienda si è distinta per la sua capacità di comunicare attraverso storie di valore, trasmettendo messaggi di sensibilizzazione e responsabilità sia ambientale che sociale, anticipando l'interesse crescente dei clienti su tali tematiche. Questo impegno è stato persino controcorrente rispetto alle logiche di marketing tradizionali, poiché i dati di mercato dimostrano che i clienti sono ancora poco consapevoli delle numerose iniziative concrete messe in atto dall'Azienda.

Oggi, grazie al percorso intrapreso, Yamamay si distingue per la sua leadership nel settore dell'intimo moda, adottando pratiche sostenibili all'avanguardia. L'Azienda si posiziona come un punto di riferimento per la sostenibilità nell'industria del tessile.

NORMATIVA SETTORE TESSILE

 ECONOMIA CIRCOLARE	 CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE	 CHEMICAL POLICY	 CONSUMATORI
- Regolamento "Ecodesign for Sustainable Products" - Responsabilità estesa del produttore (EPR)	- Corporate Sustainability Due Diligence Directive - Corporate Sustainability Reporting Directive - Tassonomia UE	- Provvedimenti su microplastiche, intenzionali e non. - Restrizione all'uso di contaminanti chimici (PFHxA, PFAS, bifenoli)	- Textile Labeling Regulation - Green Claims Directive

In aggiunta ai cambiamenti legislativi con ripercussioni sulle imprese indipendentemente dall'industria in cui queste operano, la Commissione Europea ha varato direttive settoriali specifiche.

IL SETTORE TESSILE IN NUMERI

Quinto posto

in termini di contributo
al riscaldamento globale

Nel 2020 le attività correlate al settore tessile hanno determinato l'emissione di 121 milioni di tonnellate di CO₂eq, di cui il 52% generate principalmente nei paesi asiatici¹

Terzo posto

per consumo di acqua
e suolo²

La produzione tessile consuma 4 miliardi di m³ di acque superficiali e sotterranee, 2 miliardi di m³ di acqua piovana e ha occupato 180 000 km² di suolo nel 2020³.

¹The European House – Ambrosetti (2023), Just Fashion Transition 2023, In: Venice Sustainable Fashion Forum

²EEA, European Environmental Agency (2022), Textiles and the environment: the role of design in Europe's circular economy, www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment-the

³The European House – Ambrosetti (2023), Elaboration on European Commission, Circular Economy for textiles: taking responsibility to reduce, reuse and recycle textile waste and boosting markets for used textiles.

Pertanto, considerando il grande impatto del settore tessile sull'ambiente, a marzo 2022 la Commissione Europea ha pubblicato la "Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari", la quale permetterà di ridurre gli impatti socio-ambientali dell'industria della moda nel corso dell'intero ciclo di vita del prodotto (dalla produzione al fine vita). Se perseguita correttamente, questa strategia permetterà di immettere nel mercato prodotti duraturi, riciclabili, realizzati per la gran parte da fibre riciclate, privi di sostanze pericolose e prodotti rispettando i diritti dei lavoratori e limitando i danni all'ambiente.

La strategia mira a trasformare il modo in cui i prodotti tessili, inclusi gli abiti, vengono progettati, passando da un modello lineare insostenibile a uno circolare e sostenibile che considera l'impatto ambientale e sociale. La "Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari" pone le basi per un sistema di produzione e consumo che ottimizza le risorse e gestisce meglio i prodotti a fine vita attraverso il recupero, il riciclo e il riutilizzo.



La “Strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari” pone le sue basi su sei temi fondamentali:

TEMA	DESCRIZIONE	PROGRESSO YAMAMAY
ECODESIGN 	Le misure di eco-design mirano a migliorare i processi produttivi, ottimizzando e riducendo l'utilizzo di risorse.	50%
LOTTA AGLI INVENTUTI 	Strumento per accelerare la transizione verso un modello di produzione e consumo sostenibile. È stato infatti stimato che in Europa vengono prodotti ogni anno fino a 7.5 milioni di tonnellate di rifiuti tessili ⁴ , rappresentando una media pro capite di 35 indumenti ⁵ . L'elevata produzione, tuttavia, non è bilanciata da un adeguato riciclo: infatti, più del 62% dei prodotti è destinato alla discarica o all'incenerimento.	In attesa di recepimento normativo
MICROPLASTICHE 	La dispersione di microplastiche e microfibre da prodotti tessili rappresenta un problema significativo. Secondo l'Agenzia Europea dell'Ambiente (<i>European Environment Agency</i>), il suolo dei nostri oceani è attualmente ricoperto da oltre 14 milioni di tonnellate di microplastica, con una media di circa 450 000 tonnellate rilasciate ogni anno ⁶ .	50%
PASSAPORTO DIGITALE DEL PRODOTTO 	Un'importante spinta nella transizione, verrà data dall'introduzione del passaporto digitale del prodotto, ossia una serie di informazioni riguardanti il prodotto stesso e la sua circolarità, al quale il consumatore potrà avere accesso diretto per una scelta consapevole e informata	30%
GREEN CLAIM 	In modo analogo funzionerà la direttiva sul Green Claim, la quale prevede la revisione delle etichette ambientali in modo tale da evitare pratiche di comunicazioni sleali e di <i>green-washing</i> .	50%
RESPONSABILITÀ ESTESA DEL PRODUTTORE 	Infine, la responsabilità estesa del produttore permetterà di responsabilizzare i produttori nella gestione della fase post-consumo, con l'obiettivo finale di raggiungere gli standard prefissati a livello europeo in tema di riciclaggio ⁷ .	

⁴ The European House – Ambrosetti (2023), Elaboration on European Commission, Circular Economy for textiles: taking responsibility to reduce, reuse and recycle textile waste and boosting markets for used textiles.

⁵ The European House – Ambrosetti, Elaboration on various sources.

⁶ EEA, European Environmental Agency (2022), Microplastics from textiles: towards a circular economy for textiles in Europe, www.eea.europa.eu/publications/microplastics-from-textiles-towards-a

⁷ European, Shaping a Sustainable Future for Packaging (2015), Extended Producer Responsibility (EPR) for used packaging, www.european-packaging.eu/policy-area/extended-producer-responsibility/



In conclusione, lo scenario legislativo e le azioni descritte finora hanno l'opportunità e la potenzialità di avviare la tanto attesa transizione del settore tessile. Tuttavia, nel corso del *"Just Fashion Transition 2023"* – tenutosi a Venezia a ottobre 2023 – sono stati presentati i risultati dello studio condotto da TEHA (The European House – Ambrosetti), secondo cui la riuscita della transizione dipende anche dal superamento di alcuni ostacoli:

- ✂ **Disallineamento tra consapevolezza, atteggiamento e comportamento dei consumatori:** nonostante il 60% degli acquirenti si dica interessato alla sostenibilità, un terzo dei capi acquistati online viene restituito, spesso con destinazione discarica.
- ✂ **I costi di produzione maggiori** rispetto agli indumenti convenzionali fanno sì che la sostenibilità sia anche, e forse soprattutto, una questione economica.
- ✂ **Difficoltà nell'identificazione dei materiali più sostenibili** dal momento che l'impatto ambientale e sociale delle fibre naturali, sintetiche e artificiali può variare molto tanto che risulta particolarmente difficile definire quale sia la migliore.
- ✂ **Scarsa tendenza al riciclo:** dalle analisi è emerso che annualmente ogni persona scarta 35 indumenti ma che di questi solamente tre vengano riciclati, mentre uno solo sia destinato al mercato della seconda mano.

Al fine di fronteggiare le sfide individuate, le Aziende del settore tessile e fashion sono chiamate a impegnarsi nelle seguenti azioni⁸:

- ✂ **Anticipare la transizione sostenibile** attraverso il coinvolgimento di attori chiave del settore tessile, associazioni, NGOs e finanza con lo scopo di raggiungere i target posti dagli obiettivi internazionali.
- ✂ Creare task-force multi-Stakeholder guidate dai governi nazionali: i governi si devono far carico di approvare **leggi e direttive che permetteranno alle aziende l'applicazione di pratiche sostenibili**.
- ✂ **Catalizzare il cambiamento** attraverso alleanze, che grazie al coinvolgimento di diversi attori, permettano la diffusione e adozione di best practice.
- ✂ Adottare un **numero ridotto di KPI strategici** per monitorare l'efficienza delle politiche adottate.
- ✂ Promuovere, attraverso esperienze, eventi e comunicazioni multicanale, un **cambiamento culturale** nei consumatori e nelle loro abitudini.
- ✂ Creare un **sistema all'avanguardia guidato dai settori tessili francese e italiano** come leader per il cambiamento nel mondo tessile
- ✂ **Rendere i modelli sostenibili profittevoli e accessibili** a tutti tramite incentivi e finanziamenti
- ✂ Ridurre la sovrapproduzione tramite l'implementazione di **modelli di riciclo e riuso**

⁸ The European House – Ambrosetti, Elaboration on various sources.

LA STRATEGIA TESSILE DI YAMAMAY

Nel 2023, Yamamay ha consolidato il proprio impegno nel rispondere proattivamente alle sfide globali imposte dalla duplice transizione ecologica e digitale con una visione chiara e l'orientamento verso il *purpose* come bussola guida.

L'Azienda ha intrapreso il proprio percorso per affrontare i cambiamenti climatici, gestire in modo sostenibile le risorse, promuovere la giustizia sociale e tutelare i diritti umani.

La centralità del *purpose* aziendale è diventata il principale strumento di comunicazione con gli *Stakeholder*, riflettendo un forte impegno verso pratiche che salvaguardino il pianeta per le generazioni future. La visione a lungo termine di Yamamay si focalizza su crescita e miglioramento continuo, mirando alla realizzazione di prodotti che non solo siano esteticamente piacevoli e di alta qualità, ma anche innovativi, circolari e con impatti misurabili. Questo obiettivo viene perseguito attraverso l'adozione di processi innovativi che integrano digitalizzazione e analisi dei dati, perfezionando così le strategie di sviluppo prodotto e le operazioni aziendali.

L'anno 2023 ha visto un'evoluzione significativa del quadro legislativo europeo, in linea con la "*EU Strategy for Sustainable and Circular Textile*". Questo cambiamento, guidato da 16 misure legislative europee, volte ad armonizzare e dettagliare ulteriormente le normative per il settore tessile in 4 ambiti principali (*Product design-Marketing-Waste management-Reporting*), promuovendo la competitività attraverso l'innovazione, la creatività e il design, è pienamente condiviso da Yamamay. Tuttavia, il contesto economico e geopolitico ha rappresentato una sfida nel potenziamento dei progetti e nell'analisi degli scenari futuri, elementi cruciali per indirizzare le nuove progettazioni e le strategie di mercato restando competitivi ed avendo cura di incrementare le quote di mercato.

La trasformazione digitale ha rappresentato un aspetto fondamentale nel 2023 in diversi settori aziendali. In particolare, per l'innovazione di prodotto e processo, con investimenti significativi in piattaforme e strumenti per la misurazione della qualità dei prodotti e dei loro impatti. Il piano industriale 2020-2024 ha delineato le linee guida operative per questa trasformazione, ma l'adozione tecnologica nel 2023 ha superato le aspettative iniziali.

La roadmap tecnologica ha incluso: l'integrazione di strumenti di sostenibilità nel sistema PLM, lo sviluppo di una piattaforma dedicata per la raccolta dati qualitativi della *supply chain* (dati ambientali, sociali e sui diritti umani), l'inserimento di *Sustainable Brand Platform* per la creazione di *PRODUCT ID CARD* e l'introduzione del sistema di progettazione *STYLE3D*. L'approccio innovativo e sostenibile adottato da Yamamay rappresenta un pilastro fondamentale per il consolidamento della fiducia con la propria clientela e per l'affermazione del brand nel mercato. La proattività dell'Azienda nel comunicare le proprie iniziative di sostenibilità attraverso dati chiari e verificabili, ancor prima dell'entrata in vigore di regolamentazioni come la Direttiva sul *Green Claim*, il Regolamento di Ecodesign e di Tassonomia, evidenzia un impegno antecedente a normative obbligatorie e un allineamento con le aspettative di consumatori sempre più orientati verso scelte sostenibili.

Negli ultimi anni, il panorama normativo riguardante i "*green claims*" ha registrato un'evoluzione significativa, specialmente nel Regno Unito, negli Stati Uniti e nell'UE, con un'attenzione crescente alla lotta al *greenwashing*. La diffusione di etichette e certificazioni *green* ha causato confusione tra i consumatori e ha richiesto l'intervento normativo per promuovere la trasparenza e la responsabilità delle imprese. Questo impegno si è riflesso nell'introduzione di nuove leggi in più di 40 paesi in tutto il mondo, mirate a regolamentare le affermazioni verdi e promuovere la sostenibilità. Nel frattempo, le controversie legali legate alla moda hanno avuto un aumento rilevante nell'ultimo triennio, con una tendenza che si prevede continuerà nel tempo⁹, soprattutto nei paesi con normative specifiche sulle affermazioni verdi, dove le dispute ESG hanno coinvolto aziende del settore tessile, della pelletteria e della moda in almeno 10 delle principali economie¹⁰.

Per le progettazioni Yamamay possiamo considerare fattori trainanti due aspetti emozionali che vanno ad aggiungersi a quelli meramente tecnici, essi sono: la *Body Positivity* e l'*Emotional Wellness*. Tra i principi di progettazione un pilastro fondamentale è il concetto di *Every Body* che emerge in ogni campagna prodotto e nelle progettazioni, inclusive in tema di taglie e conformazioni ed indirizzate al benessere dei clienti.

⁹ Global Compact Network Italia, I Dieci Principi, www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/introduzione/2-i-dieci-principi.html

¹⁰ Euroconsult (2023), Il settore tessile in Italia, www.euroconsultitalia.it/informazioni/il-settore-tessile-in-italia/

STRATEGIE E POLITICHE RELATIVE ALLE SCELTE DEI MATERIALI: “PREFERRED MATERIALS”

Nel 2023, seguendo la misurazione delle emissioni GHG di SCOPO 3, Yamamay ha prioritizzato l'innovazione e la pianificazione nella scelta dei materiali, puntando a una riduzione del 45% delle emissioni di GHG entro il 2030. Questa direzione non solo mira alla creazione di prodotti esteticamente avanzati e funzionali, ma si colloca in un contesto di rispetto per le nuove normative ambientali e per gli obiettivi globali fissati dagli Accordi di Parigi. Secondo l'ultima analisi McKinsey il settore tessile è responsabile del 3-8% del totale delle emissioni di gas serra e, considerata la traiettoria di crescita attuale dell'industria tessile, è necessario un impegno forte di tutto il settore per fronteggiare l'emergenza climatica¹¹.

Gli sforzi si sono concentrati su:

✂ **Origine e Tracciabilità:** maggiore enfasi sulla provenienza dei materiali e sull'affidabilità dei dati di tracciabilità.

✂ **Assemblaggio Ottimizzato:** iniziative di formazione interna per ridurre il numero di componenti favorendo future pratiche di disassemblaggio efficiente.

✂ **Selezione dei Fornitori:** preferenza verso partner produttivi capaci di misurare e comunicare l'impatto ambientale dei loro prodotti.

✂ **Trasparenza:** impegno nella comunicazione veritiera delle performance ambientali, anche se limitata a componenti singoli.

✂ **Ricerca di nuovi Materiali Sostenibili:** esplorazione continua di alternative a basso impatto ambientale, inclusi materiali circolari come la serie EDIT e la serie FISH TALE.

Il dipartimento Ricerca e Sviluppo collabora strettamente con aziende nazionali e internazionali nel settore del filato e dei tessuti, con l'obiettivo specifico di anticipare la transizione da processi lineari a processi circolari. Per mantenere un approccio innovativo, è essenziale instaurare partnership creative e innovative lungo l'intera catena di approvvigionamento, sia con grandi aziende leader nella ricerca, sia con piccoli artigiani, fonti di grande creatività. Nei prodotti Yamamay vengono impiegati tessuti tecnici e smart di varia natura, con prestazioni funzionali specifiche per la corsetteria e i costumi da bagno, che soddisfano rigorosi requisiti di conformità e sostenibilità indicati nel *Manufacturing Agreement*. La libreria dei materiali è periodicamente aggiornata da un team dedicato, includendo materiali e accessori standard, innovativi e sostenibili, con tracciabilità delle loro origini. La gestione del progetto prevede sia un ambiente fisico, dove i campioni vengono catalogati per categoria merceologica, sia presentazioni stagionali in cui vengono fornite linee guida di innovazione all'ufficio stile e prodotto, insieme a spiegazioni sui prodotti, sui processi e sulle tendenze emergenti nel settore tessile e dell'abbigliamento.

Per garantire la tracciabilità della filiera, le certificazioni di terze parti riguardanti il filato, il tessuto e il prodotto finito dei prodotti classificati come sostenibili e innovativi sono registrate all'interno del PLM di Yamamay. Questi dati costituiscono un supporto nella successiva elaborazione delle affermazioni green.



¹¹ World Economic Forum (2024), The Global Risks Report 2024

Di seguito le certificazioni che Yamamay richiede alla propria filiera produttiva:



SUPIMA

Le linee Butterfly e Supima portano la certificazione del cotone Supima®. Il Supima® Cotton è un'eccezionale varietà di cotone caratterizzata da fibre più lunghe rispetto al cotone convenzionale, noto per le sue qualità distintive di morbidezza, resistenza e stabilità del colore. Proveniente dagli Stati Uniti, il Supima® Cotton rappresenta meno dell'1% della produzione mondiale di cotone ed è rinomato per la sua pregiata qualità.

Un tratto distintivo del Supima è la sua capacità di autenticare il cotone lungo l'intera filiera, dal campo e la filatura fino al tessuto e al prodotto finito in vendita al dettaglio. Questa completa trasparenza permette di tracciare ogni fase del processo produttivo, garantendo anche standard elevati di responsabilità sociale ed economica.



GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD (GOTS):

Il *Global Organic Textile Standard* (GOTS) è stato ideato con l'obiettivo di armonizzare gli standard esistenti nel settore della lavorazione tessile, al fine di definire requisiti globalmente riconosciuti per garantire che i tessuti siano veramente biologici. Questi requisiti riguardano l'intera catena di produzione, dalla raccolta delle materie prime fino alla produzione responsabile dal punto di vista ambientale e sociale, compresa l'etichettatura, al fine di offrire una credibile garanzia al consumatore finale.

Questo standard consente ai trasformatori e ai produttori di fornire tessuti e indumenti biologici con una certificazione unica, riconosciuta in tutti i principali mercati di vendita. Utilizzato nelle linee Basic Serie Cristiana e Cotton Flower, il cotone organico certificato GOTS è prodotto da agricoltura biologica, garantendo un controllo sull'utilizzo di prodotti chimici e acqua nei processi di produzione successivi alla coltivazione, l'assenza di residui chimici nocivi nel processo produttivo e il rispetto di specifici criteri di equità sociale verso i lavoratori lungo tutta la catena produttiva.



GLOBAL RECYCLED STANDARD:

Il *Global Recycled Standard*, sponsorizzato da Textile Exchange, promuove l'importanza del riciclo nell'ambito di un modello di produzione e consumo sostenibile, con l'obiettivo di ridurre il consumo di risorse come materie prime vergini, acqua ed energia, e migliorare la qualità dei prodotti riciclati.

Questo standard prevede la verifica di una dichiarazione ambientale da parte di terze parti, che attesti il contenuto di materiali riciclati nei prodotti, sia intermedi che finiti, garantendo la tracciabilità lungo l'intero processo produttivo. Inoltre, stabilisce restrizioni sull'uso di prodotti chimici e promuove il rispetto di criteri ambientali e sociali lungo tutta la filiera produttiva, dal riciclo dei materiali fino all'etichettatura del prodotto finito.

Il *Global Recycled Standard* assicura che i prodotti contengano almeno il 20% di materiale riciclato pre-consumo e post-consumo, e stabilisce criteri per le attività e i processi manifatturieri che impiegano materiali riciclati per la produzione di prodotti intermedi o finiti destinati al consumatore. Ad esempio, la poliammide è utilizzata per la produzione di tessuti nelle linee Essential Rec ed Eco-Justin, e successivamente introdotta anche nelle linee di moda come Faith, Faith II, Hope, Eco-Flora ed Eco-Blooming. Inoltre, il poliestere è utilizzato nelle nostre collezioni, poiché consente un minore impatto ambientale in termini di consumo di acqua, energia e risorse naturali. È presente nelle linee Eco Daily, Eco-Faith, Eco Tropical Garden e nella linea mare da uomo Positano, Eco-Passepartout.



OEKO-TEX STANDARD:

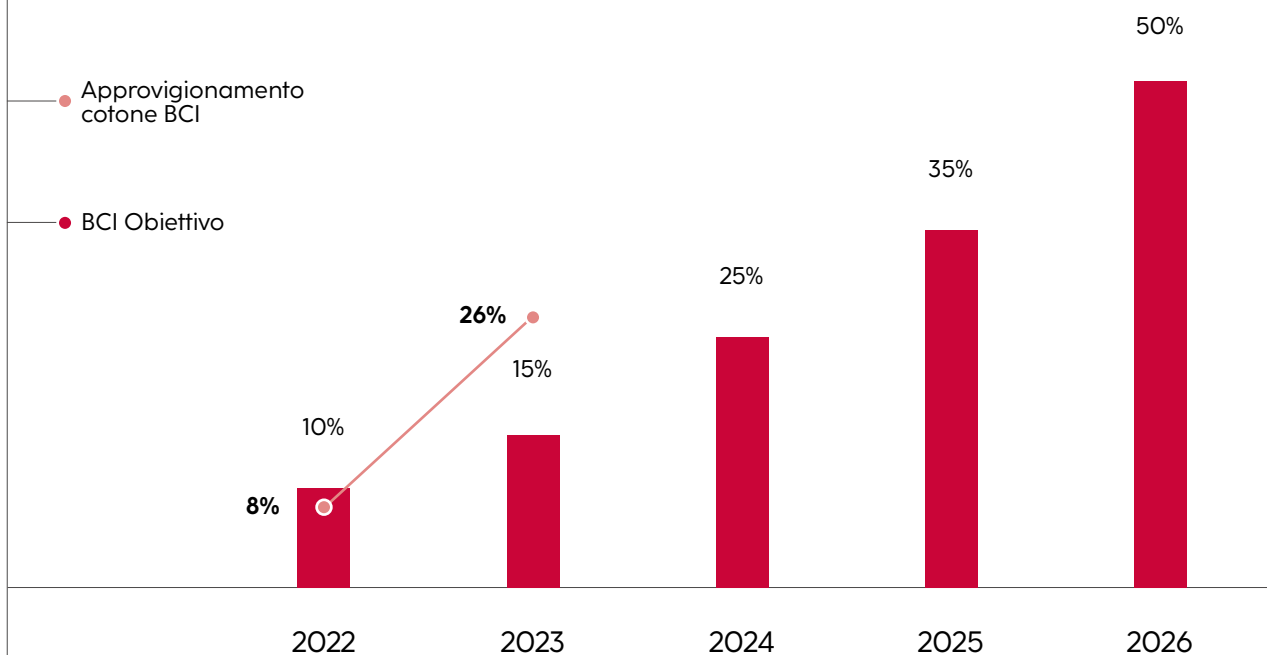
Lo standard Oeko-Tex è un sistema uniforme di test e certificazione a livello globale per tutte le fasi della produzione tessile, dalle materie prime ai prodotti finali. Questa certificazione copre una vasta gamma di aspetti ambientali e sociali, inclusi i limiti sulle sostanze nocive regolamentate o vietate per legge, le sostanze chimiche considerate dannose per la salute anche se non ufficialmente vietate, e parametri precauzionali per proteggere la salute dei consumatori. Affinché un prodotto tessile possa ottenere la certificazione Oeko-Tex Standard 100, tutti i componenti devono soddisfare rigorosamente i requisiti richiesti senza eccezioni. In base all'uso previsto, un prodotto tessile certificato viene classificato in una delle quattro classi di prodotto Oeko-Tex, e i requisiti ecologici diventano più severi quanto maggiore è il contatto del prodotto con la pelle umana.



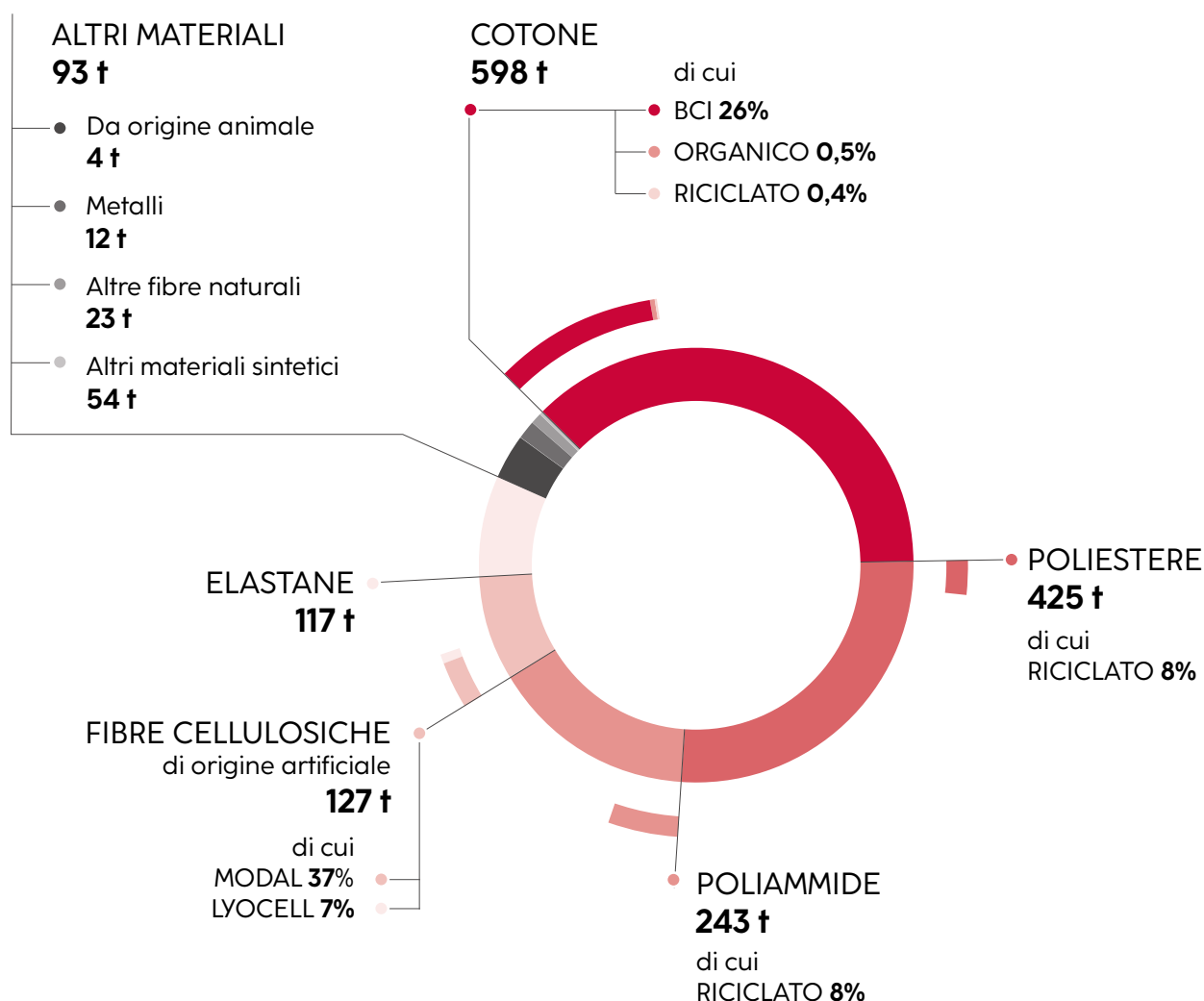
BETTER COTTON INITIATIVE (BCI):

Yamamay si impegna nell'iniziativa *BETTER COTTON*, con un accordo pluriennale che prevede obiettivi annuali per i prossimi 5 anni. Tale iniziativa rappresenta il più vasto programma di sostenibilità del cotone al mondo, mirando a supportare gli agricoltori fornendo loro una formazione adeguata per una gestione ecocompatibile dell'ambiente. Ciò comporta l'evitare l'uso di pesticidi e fertilizzanti, oltre a preservare l'acqua, la salute del suolo e gli habitat naturali. I benefici della sostenibilità non si limitano all'ambito ambientale ma si estendono anche a quello sociale ed economico, poiché gli agricoltori BCI devono garantire condizioni di lavoro dignitose, sicurezza e benessere dei lavoratori.

PIANO DI APPROVVIGIONAMENTO COTONE BCI



BREAKDOWN DEI MATERIALI DEI CAPI YAMAMAY



Il materiale più utilizzato nei prodotti Yamamay è il cotone, in coerenza con una politica di approvvigionamento che favorisce le coltivazioni certificate *Better Cotton Initiative* (BCI).

Una considerevole parte dei materiali impiegati da Yamamay è di origine sintetica, una scelta determinata dalle performance fisiche di tali fibre, particolarmente funzionali ai capi di intimo in quanto si adattano alle forme del corpo garantendo un maggior comfort ed una manutenzione più agevole dei prodotti.

L'Azienda, consapevole della loro provenienza da fonti fossili, per migliorare le prestazioni ambientali dei prodotti realizzati con materiali sintetici, utilizza fibre sintetiche in parte riciclate, in particolare l'8% di poliestere e il 27% di poliammide.

Attualmente non sono ancora state implementate soluzioni di riciclo per l'elastane e purtroppo questo costituisce un limite al potenziale di circolarità. Le fibre cellulosiche di origine artificiale rappresentano circa l'8% dei materiali utilizzati da Yamamay, con la maggior parte costituita da Lenzing™ Modal.

Per gli accessori dei capi, infine, vengono utilizzati principalmente materiali metallici, in particolare acciaio. La quantità di fibre di origine animale risulta poco rilevante per Yamamay.

ANDAMENTO DELL'INCIDENZA DI LINEE SOSTENIBILI SUL TOTALE DELLE COLLEZIONI DI YAMAMAY

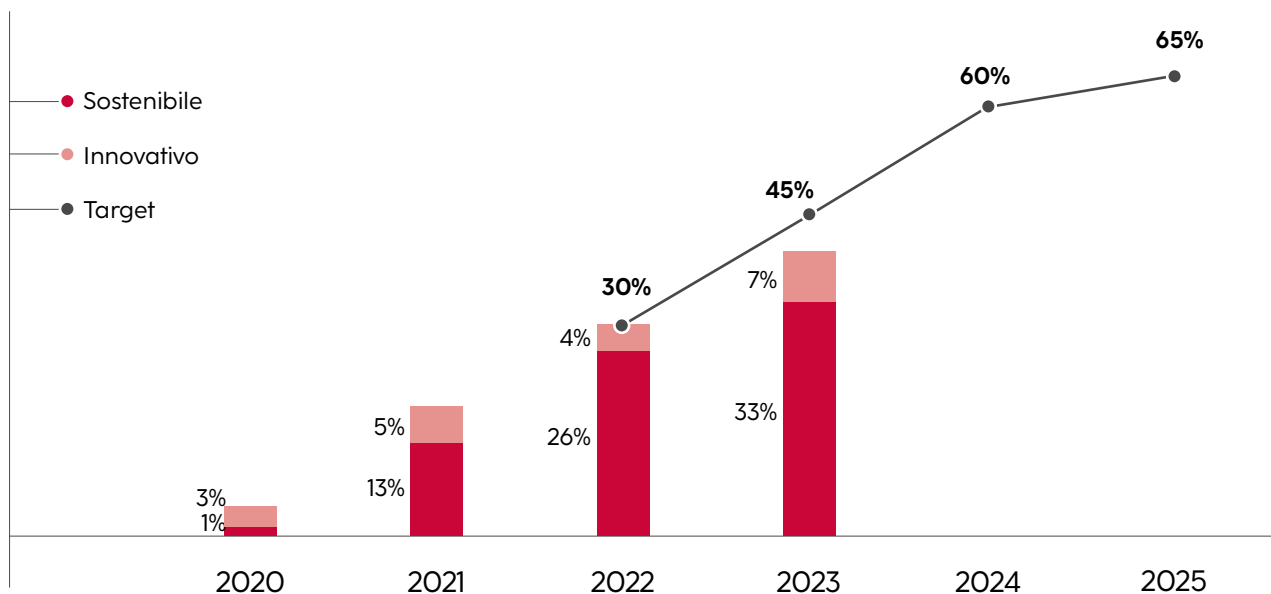
Attraverso un impegno costante verso la ricerca e lo sviluppo, Yamamay si propone infatti di raggiungere entro il 2025 una percentuale significativa di prodotti innovativi e sostenibili: il 65% del volume acquistato di prodotti sarà caratterizzato da un design innovativo e sostenibile.

Le linee sostenibili includono prodotti realizzati interamente o in parte con materiali e/o processi sostenibili e certificati, come ad esempio tessuti riciclati o a basso impatto ambientale. **Le linee innovative** di Yamamay, invece, sono caratterizzate dall'introduzione di prodotti con prestazioni e funzionalità superiori rispetto a quelli già presenti sul mercato. Questa innovazione è resa possibile grazie all'utilizzo di nuovi materiali all'avanguardia e all'adozione di tecnologie

di confezione innovative, che consentono di migliorare comfort, resistenza e funzionalità dei capi, offrendo così ai clienti un'esperienza di acquisto sempre più soddisfacente e all'avanguardia.

Gli obiettivi delineati, sia a livello di proposte sia di volume acquistato, sono soggetti a un costante monitoraggio al fine di valutare l'andamento della performance rispetto ai benchmark del 2019, anno in cui sono stati definiti gli obiettivi sino al 2025. Relativamente al volume acquistato, nel corso del 2023, Yamamay pur compiendo significativi passi avanti nell'avvicinarsi al target, non è riuscita a raggiungere pienamente l'obiettivo prefissato come emerge dal grafico sottostante. Tuttavia, si mantiene on track per raggiungere l'obiettivo del 2024.

PIANO DI APPROVIGIONAMENTO PRODOTTI SOSTENIBILI E INNOVATIVI (% DI VOLUME)



INNOVAZIONE DI PRODOTTO

La strategia di innovazione produttiva di Yamamay si articola, oltre che su di un'accurata scelta delle componenti produttive, anche attorno a un pilastro fondamentale che concerne l'ottimizzazione dell'assortimento dimensionale offerto, con l'obiettivo di minimizzare la varietà di taglie prodotte mantenendo, al contempo, un elevato grado di inclusività e adattabilità alle diverse morfologie corporee.

Questo approccio, portato avanti attraverso nuove modalità di confezionamento dei prodotti, mira a perfezionare l'efficienza produttiva e logistica, riducendo significativamente gli stock invenduti e potenziando il tasso di conversione delle vendite, anche per articoli caratterizzati da una complessità intrinseca elevata, quali i reggiseni. Per navigare con successo questa dimensione altamente sofisticata, che richiede un'intima comprensione delle variazioni antropometriche del target di riferimento, Yamamay si avvale di metodologie all'avanguardia nel campo dell'analisi dei dati. In particolare, si sottolinea l'impiego di algoritmi genetici, frutto di collaborazioni con team esterni di alto profilo, specializzati in tale ambito. Questi strumenti avanzati consentono di affinare la progettazione dei prodotti in modo che rispondano con precisione alle necessità di un ampio spettro di utenti, promuovendo un concetto di moda inclusiva che non trascura l'importanza della sostenibilità operativa.

Il 2023 ha segnato l'avvio di una fase cruciale di questo percorso di ottimizzazione, con l'estensione delle ricerche alla collezione maschile ed alle collezioni dedicate allo SPORT, a seguito del successo riscontrato nell'ambito femminile. Questi passi rappresentano un ulteriore avanzamento verso l'obiettivo di Yamamay di rafforzare il proprio impegno nella produzione responsabile e allo stesso tempo di soddisfare con precisione e sensibilità le esigenze di un mercato sempre più consapevole e diversificato.

In armonia con gli attuali dettami del Regolamento di Ecodesign, il quale sollecita l'adozione di pratiche produttive volte alla creazione di articoli con ridotti impatti sull'ambiente, maggiormente durevoli, riutilizzabili e riciclabili, e prevede l'incorporazione di fibre riciclate, in percentuali ancora da precisare, Yamamay ha sapientemente integrato questi principi etico-ambientali nel cuore del suo processo creativo. Questo approccio è stato applicato con particolare attenzione alle collezioni di spicco dell'Azienda, quelle che hanno riscosso un significativo plauso da parte della clientela.

Attraverso un'attenta rielaborazione strategica, Yamamay si impegna a ridisegnare le fondamenta stesse del suo modus operandi nel design di prodotto, riflettendo un profondo rispetto per le esigenze ambientali senza trascurare l'aspetto dell'innovazione e della qualità che contraddistingue le sue collezioni. Questo impegno si manifesta nella selezione rigorosa di materiali, nell'ottimizzazione dei processi produttivi e nella progettazione di articoli che non solo rispondono alle esigenze estetiche e funzionali dei consumatori, ma promuovono anche un consumo consapevole e responsabile. In questo senso, la collaborazione con il fornitore locale di tessuti, Eurojersey, all'avanguardia nel calcolo della *Product Environmental Footprint* (PEF) dei propri tessuti, consente di selezionare i materiali conoscendone preventivamente l'impatto ambientale. Nel 2023, in particolare, circa 12 tonnellate di tessuto erano provviste di studio PEF.

La visione di Yamamay, dunque, si traduce in un'esplorazione continua verso soluzioni sostenibili che possano armonizzare le esigenze di mercato con quelle ambientali e sociali, ponendo l'Azienda all'avanguardia nel settore della moda intima e del *beachwear* per il suo approccio innovativo e rispettoso. In particolare, il trend che vede una maggiore contaminazione tra intimo, sport e lifestyle che Yamamay aveva anticipato attraverso la creazione della serie RS21, si consolida diventando una delle leve strategiche di progettazione più forti grazie all'incorporazione di elementi tecnici in indumenti tradizionale. Infatti, in accordo con quanto pubblicato nel report *"State of Fashion 2024"*, l'interesse crescente dei consumatori per uno stile di vita più attivo e sano dopo la pandemia, insieme al fenomeno del *"gorpcore"*, ossia un'attitudine alla moda ispirata all'abbigliamento tecnico per attività all'aperto, stanno influenzando positivamente il settore dell'abbigliamento tecnico per attività outdoor. Si prevede che questo trend continuerà a guadagnare slancio nel 2024: sempre più marchi outdoor introdurranno collezioni lifestyle per soddisfare questa domanda crescente, mentre i brand di lifestyle integreranno sempre più elementi tecnici nelle loro linee di prodotti, creando una fusione tra funzionalità e stile e rendendo sempre più labile il confine tra abbigliamento tecnico per attività all'aperto e abbigliamento lifestyle.

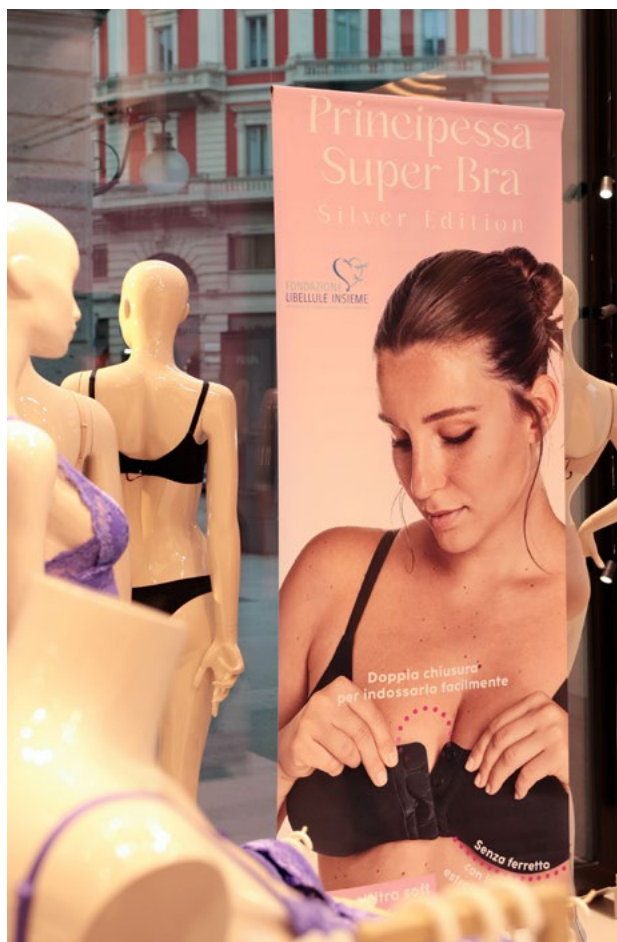
Tra le serie innovative di Yamamay è possibile citare:

PRINCIPESSA SUPER BRA

Nel 2023 il reggiseno Principessa Super Bra, nelle sue estensioni di gamma, si conferma BEST SELLER ASSOLUTO di tutte le collezioni. Grazie a un processo di ottimizzazione delle taglie permette di ridurre sprechi e invenduti. Grazie all'attento lavoro del team di Ricerca e Sviluppo, la linea offre 35 combinazioni taglia-coppa con solo 5 taglie (XS – S – M – L – XL) e diventa così emblema di inclusività di diverse conformazioni fisiche. Nel corso degli anni rimangono invariate le caratteristiche fondamentali di comfort, sostegno, leggerezza e versatilità. Il successo del Principessa Super Bra ha portato all'avvio di nuove differenziazioni di prodotto volte a garantire prestazioni superiori rispetto ai prodotti tradizionali, nonché all'espansione del target di riferimento. È stata completata, infatti, la progettazione del Principessa Silver Bra (destinato alle donne operate al seno e alla Silver generation) e del Principessa Lace Bra. L'edizione Principessa Silver Bra è stata progettata pensando alle donne che hanno subito interventi al seno, alle future mamme e a tutte quelle che desiderano un indumento dal facile utilizzo vista la doppia apertura.



SCOPRI DI PIÙ



SCULPT, SCULPT LIGHT E SCULPT BOLD

Nel 2023 si è festeggiato il decimo anniversario della linea Sculpt con un evento al quale ha partecipato tutta la stampa nazionale di moda. Il leggings Sculpt è stato il primo articolo Yamamay di ecodesign. Inoltre, è stata messa in commercio una nuova versione del leggings prodotta utilizzando il tessuto SCULPT BOLD, sviluppato da Eurojersey.

La linea è stata oggetto di analisi PEF, con lo scopo di misurare l'impronta di carbonio del prodotto e le relative emissioni, le quali sono state compensate tramite l'acquisto di crediti internazionali. Inoltre, in conformità anticipata alla normativa europea, si è implementato un esempio pionieristico di *Digital Product Passport*, che include tutte le informazioni sul prodotto, compresi i suoi impatti ambientali e la filiera di produzione.

Le misurazioni degli impatti hanno permesso ai team tecnici di apportare ulteriori miglioramenti alla costruzione di tutti gli articoli della serie Sculpt, che si distinguono in Europa come esempi di ecodesign e durabilità.



SCOPRI DI PIÙ

SEMPRE PERFETTA

A seguito delle numerose richieste da parte delle nostre clienti fedeli alla linea di prodotti, è stato deciso di reintrodurre alcuni articoli che saranno disponibili nei negozi nel corso del 2023. Le eccezionali prestazioni del tessuto Sensitive hanno consentito ai nostri designer di Yamamay di creare un mini-guardaroba versatile adatto a essere indossato in ogni momento della giornata, perfetto anche per i viaggi, poiché i capi non si sgualciscono, possono essere lavati a basse temperature, non necessitano di essere stirati e offrono un comfort eccezionale, oltre a essere dotati di proprietà antibatteriche e di protezione dai raggi UV. È importante sottolineare che il tessuto Sensitive è certificato PEF (*Product Environmental Footprint*).



SCOPRI DI PIÙ

ADAPTIVE

La linea Adaptive, sviluppata con filato Lycra Adaptiv®, è concepita per garantire, con un numero ridotto di taglie, una copertura estremamente ampia. La scelta è strategica non solo in termini di inclusività, ma anche ai fini della riduzione del numero di SKU nell'ottica di incrementare i sell-through di fine stagione. Il successo di questo progetto è stato reso possibile grazie alla stretta collaborazione tra il team di Ricerca e Sviluppo di Yamamay e di Invista, la divisione di Lycra®.



SCOPRI DI PIÙ

INNERGY

Innergy è un pantaloncino adatto a ridurre lo sfregamento dell'interno coscia ed è realizzato con un tessuto tecnico dalle caratteristiche altamente performanti sviluppato da Maglificio Ripa S.p.A. Questo tessuto di poliammide funzionalizzato con biominerali contenuti nella fibra Nilit Innergy converte l'energia termica del corpo umano in FIR (*Far Infrared*) e la riflette sui tessuti cutanei migliorando la microcircolazione. È stata avviata la raccolta di dati per condurre un'analisi del ciclo di vita (LCA), mirando a tracciare l'intera catena di approvvigionamento e calcolare l'impatto ambientale in termini di Carbon Footprint.



SCOPRI DI PIÙ

EDIT

La serie Edit di costumi, sostenibili e circolari, è stata realizzata utilizzando il filato REPETABLE® di RadiciGroup, un innovativo filato di poliestere ottenuto tramite il riciclo post-consumer delle bottiglie di PET. Questo tessuto, prodotto da Tiba Tricot, offre numerose caratteristiche tecniche e prestazionali che conferiscono ai costumi Edit numerosi vantaggi, oltre a essere rispettosi dell'ambiente. I costumi Edit sono progettati seguendo i principi dell'ecodesign: monocomponente, realizzati con filato riciclato, durevoli e facilmente riciclabili al termine del loro ciclo di vita. Inoltre, l'innovazione della linea EDIT si manifesta anche grazie all'utilizzo della tecnica innovativa Windye® per l'applicazione della doppia stampa con tecnica della sublimazione, senza utilizzo di acqua. Per mantenere coerenza con l'innovazione e la sostenibilità di questa linea di prodotti, le fotografie pubblicitarie sono state scattate durante la Missione M.A.R.E. (*Marine Adventure for Research & Education*), al fine di comunicare ai clienti Yamamay quanto siano fondamentali i concetti di bellezza, qualità, sostenibilità e innovazione che caratterizzano questa serie unica.

Il filato REPEATABLE è stato utilizzato anche per realizzare le t-shirt consegnate al team del Catamarano ONE durante il Progetto M.A.R.E. e per il campionato italiano e mondiale di RS21, rappresentando un'importante estensione delle applicazioni di questo materiale innovativo. Il feedback positivo ricevuto dagli atleti sottolinea l'elevato livello di soddisfazione riguardo alle prestazioni funzionali, come il lavaggio a bassa temperatura e la rapida asciugatura all'aria. Inoltre, la combinazione di queste prestazioni con un'estetica gradevole e un comfort superiore ha reso le t-shirt una scelta ideale per gli atleti impegnati in competizioni ad alto livello e avventure marittime.

SERIE RS21

Yamay e il team di RS21, condividendo un forte impegno verso la tutela ambientale, la riduzione degli sprechi, la circolarità e la *Citizens Science*, hanno collaborato per sviluppare una nuova linea di prodotti sportivi per la vela e il mare che include costumi da donna e da uomo, bermuda, polo, t-shirt e felpe. La collezione è stata creata utilizzando tessuti tecnici e sostenibili, realizzati con filati riciclati certificati GRS, progettati per offrire elevate prestazioni e comfort, con particolare attenzione alla protezione dai raggi UV.

Una quota parte delle royalty derivanti dall'uso del marchio RS21 è stata devoluta direttamente da RS21 a Peso Positivo, un'associazione impegnata nella lotta contro i disturbi del comportamento alimentare. Yamamay ritiene che investire nello sport e in indumenti che supportino gli atleti nella loro esperienza sia, non solo vantaggioso per il business, ma anche un'opportunità per promuovere una cultura rispettosa dell'ambiente e delle persone, rafforzando al contempo la propria reputazione del marchio.





SERIE FISHTALE

FishTale, utilizzato per sviluppare le linee Ingrid e Sunrise, rappresenta un'importante novità nel mondo dei tessuti per costumi da bagno, incarnando l'essenza della sostenibilità e dell'innovazione. Realizzato interamente con nylon riciclato post-consumo proveniente da reti da pesca fantasma e spandex riciclato al 100%, questo tessuto rappresenta una scelta che combina l'attenzione all'ambiente con la qualità. La sua elasticità, le prestazioni cromatiche e il livello di comfort morbido e aderente raggiungono standard senza precedenti. Una scelta ambientale consapevole che non compromette la qualità in termini di elasticità, prestazioni e resa cromatica. Il tessuto è stato già dotato di LCA (*Life Cycle Assessment*) e quindi di misurazioni riguardanti la Carbon Footprint ed è stata avviata la raccolta di dati per condurre un'analisi del ciclo di vita (LCA) anche del prodotto finito.



SCOPRI DI PIÙ

BE YOU

Questa linea di intimo è stata realizzata con l'impiego di pannelli seamless ingegnerizzati con filato di poliammide riciclata certificata GRS e dotati di diversi gradi di compressione. Questa costruzione particolare garantisce ai capi un sostegno ottimale, con effetto *minimizer* per i seni importanti, si adatta perfettamente al corpo e ne modella le forme. I capi sono costruiti con l'obiettivo di ridurre al minimo le componenti e le lavorazioni e minimizzare lo spreco di materiale, secondo i principi di eco-design. Sono stati raccolti i dati per condurre un'analisi del ciclo di vita (LCA), con lo scopo di mappare la catena di fornitura e misurare la Carbon Footprint generata.



SCOPRI DI PIÙ

SERIE SEAMLESS SPORT

La serie Seamless Sport, sviluppata con Sensil Breeze Premium Nylon, offre un'esperienza di comfort e freschezza ottimali in condizioni di caldo o durante intense attività fisiche. Infatti, il Sensil Breeze permette un rapido trasferimento del calore lontano dal corpo, garantendo così una sensazione rinfrescante anche nelle condizioni più impegnative. Questa capacità di raffreddamento non serve solo durante lo sforzo, ma aiuta anche a mantenere una temperatura corporea confortevole dopo l'attività e in climi caldi. Inoltre, la sua efficiente ventilazione promuove un'ottimale performance fisica. Verificato indipendentemente dal Centexbel Textile Research Center in Belgio, il Sensil Breeze ha consolidato la sua reputazione come una soluzione affidabile per il raffreddamento e il comfort.

SPACE RUBBER

Spacer Rubber è una linea di intimo monomateriale realizzata con tessuto tridimensionale, traspirante, leggero e preformato, denominato Spacer. La preformatura sulle coppe sostiene senza costringere e, grazie all'assenza di ferretto, garantisce una vestibilità perfetta, una sensazione di libertà e flessibilità nei movimenti. Inoltre, la scelta di utilizzare un tessuto composto da poliestere ed elastane, al posto delle tradizionali coppe in poliuretano, permette di ridurre l'impatto ambientale. È in corso la raccolta dati per condurre una valutazione del ciclo di vita (LCA), con l'obiettivo di tracciare la catena di approvvigionamento e quantificare la Carbon Footprint associata.



SCOPRI DI PIÙ

CIRCOLARITÀ

Il dipartimento Ricerca e Sviluppo opera seguendo le seguenti linee guida di circolarità:

- ✂ Effettua ricerca di materiali riciclati/circolari con certificazioni di terze parti e ne verifica la tracciabilità e la misurazione degli impatti.
- ✂ Collabora con aziende del settore per sviluppare nuovi materiali, partendo dalla selezione dei polimeri
- ✂ Cerca accessori sostenibili e compatibili con i tessuti utilizzati, al fine di facilitare i processi di smaltimento e circolarità.

In linea con il progetto dei costumi da bagno circolari EDIT, è stato sviluppato - con il supporto di enti specializzati - un progetto di *take back* per il completamento dei cicli di raccolta dei costumi da bagno delle serie EDIT ed ESSENTIALS.

Questo progetto ha analizzato le modalità operative dell'intero processo attraverso tre aree di studio:

- ✂ Contesto nazionale per la raccolta e il riciclo dei rifiuti tessili
- ✂ Potenzialità di riciclo per poliestere e nylon (barriere e opportunità)
- ✂ Analisi degli attori coinvolti attraverso interviste.

INNOVAZIONE DI PROCESSO

La digitalizzazione dei processi di progettazione porta con sé una serie di vantaggi per Yamamay e i suoi reparti Prodotto ed IT.

Tra gli obiettivi principali vi è la riduzione dei tempi di commercializzazione, l'ottimizzazione delle attività in ciascuna funzione attraverso l'*upskilling* e il *reskilling* del personale, nonché l'apertura del gruppo di lavoro a nuove opportunità. Inoltre, la digitalizzazione mira a rendere i prodotti più sostenibili, integrando pratiche e tecnologie innovative nel processo di progettazione.

PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT (PLM)

Il PLM aiuta le aziende a ottimizzare il processo di sviluppo e gestione dei prodotti, migliorando l'efficienza operativa, riducendo i tempi di commercializzazione e aumentando la qualità complessiva dei prodotti. Da tempo, Yamamay implementa un sistema di *Product Lifecycle Management* per supportare i processi di progettazione e sviluppo dei prodotti, integrandolo con i sistemi gestionali aziendali per garantire un flusso efficiente di informazioni tra tutti gli uffici coinvolti, compresi quelli situati nelle sedi distaccate.

Questi gli elementi competitivi dell'intero processo:

- ✂ **riduzione del time to market** grazie al monitoraggio delle scadenze
- ✂ **analisi dei costi**
- ✂ miglioramento della qualità delle collaborazioni con i **partner industriali**
- ✂ contabilità **collezioni da sviluppare**
- ✂ miglioramento della **qualità finale del prodotto**
- ✂ miglioramento della **pianificazione delle collezioni**
- ✂ **tracciabilità delle informazioni** di sostenibilità e qualità delle componenti

Nonostante l'attuazione del principio di responsabilità estesa del produttore per il prodotto tessile (Decreto Legislativo 26 settembre 2020 n.116, recependo la Direttiva 2018/851/UE) e la creazione di consorzi e hub per la gestione dei rifiuti tessili, come ad esempio Retex.Green di Sistema Moda Italia, ci sono ancora ostacoli pratici e operativi per l'implementazione di questo processo. Per realizzare al meglio questo ambizioso progetto, Inticom S.p.A. è entrata a far parte del consorzio Retex.Green, un consorzio no-profit volontario che gestirà il sistema EPR collettivo per tutti i produttori che aderiranno.

Questo consorzio favorirà anche la formazione e le attività di ricerca legate allo sviluppo di nuove tecnologie per il riciclo dei materiali tessili, attualmente realizzabili solo per l'1% di tutte le produzioni tessili globali. Il sistema EPR, gestito attraverso il consorzio Retex.Green, si occuperà della gestione dei rifiuti post-consumo e dei rapporti con i comuni, che sono obbligati a raccogliere in modo differenziato anche la frazione tessile.

Il dipartimento Ricerca e Sviluppo di Yamamay è responsabile della tracciabilità e dell'inserimento sistematico dei materiali utilizzati nei prodotti, previa verifica della conformità qualitativa e delle prestazioni rispetto al *Manufacturing Agreement* sottoscritto dai fornitori dell'Azienda. Le componenti caricate sul *Product Lifecycle Management* (PLM) alimentano l'intero sistema di progettazione, consentendo una più rapida transizione tra le diverse funzioni coinvolte nel processo e riducendo al minimo le attività di riprogettazione dovute a componenti non conformi o inadeguati.

Il *Product Lifecycle Management* (PLM), oltre a fungere da repository per le componenti, permette di condurre attività collaborative sia interne sia esterne all'Azienda, misurando obiettivi e tempi. Ogni materiale, tessuto o accessorio, viene caricato su una scheda che lo identifica attraverso codici interni correlati alla propria categoria merceologica. Sono specificate sia le caratteristiche primarie obbligatorie -come la composizione - sia quelle fisico-meccaniche, quali aspetto, forma e dimensioni.

Questa definizione di parametri base fornisce dati tecnici in tempo reale sulle performance dei materiali, facilitando la definizione di standard di qualità facilmente riscontrabili nel prodotto finale e consentendo la ricerca di materiali alternativi o sostitutivi per ottimizzare il processo di sourcing.

Oltre ai dati del materiale, vengono registrati i dati del fornitore o del produttore, specificando l'origine e le lavorazioni applicate. Inoltre, è stato necessario migliorare e integrare la tracciabilità di ogni componente, raccogliere in modo più accurato le certificazioni legate non solo al prodotto ma anche agli aspetti specifici di sostenibilità e integrare la possibilità di collaborare direttamente con la *supply chain*, riducendo il numero di e-mail e viaggi necessari.

CAD 3D

Le direttive dell'eco-design spingono verso una revisione del processo di progettazione dei capi, mirando a ridurre non solo i tempi e la logistica dei *fitting*, ma soprattutto l'uso di materie prime per i prototipi. I temi chiave come il futuro della progettazione del capo, il legame sempre più forte con la vendita online e l'evoluzione verso un universo virtuale accessibile al cliente hanno spinto Yamamay ad adottare questi strumenti. Dopo l'installazione del software 3D integrato alla piattaforma CAD 2D e le relative attività di formazione, sono state introdotte soluzioni migliorative e nuove funzionalità per le modelliste e i designer.

Tuttavia, il processo di formazione avviato all'inizio del 2022 ha subito rallentamenti a causa della difficoltà nel trovare figure professionali con le specifiche *new skills* necessarie per il 3D, come specialisti capaci di fungere da ponte tra modellisti, designer e il team Ricerca e Sviluppo. Nonostante ciò, è stato compiuto un notevole progresso nell'*upskilling* delle modelliste e nella formazione dei designer. Il 3D rimane integrato alla piattaforma 2D e il team di modellisti si impegna a sfruttare i vantaggi strutturali nelle fasi iniziali del processo. Nonostante il rallentamento, si nota una forte accelerazione da parte dei fornitori di confezioni, supportata anche dai fornitori di tessuti che stanno creando le librerie necessarie per avviare il processo. In connessione con il 3D, è stato implementato un processo di acquisizione delle immagini fotografiche delle componenti con VIZOO, per il quale sono state formate diverse risorse.

Questa tecnologia di scannerizzazione digitale considera l'aspetto materico su più livelli di visione e materialità. I campioni digitalmente ottenuti servono per creare una libreria modulare 3D utile per molteplici scopi, come la creazione di nuovi tessuti, fantasie, varianti e la simulazione di vestibilità su un avatar 3D. Grazie all'utilizzo del 3D, sono state progettate linee innovative come EDIT e i nuovi best seller della serie PRIMULA.



COLOR PLANNING

Il processo di *Color Planning* è gestito dal *Color Team*, un gruppo di designer interni che si incontrano regolarmente per definire la palette di colori. Il ruolo chiave del *Color Team* è cruciale, poiché monitorare e analizzare i trend cromatici è diventato sempre più importante per anticipare le preferenze dei consumatori. Il Color Team partecipa attivamente a tavoli di lavoro con associazioni internazionali, come l'*International Association of Color Consultant and Designer* (IACC).

LAB DIP: COLOR MATCHING

Il dipartimento Ricerca e Sviluppo di Yamamay gestisce un laboratorio interno dedicato all'analisi del colore, dotato di personale altamente qualificato e specializzato che verifica il colore utilizzando luci normalizzate e strumentazione digitale. Nel settore della corsetteria, caratterizzato dalla complessità di utilizzare fino a 20 componenti diverse per un unico capo, è essenziale garantire una qualità estetica impeccabile. Yamamay considera fondamentale evitare qualsiasi disomogeneità cromatica tra le componenti dello stesso capo e anche tra prodotti di serie differenti che condividono gli stessi colori.

Utilizzando strumenti come lo spettrofotometro e le lampade del colore, si definiscono specifici range di tolleranza per le disuniformità dei bagni di tintura. Inoltre, grazie a chiare letture strumentali, si collabora con i tecnici di produzione che, utilizzando le stesse tecnologie, possono apportare eventuali correzioni necessarie o definire standard colore specifici. Questo approccio garantisce un controllo preciso e rigoroso del colore durante tutto il processo di produzione, assicurando la coerenza e la qualità estetica dei prodotti Yamamay.



COLLABORAZIONE CON INDUSTRIE, ENTI DI RICERCA ED UNIVERSITÀ

Per promuovere l'innovazione, è fondamentale adottare la metodologia dell'Open Innovation e aprirsi a collaborazioni con enti universitari e di ricerca.

Nel corso del 2023, Yamamay ha instaurato partnership con:

- ✂ **LIUC Università Cattaneo** per sviluppare la *Sustainability Balanced Scorecard* di Yamamay
- ✂ **Università Bocconi e One Ocean Foundation** per il progetto *Ocean Disclosure Initiative*
- ✂ **IED Accademia Aldo Galli** per la formazione degli studenti del corso di Arti Grafiche
- ✂ **UNICAL** per il progetto di ottimizzazione delle tabelle misure da uomo;
- ✂ **CentroCot** per sperimentazioni relative alla circolarità dei costumi da bagno.

Per quanto riguarda le start-up Yamamay ha instaurato partnership con:

- ✂ **CARACOL** per il progetto d'arredo del negozio sostenibile
- ✂ **MOVOPACK** per la costruzione di un packaging riciclabile per l'e-commerce
- ✂ **SUSTAINABLE BRAND PLATFORM** per la sperimentazione in ambito misurazione di impatti prodotto (LCA).

Tra i fornitori maggiormente attivi e disponibili a sperimentazioni e confronti per sostenere la transizione ambientale e digitale, ricordiamo Radici Group, Eurojersey e Tiba Tricot.



CARACOL

MOVOPACK

sustainable
brandplatform®



2.2 Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura

LOCALIZZAZIONE DELLE FABBRICHE E GESTIONE DELLA CATENA DI FORNITURA

Professionalità e piena condivisione dei principi e dei valori di Yamamay sono elementi imprescindibili che l'Azienda cerca nei fornitori. Sin dalla sua nascita nel 2001 Yamamay ha stretto rapporti prevalentemente con fornitori localizzati in Asia, sviluppando un *expertise* e un vantaggio competitivo nelle modalità di lavoro e trasmissione delle informazioni.

L'Azienda si impegna a costruire rapporti duraturi e trasparenti in grado di favorire la collaborazione e il miglioramento continuo degli standard di qualità, nonché delle performance ambientali e sociali. I fornitori legati all'Azienda da un rapporto contrattuale per la produzione di prodotti, si dividono sulla base delle diverse categorie merceologiche ossia: intimo, lingerie, beachwear, pigiami e abbigliamento.

La localizzazione dei siti produttivi di Yamamay è variata nell'ultimo triennio a causa dei blocchi di movimento provocati dalla pandemia COVID-19 e delle recenti tensioni globali. Yamamay ha intrapreso nel corso degli ultimi anni una strategia di delocalizzazione delle produzioni precedentemente concentrate in Cina verso altri paesi limitrofi come Vietnam, Cambogia, Myanmar e Bangladesh, al fine di garantire la continuità commerciale. Questa decisione è stata supportata inoltre dalla ricerca di partner locali di alto livello in grado di garantire sempre standard lavorativi ottimali.

Oltre alla sede storica di Hangzhou (Cina) e all'ufficio di Hong Kong, Yamamay ha sedi locali anche ad Ho Chi Minh City (Vietnam) ed a Dhaka (Bangladesh). Quest'ultima aperta nel 2023.

Al fine di mitigare il rischio paese Yamamay ha attivato un costante rapporto di confronto e collaborazione con le istituzioni governative locali. Nello specifico, il Consolato Italiano di Hong Kong, le Ambasciate Italiane in Myanmar e Bangladesh, nonché la Camera di Commercio italiana ad Hong Kong e quella Europea a Yangon.

In particolare, consapevole delle complicazioni portate dalla crisi politica in Myanmar, Yamamay è firmataria con la Camera di Commercio Europea del Paese di un programma di Due Diligence che permetterà di effettuare controlli etico-sociali presso i siti di produzione nel corso del 2024, tramite un'associazione no profit ed il supporto di 40 persone in loco.

Una volta individuati, i fornitori vengono confermati tramite una procedura ben definita e condivisa, suddivisa in 4 step principali:

- 1. Ispezione fisica del fornitore:** il personale di Yamamay localizzato in Asia visita personalmente il confezionista e i luoghi di produzione, al fine di fornire una valutazione preliminare dal punto di vista commerciale, sociale e ambientale. Si tratta di uno step fondamentale per presentare la strategia, oltre che il piano aziendale di lavoro, e sancire collaborazioni durature.
- 2. Audit di seconda parte:** A seguito dell'ispezione, l'Ufficio Sourcing in Asia effettua, a proprio carico, audit tramite partner specializzati i quali utilizzano una *checklist* di proprietà per verificare la compliance normativa del fornitore e la conformità ai requisiti etici, sociali e ambientali minimi stabiliti da Yamamay.
- 3. Accordo di Collaborazione:** In caso di audit conforme, l'Ufficio Sourcing provvede a stringere l'accordo di lavoro con il fornitore. Esso viene formalizzato attraverso la firma del *Manufacturing Agreement*, il quale comprende gli allegati "*Quality Manual*" per il rispetto degli standard di qualità del prodotto, "*Suppliers Code of Conduct*" per il rispetto della compliance e dei requisiti minimi a livello sociale e "*Charter of Values of Sustainability*" per il rispetto della compliance e dei requisiti minimi a livello ambientale.
- 4. Valutazione di Sostenibilità del Fornitore:** Soddisfatti i requisiti minimi e intrapreso il rapporto commerciale, l'Ufficio CSR valuta il fornitore su 6 aree di sostenibilità tramite una piattaforma di raccolta dati. Si tratta di uno step importante al fine di intraprendere un percorso caratterizzato da maggiore tracciabilità e trasparenza della catena di fornitura, nonché di riduzione di emissioni e miglioramento delle condizioni sociali.



Una volta scelti, i fornitori confezionisti ricevono il pieno supporto dell'Azienda durante tutte le fasi di produzione del prodotto. Questo sostegno favorisce lo scambio di conoscenze e risolve eventuali problemi. Il processo infatti è costantemente monitorato da tecnici aziendali al fine di garantire il rispetto degli standard richiesti tramite ispezioni negli impianti. In presenza di discrepanze risolvibili, il fornitore deve implementare azioni correttive entro un periodo definito, al termine del quale, il loro successo viene verificato tramite audit. In caso di violazioni gravi, invece, si applica una politica di "tolleranza zero", che comporta la risoluzione immediata del contratto con il fornitore.

Al fine di adeguarsi alle nuove normative e alle procedure aziendali, Yamamay effettua aggiornamenti periodici del proprio Manufacturing Agreement la cui edizione del 2024 è in corso di rinegoziazione e firma con tutto il parco fornitori. L'obiettivo è quello di completare il lavoro entro la seconda metà del 2024. Questo processo di aggiornamento contrattuale mira a garantire una compliance nazionale, europea e agli standard etico-sociali e qualitativi specifici del brand Yamamay in tema di componenti, prodotto finito e catena di fornitura. Tale Manufacturing Agreement consente una migliore collaborazione e condivisione degli obiettivi con i fornitori.

APPROVVIGIONAMENTO PER PAESE

	2021			2022			2023		
	Intimo & Beachwear	Pigiameria e accessori	Totale	Intimo & Beachwear	Pigiameria e accessori	Totale	Intimo & Beachwear	Pigiameria e accessori	Totale
Africa	0%	0%	0%	0,0%	0,0%	0%	0,2%	0,0%	0,2%
Altri paesi in Asia	0,6%	0,0%	1%	1,0%	0,0%	1%	6,4%	1,3%	7,7%
Europa e Medio Oriente	4,8%	8,5%	13%	4,8%	6,7%	12%	7,0%	10,0%	17,0%
Cina	30,8%	18,8%	50%	34,3%	13,0%	47%	28,3%	14,3%	42,6%
Bangladesh	3,3%	8,3%	12%	6,2%	7,5%	14%	3,0%	5,0%	8,0%
India	0,0%	3,7%	4%	1,5%	0,6%	2%	1,1%	2,6%	3,7%
Vietnam	15,1%	0,1%	15%	17,7%	0,1%	18%	4,8%	0,0%	4,8%
Sri Lanka	6,0%	0,0%	6%	6,6%	0,0%	7%	15,8%	0,1%	15,9%
Totale	60,6%	39,4%	100%	72,1%	27,9%	100%	66,6%	33,3%	100%





68 Audit

svolti nel triennio 2021-2023

17 Audit

svolti nel 2023

73 Ispezioni

svolte al 31 dicembre 2023

8 Audit

svolti per fornitori di 2 livello nel 2023

LOCALIZZAZIONE AUDIT EFFETTUATI SULLA CATENA DI FORNITURA



QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

Yamamay si impegna a garantire la conformità dei propri prodotti rispetto a requisiti fisici, chimici ed ecotossicologici stabiliti sia a livello europeo sia internazionale, nonché ad assicurare la presenza di certificazioni attestanti la qualità, la sicurezza e la sostenibilità dei materiali impiegati. A tale scopo, tutti i prodotti destinati alla commercializzazione sono soggetti a test sulle componenti e sul prodotto finito.

Tutti gli articoli messi in commercio sono conformi al regolamento REACH (*Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals*) e rispettano gli standard Oeko-Tex riguardanti la presenza di sostanze nocive. Il *Quality Manual*, redatto dall'Ufficio Qualità e incluso nel *Manufacturing Agreement*, è stato aggiornato nel 2022 al fine di integrare le nuove revisioni dei test ecotossicologici, dei requisiti dei test fisici e per richiedere la certificazione di terze parti per tutte le componenti (ove applicabile).

In tema di conformità del prodotto, Yamamay richiede ai propri fornitori di sottoporre gli articoli a una serie di controlli e standard qualitativi definiti. Il Manuale prevede una lista dettagliata dei test chimici, ecotossicologici e fisico-meccanici per ciascuna categoria di prodotto, accompagnata da riferimenti normativi specifici. In esso, vengono inoltre definiti i parametri minimi di tolleranza entro i quali il prodotto è considerato idoneo all'uso.

I fornitori sono tenuti a rispettare tali requisiti e vengono informati dei risultati dei test ai quali i loro prodotti sono stati sottoposti. Questo approccio favorisce una collaborazione stretta e reciproca con i fornitori, trasformando la semplice conformità in una vera partnership improntata alla massima condivisione delle tematiche legate alla qualità.

Il *Quality Manual* definisce i principi per determinare la qualità e la sicurezza del prodotto, nelle sue quattro fasi principali:

1. **Invio del campione** da parte dei fornitori ai laboratori accreditati;
2. **Test sui campioni ed invio dei risultati** all'Ufficio Qualità;
3. **Analisi dei risultati** da parte dell'Ufficio Qualità che determina la conformità del prodotto nel rispetto dei requisiti fisici, chimici ed eco-tossicologici richiesti;
4. **Archivio dei test nel database** creato grazie al passaggio al PLM, con lo scopo di avere a disposizione l'intera storia del prodotto.

Il team Qualità di Yamamay, composto da 16 ispettori qualificati dislocati nei paesi di produzione visita costantemente le fabbriche ispezionando i capi in linea e, tramite controlli programmati, garantisce la qualità dell'intero processo produttivo.

Il controllo qualità di ogni produzione prevede tre fasi sulla base dei tempi di produzione: il primo al completamento del 10% dell'ordine, il secondo al 50% e l'ispezione finale in prossimità della spedizione al polo logistico italiano.

Grazie ai controlli effettuati nel 2023, è stato individuato e bloccato direttamente in fabbrica il 7,6% della produzione totale a causa di problemi sulla qualità dei capi anche se di lieve entità. La presenza di ispettori di Yamamay in loco ha consentito di implementare azioni correttive immediate scartando o risolvendo quando possibile i problemi direttamente sul posto prima della partenza della merce.

Le risorse di Yamamay dedicate alla qualità svolgono un ruolo fondamentale non solo nelle ispezioni in fabbrica, ma anche nei test chimici ecotossicologici e fisici sui materiali utilizzati, attraverso laboratori specializzati ed accreditati. Una volta raggiunto il polo logistico i prodotti vengono ulteriormente controllati da personale Yamamay per verificarne l'integrità e la qualità prima di essere spediti ai punti vendita. Nel corso del 2023, sono state effettuate 1.436 ispezioni con l'individuazione di 71 non conformità minori risolte prima dell'invio ai punti vendita.



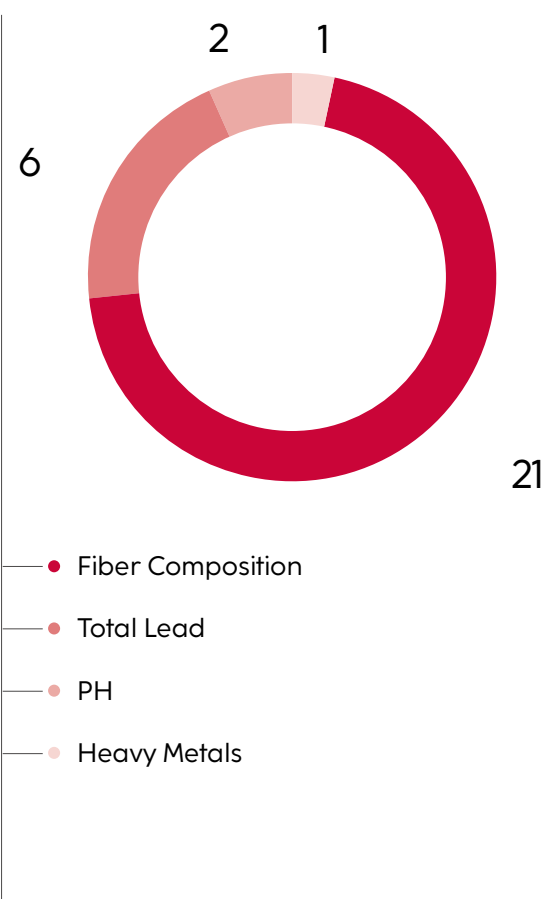
7,6%

Non conformità alla partenza

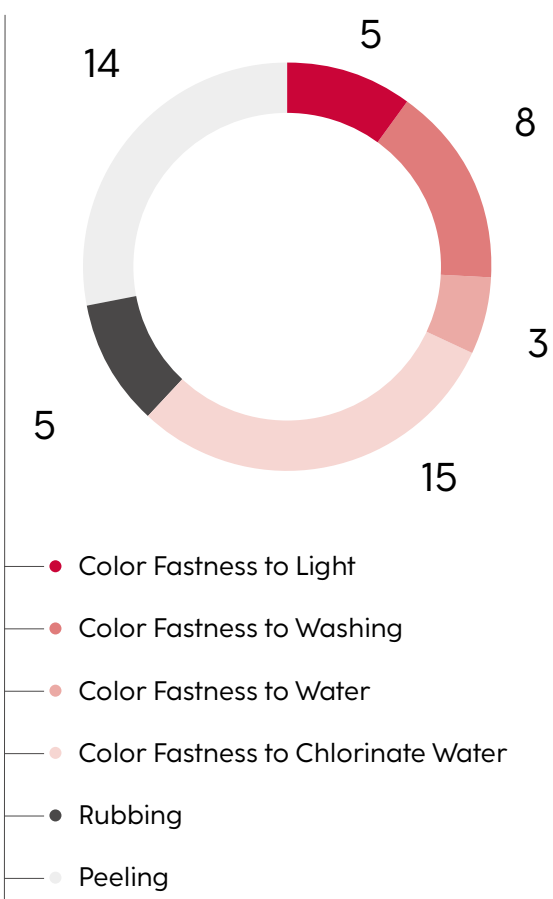
Nel 2023, non si sono verificati episodi di non conformità che avessero impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi. Inoltre, sono stati restituiti ai magazzini 12618 articoli difettosi dai negozi, rappresentando lo 0,074% delle spedizioni. Di questi, 1200, provenienti da 35 punti vendita, sono stati ispezionati per verificare l'etichetta: 150 articoli sono stati considerati non etici a causa di difetti non direttamente attribuibili alla qualità del prodotto, come mancanza di accessori, tagli o macchie.

Gli ispettori Yamamay hanno anche il ruolo di tutor e partner dei fornitori per migliorare continuamente il processo produttivo. Tale approccio consente di garantire la conformità e l'integrità dei prodotti Yamamay nel rispetto di standard qualitativi elevati e continuare, anno dopo anno, a migliorare l'intera filiera produttiva.

FAIL TEST CHIMICI



FAIL TEST FISICI



ETICHETTATURA

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1007/2011 e delle varie normative dei mercati internazionali in cui Yamamay è presente, è premura dell’Azienda etichettare correttamente ogni singolo capo in modo tale che il cliente finale sia in grado di valutare il proprio acquisto. Le *Care Label* dei prodotti Yamamay contengono:

- ✂ Numero d’ordine e ID **fornitore**
- ✂ **Composizione** fibrosa
- ✂ **Indicazioni** per manutenzione e lavaggi

Le indicazioni sulla manutenzione dei capi e sui lavaggi svolgono un ruolo essenziale nel garantire la durabilità dei prodotti Yamamay. Queste istruzioni forniscono informazioni dettagliate su come curare correttamente i tessuti e i colori, contribuendo così a preservare la qualità originale del capo e a ridurre l'impatto ambientale complessivo, grazie a un uso più efficiente di acqua, energia e detersivi durante il lavaggio. Tali azioni sono state intraprese con l'obiettivo di ridurre le emissioni GHG di tipo 3, ed in particolare quelle relative alla fase di utilizzo del prodotto.

Infatti, istruzioni di manutenzione chiare guidano gli utenti verso pratiche di lavaggio più efficienti, riducendo il consumo di acqua ed energia e promuovendo l'uso responsabile dei prodotti chimici. Inoltre, contribuiscono a mantenere la qualità dei capi, riducendo la necessità di sostituirli frequentemente e riducendo così le emissioni legate alla produzione e allo smaltimento dei prodotti.

A tale scopo, nel 2023, è stata fatta una revisione delle istruzioni per la cura del capo al fine di diminuire l'impatto ambientale della fase d'uso del prodotto. In particolare, per l'intimo femminile e per i costumi, sia da uomo sia da donna, viene data l'indicazione di preferire un lavaggio a 30° oppure 30° delicato rispetto al lavaggio a mano, maggiormente impattante in termini di utilizzo di acqua, di detersivi e consumi energetici.

A livello di materiali, anche le etichette sono sottoposte alle linee guida relative al packaging. Per questo motivo, l'Azienda richiede che le label e i tag abbiano una quantità minima di contenuto riciclato pari al 50%. Nel 2023, non sono stati registrati casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti.

PRODUCT ID CARD

Nel 2023, anticipando alcune operazioni che riguarderanno l'implementazione del DPP, Yamamay ha iniziato a collaborare con la start-up italiana *Sustainable Brand Platform* al fine di costruire delle *ID Card* di prodotto. La piattaforma, tramite l'inserimento di dati di input, quali le quantità prodotte, il peso del capo, le caratteristiche del tessuto e i fornitori coinvolti, effettua il calcolo LCA del prodotto e genera un QR code suddiviso in 3 sezioni:

- ✂ **Product Details:** composizione del tessuto, componenti e packaging con relative certificazioni.
- ✂ **Product Impact:** impatti del prodotto per le categorie "Climate Change", "Water Footprint" e "Land Use" con gli equivalenti per una lettura più comprensibile per il cliente finale.
- ✂ **Product Journey:** mappa geografica che ripercorre il percorso del prodotto attraverso i suoi processi produttivi.

Le *Product ID Card* rappresentano il primo passo verso una comunicazione trasparente con i clienti, aumentando la loro consapevolezza sull'impatto del prodotto e sui processi di produzione. Nel corso della fine del 2023 sono state sviluppate 15 *ID Card*, visualizzabili sul sito ecommerce e sugli hangtag di prodotto.

15 Product ID Card

sviluppate nel 2023



“La collaborazione decennale tra Yamamay e Eurojersey per lo sviluppo della linea Sculpt è un esempio di eccellenza nella promozione di EcoDesign e di trasparenza di filiera nella produzione e comunicazione nel settore moda. La Product iD Card rappresenta il risultato tangibile di un processo collaborativo che ha consentito a Yamamay di valutare l'impatto ambientale della collezione Sculpt, attraverso l'utilizzando dati primari provenienti dai processi produttivi, resi disponibili grazie alla piattaforma SBP e all'impegno diretto di Eurojersey. Questo modello di filiera digitalmente integrata rappresenta il futuro dell'industria moda per le aziende che desiderano essere realmente parte attiva nella transizione verso una produzione consapevole, basata su solide metodologie scientifiche e una comunicazione trasparente e accurata con i consumatori.”

Alex Albini

Founder & Chief Commercial Officer
Sustainable Brand Platform

LA SOSTENIBILITÀ NELLA CATENA DI FORNITURA

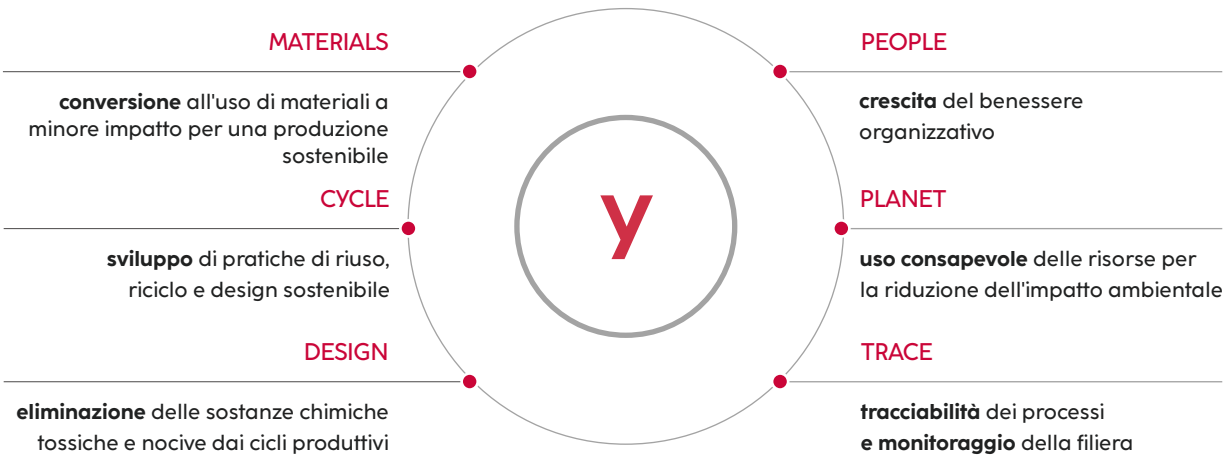
Yamamay attraverso il *Manufacturing Agreement* e i suoi allegati ("*Supplier Code of Conduct*" e "*Charter of Values of Sustainability*"), richiede ai propri fornitori di rispettare criteri sociali e ambientali, con lo scopo di creare una filiera integrata e con un minor impatto socio-ambientale.

Il Codice di Condotta stabilisce i requisiti minimi da seguire per garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori, della salute e sicurezza sul luogo di lavoro. La Carta dei Valori della Sostenibilità è focalizzata, invece, sulle questioni ambientali e integra il Codice di Condotta, fornendo direttive sul rispetto di requisiti minimi riguardanti l'utilizzo delle risorse, dei prodotti chimici e di materia prima certificata.

Il rating del fornitore è stato calcolato sulla base dei seguenti criteri:

- 1 Sottoscrizione della "Charter of Values of Sustainability":** i fornitori che sottoscrivono pienamente la carta dei valori ottengono 1 punto, mentre coloro che la sottoscrivono con riserva ricevono 0,5 punti. Se un fornitore non la sottoscrive affatto, non riceve punti.
- 2 Compilazione del questionario di valutazione su piattaforma dedicata:** i fornitori che completano l'assessment ricevono 1 punto. L'assessment è strutturato in coerenza con la carta dei valori, che comprende 6 aree di interesse ed include domande sulla profondità della catena di fornitura (presenza di subfornitori e fornitori di materie prime) e sulle certificazioni di sistema. Valuta qualitativamente il fornitore attraverso 8 domande per ciascuna delle seguenti categorie:
 - ▶ **TRACE:** questa sezione affronta il tema della tracciabilità delle produzioni e della trasparenza degli approvvigionamenti. In particolare, approfondisce la gestione della tracciabilità interna ed esterna relativamente a materiali, processi di produzione, prodotti chimici e tutto ciò che è collegato alla produzione. Approfondisce inoltre anche il tema della gestione dei propri fornitori, ossia il livello di mappatura della propria supply chain e la presenza di un sistema di valutazione della filiera sulle tematiche di rischio sociale e ambientale.
 - ▶ **CHEM:** questa sezione affronta il tema della riduzione della tossicità dei cicli produttivi. Chiede al fornitore di intraprendere una roadmap di eliminazione delle sostanze tossiche e nocive secondo la metodologia ZDHC (*Zero Discharge of Hazardous Chemicals*) ed i protocolli approvati da questa fondazione. La conoscenza e applicazione di questa tematica permette al Brand di dare evidenza della sua capacità di protezione dell'uomo e dell'ambiente, per ottenere prodotti e processi più "puliti" e conseguentemente acque ed emissioni a minor impatto e inquinamento.
 - ▶ **PEOPLE:** questa sezione affronta le tematiche inerenti all'organizzazione aziendale, la gestione delle risorse umane, la crescita delle competenze e il welfare aziendale.
 - ▶ **PLANET:** in questa sezione viene valutato l'impegno delle aziende nella gestione, misurazione e valutazione dei propri impatti ambientali, in particolare in termini di consumi energetici, idrici e relative emissioni di gas ad effetto serra (GHG). Oltre alla capacità di misurazione dei propri consumi e delle emissioni, viene indagata anche la presenza di una strategia per la loro gestione e di obiettivi di riduzione.
 - ▶ **MATERIALS:** questa sezione indaga le politiche di approvvigionamento e la presenza di materiali ottenuti attraverso processi a minor impatto sull'ambiente.
 - ▶ **CYCLE:** questa sezione è dedicata ad indagare la presenza di pratiche finalizzate allo sviluppo di processi di economia circolare: l'utilizzo di tecniche di ecodesign nella fase di progettazione, la gestione e il riutilizzo dei rifiuti, degli scarti di produzione e degli stock di invenduto.
- 3. Fallimento dei requisiti minimi in materia di Ambiente, Salute & Sicurezza e rispetto dei diritti dei lavoratori:** i fornitori che non presentano non conformità ottengono 1 punto, mentre se è presente una non conformità ottengono 0,5 punti. Se sono presenti più di una non conformità, il fornitore non riceve punti.
- 4. Rischio paese:** I fornitori con sede in paesi a basso rischio ottengono 1 punto, mentre in caso di paesi a moderato e alto rischio ottengono 0 punti;
- 5. Punteggio ottenuto dalle risposte dell'assessment:** se il punteggio dell'assessment è maggiore di 60 il fornitore ottiene 1 punto, se il valore è compreso tra 60 e 30 ottiene 0,5 punti se minore di 30 ottiene 0 punti.

I PILLARS 4S



		PUNTEGGIO		
		1	0,5	0
VARIABILI	1 CARTA DEI VALORI	SOTTOSCRITTO	SOTTOSCRITTO CON CONDIZIONE	NON SOTTOSCRITTO
	2 COMPILAZIONE ASSESSMENT	COMPILATO		NON COMPILATO
	3 FAIL REQUISITI MINIMI	NESSUN FAIL	UN FAIL	PIÙ DI UN FAIL
	4 RISCHIO PAESE	LOW RISK COUNTRY		RISK COUNTRY
	5 PUNTEGGIO ASSESSMENT 4S	≥60%	30≤P<60%	<30%

Il rating è stato calcolato come somma dei punteggi associati ad ognuna delle cinque variabili. Il punteggio di ciascun fornitore viene poi classificato in 3 fasce:

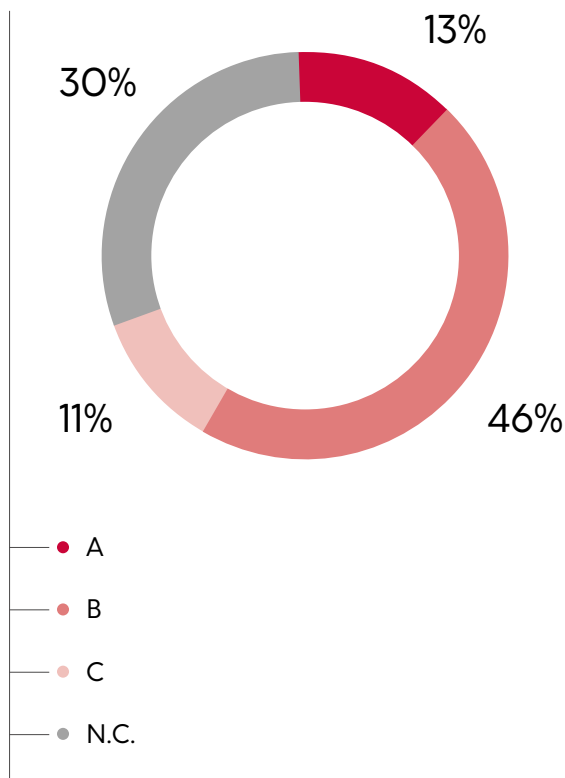
A	B	C
Rating alto	Rating medio	Rating basso

Con questo metodo è possibile calcolare il rating preliminare dei fornitori della filiera. Il termine "preliminare" indica che questo rating si basa sulle prime dichiarazioni dei fornitori. Successivamente, verrà condotta un'analisi dei dati raccolti per verificare le risposte e identificare i piani di miglioramento, con relativi termini di realizzazione, da proporre ai fornitori. Sarà concordato un termine per l'attuazione di tali piani.

PUNTEGGIO TOT (Σ punteggi parziali)	S-RATING PRELIMINARE
≥4	A
>2 e <4	B
≤2	C

S-RATING PRELIMINARE

I risultati attuali indicano che, escludendo il 30% ancora in fase di raccolta dati, il restante 70% mostra che il 59% ha ottenuto un punteggio soddisfacente, di cui il 13% con un rating A e il 46% con un rating B, mentre l'11% ha ottenuto un rating C.



Gli assesment hanno rivelato che nel primo livello della catena di fornitura c'è una significativa attenzione alla questione delle risorse umane (sezione "People"). Le aziende coinvolte hanno dimostrato una maturità diffusa nei principali processi aziendali, includendo organigrammi, programmi formativi e flessibilità degli orari di lavoro. Inoltre, il 90% delle aziende ha un proprio Codice Etico interno, e 3 di esse realizzano anche interventi a sostegno dei principi in esso contenuti.

Per quanto riguarda la formazione dei dipendenti, oltre il 50% ha un piano formativo basato sui bisogni individuati, mentre il 40% eroga percorsi formativi su richiesta. Tutte le aziende hanno strumenti per l'ascolto del clima aziendale, e 6 di esse utilizzano questionari periodici.

Circa la flessibilità lavorativa, oltre il 70% ha sistemi di gestione degli orari, inclusi part-time e altre forme di flessibilità come la banca delle ore. Infine, più del 75% dei fornitori ha attivato iniziative a sostegno delle comunità locali, principalmente attraverso donazioni e charity, ma in alcuni casi anche con progetti strutturati e condivisi con gli *Stakeholder* principali.

Yamamay, alla luce del rating del primo livello della catena di fornitura, ha identificato i seguenti passi da intraprendere:

- ✂ Ingaggiare il 30% dei fornitori tardivi nella raccolta dati.
- ✂ Intraprendere azioni correttive in collaborazione con la percentuale dei fornitori che hanno ottenuto un rating C.
- ✂ Acquisire dati quantitativi e maggiormente approfonditi dai fornitori che hanno risposto positivamente al primo assesment.
- ✂ Acquisire dati sul II livello della catena di fornitura.

Nel 2024, i 10 principali fornitori di tier 1, che si sono dimostrati maggiormente maturi in materia di sostenibilità, saranno sottoposti all'assesment quantitativo 4S PLANET, composto da 15 domande riguardanti l'uso di energia elettrica, il consumo di acqua, lo smaltimento dei rifiuti e le emissioni di gas serra.

Questo assesment quantitativo si inserisce nel più ampio quadro di Yamamay per la raccolta di dati primari al fine di monitorare le proprie emissioni di Scope 3.

2.3 Marketing responsabile e comunicazione trasparente

Yamamay si distingue come un marchio profondamente impegnato nel soddisfare le esigenze dei suoi clienti non solo attraverso i suoi prodotti, ma anche tramite una comunicazione trasparente e responsabile.

L'approccio multicanale consente di raggiungere gli Stakeholder online e offline in modo fluido, garantendo continuità e coerenza nei messaggi veicolati attraverso i negozi fisici, il sito web e i social media. Le campagne di comunicazione principali si concentrano sulle stagioni, trasmettendo come il brand risponda alle esigenze di tutte le donne e per tutte le occasioni.

COMUNICAZIONE CORPORATE

LINKEDIN E SITO CORPORATE

Yamamay ha saputo costruire nel tempo una comunicazione corporate solida e coerente, riflettendo l'aderenza al *purpose*, alla sua missione e la sua visione. Oltre alle campagne di comunicazione di prodotto, l'Azienda utilizza regolarmente la pagina LinkedIn e il sito Corporate come strumenti di comunicazione.

LinkedIn rappresenta uno strumento chiave per la comunicazione aziendale e per interagire con diversi *Stakeholder*. La pagina viene utilizzata principalmente per i seguenti scopi:

- ✂ Condivisione di contenuti rilevanti per il settore tessile ed abbigliamento, inclusi aggiornamenti sui prodotti, notizie dell'Azienda, articoli di tendenza nel settore della moda e iniziative di sostenibilità.
- ✂ Promozione di iniziative aziendali, collaborazioni con altri brand e partecipazione ad eventi e convegni del settore.

La pagina LinkedIn di Yamamay è quindi uno strumento prezioso per la comunicazione aziendale e il coinvolgimento della community che contribuisce a rafforzare la presenza online dell'Azienda. Proprio per questo motivo, la pagina e i suoi contenuti sono costantemente aggiornati.

Inoltre, viene effettuato un monitoraggio periodico di *social media metrics*, ossia un insieme di indicatori utilizzati per valutare l'efficacia delle strategie di social media marketing comprendente metriche come l'engagement rate, il reach, l'interazione degli utenti, il numero di follower e la crescita dell'audience.

Alla fine del 2023 la pagina LinkedIn di Yamamay conta 31.107 followers, il 10% dei quali ha iniziato a seguire la pagina nel corso dell'anno. La maggior parte dei follower di Yamamay proviene dai settori *Fashion & Retail* e *Textile Manufacturing*; gran parte di essi è impegnato, inoltre, in mansioni di *Sales*, *Operations*, *Business Development* e *Marketing*. Nel corso del 2023 Yamamay ha pubblicato 77 post e sono state registrate 30.443 visite alla pagina, effettuate per il 55% da mobile.



LINKEDIN
@Yamamay

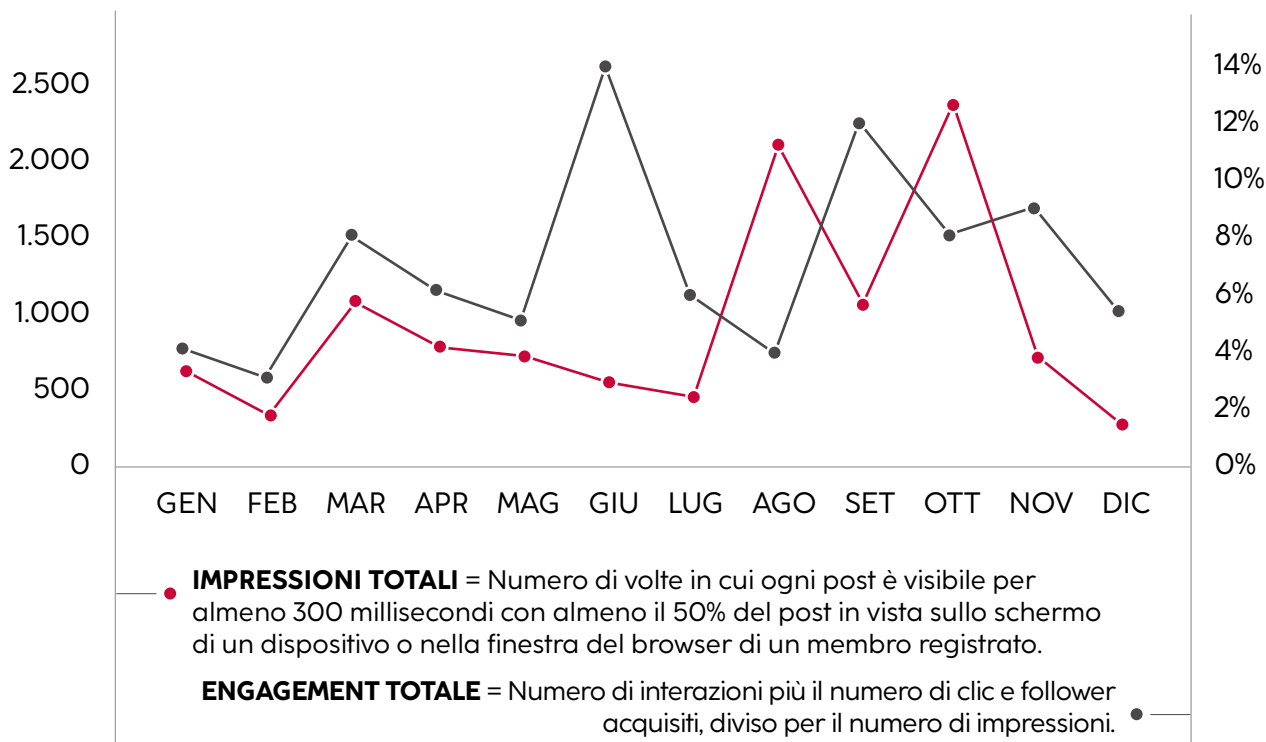
77 post

31.107
follower

2.926
nuovi follower

30.443
visite alla pagina
(di cui 45% da desktop e 55% da mobile)

IMPRESSIONI E ENGAGEMENT TOTALI



In aggiunta a LinkedIn, Yamamay continua ad essere attiva sul sito corporate in funzione dal 2022. Esso offre informazioni sull'organizzazione dell'Azienda e sulle sue iniziative relative a partnership, welfare ed eventi rappresentando un'importante risorsa per diversi *Stakeholder*.

La Home Page è strutturata in quattro sezioni principali:

- ✂ **CHI SIAMO:** Questa sezione presenta l'identità dell'azienda, inclusi il suo scopo, la storia del brand, le attività e la struttura di governance, oltre alle associazioni di cui fa parte.
- ✂ **FUTURO SOSTENIBILE:** Qui vengono illustrate le iniziative di Yamamay in materia di sostenibilità, suddivise per Pianeta, Persone e Prodotti, insieme alla visione del brand per una strategia sostenibile. È possibile scaricare il Bilancio di Sostenibilità e la Carta dei Valori.
- ✂ **MEDIA:** Questa sezione offre accesso ai comunicati stampa dell'azienda, alla rassegna stampa con gli articoli più rilevanti sul brand e alla galleria multimediale con le campagne pubblicitarie.
- ✂ **UNISCITI A NOI:** Qui è possibile fare domanda per una carriera in Yamamay, proporre collaborazioni come fornitore o aprire un'attività in franchising con il brand.

Il sito è disponibile in italiano e inglese al seguente link: corporate.yamamay.com.

La maggior parte degli utenti naviga dall'Italia, mentre dall'estero è forte la presenza di utenti tedeschi e statunitensi.



corporate.yamamay.com

51.882
utenti raggiunti

Carriere
Sezione maggiormente raggiunta

visitata dal
37%
di utenti

Visite da
126 Paesi

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

La *Green Claims Directive* (direttiva 2019/633/UE), entrata in vigore a luglio 2019, mira a definire regole chiare e precise sulle dichiarazioni ambientali riguardanti i prodotti e i servizi. La direttiva impone principi fondamentali quali l'accuratezza, l'affidabilità, la trasparenza, la non ambiguità e la comparabilità delle dichiarazioni ambientali. Inoltre, stabilisce criteri specifici per diverse categorie di dichiarazioni, come quelle riguardanti l'impatto ambientale durante il ciclo di vita del prodotto o servizio. La direttiva prevede anche procedure di valutazione e verifica da parte di autorità o organizzazioni indipendenti. Infine, sono previste sanzioni, tra cui multe e divieti, per chi viola queste regole.

In relazione alla *Green Claims Directive*, il gruppo di lavoro congiunto di marketing e prodotto di Yamamay ha continuato ad adottare le linee guida interne riguardanti le comunicazioni relative ai prodotti green. Gli obiettivi del brand sono molteplici e ambiziosi:

- ✂ Garantire ai clienti e agli *Stakeholder* dati trasparenti e affidabili che facilitino le decisioni d'acquisto verso prodotti sostenibili, favorendo così una transizione verso un'economia verde.
- ✂ Assicurare ai clienti la conformità dei prodotti alle normative vigenti, nonché di anticipare e adattarsi alle normative future, attraverso una corretta informazione e la documentazione scientifica relativa alla conformità fisica, chimica ed eco-tossicologica.
- ✂ Utilizzare metodi di misurazione degli impatti del ciclo di vita dei prodotti specifici per la categoria merceologica, con particolare attenzione a impatti significativi come l'impronta di carbonio, al fine di fornire una valutazione accurata e rilevante per il settore.

RS21 CUP YAMAMAY

Nel 2023, Yamamay ha consolidato il proprio ruolo come sponsor principale della RS21 Cup Yamamay, rafforzando una partnership basata su valori condivisi e sostenibilità. La classe RS21 si distingue per il suo forte impegno ambientale, come testimoniato dal "Manifesto della Sostenibilità", che guida l'ethos della classe con sette principi fondamentali. Le imbarcazioni RS21 utilizzano materiali eco-compatibili e un propulsore interno elettrico e retrattile per ridurre l'impatto ambientale. Durante la RS21 Cup Yamamay, sono state introdotte boe elettriche Mark Set BOT con basso impatto ambientale. Grazie al sostegno di Yamamay, il programma di sostenibilità della RS21 potrà progredire includendo eventi come la RS21 Cup Yamamay 2023 e il Campionato Mondiale. Una nuova collezione dedicata al marchio RS21, realizzata con fibre riciclate, evidenzia l'impegno congiunto per la sostenibilità ambientale.

SAVE THE OCEAN

Yamay si impegna attivamente nella protezione degli oceani e della biodiversità tramite la collaborazione con la One Ocean Foundation, evidenziando il forte legame del brand con tali temi. La campagna "Save the Ocean", diffusa attraverso materiali espositivi nei punti vendita, vetrine, pubblicazioni stampate e piattaforme social, mira a sensibilizzare i clienti sull'importanza di comportamenti responsabili verso l'ambiente marino e a informarli sulle iniziative a supporto di tali cause. Nel corso del 2023, la LINEA EDIT, sviluppata secondo i principi dell'ecodesign, è stata rilanciata con nuove varianti cromatiche, confermando l'impegno costante di Yamamay per la sostenibilità ambientale.



ADAPTIVE MARE

Yamamay ha lanciato la nuova linea Adaptive "ADAPTIVE SWIMWEAR", caratterizzata dalla tecnologia LYCRA® ADAPTIV, sviluppata da The LYCRA Company. Questa tecnologia permette ai capi di adattarsi a diverse tipologie di corporatura, garantendo comfort e libertà di movimento. La LYCRA® ADAPTIV, grazie alla sua natura ibrida, consente ai capi di conformarsi dinamicamente alle forme corporee, offrendo una vestibilità personalizzata e confortevole. La linea offre solo due taglie (XS-M; L-XXL), rendendola inclusiva e adatta a una vasta gamma di clienti. Questa adattabilità migliora l'esperienza d'acquisto online e ottimizza la gestione delle scorte. La linea "swim" include un costume intero, una bralette, uno slip a vita alta regolabile e shorts, disponibili in tre colori. Elasticità, comfort e adattabilità caratterizzano questi prodotti, promettendo di soddisfare le esigenze di ogni cliente con stile e praticità.

EVERYDAY, EVERYBODY, EVERY WOMEN ESSENTIAL

Yamamay ha lanciato la campagna "Everyday, Everybody, Every Woman Essentials", focalizzata sui capi intimi basilari più iconici, perfetti per ogni momento della giornata. L'obiettivo è offrire comfort, sicurezza e sensualità a tutte le donne, indipendentemente da età, etnia e forma fisica. Per promuovere l'inclusione, la campagna presenta quattro donne di diverse conformazioni fisiche che indossano le linee di lingerie Adaptive, Althea, Butterfly, Justin Rec, Principessa, Primula, Orchidea e Sculpt, dimostrando che i capi Yamamay sono progettati per adattarsi a tutti i tipi di corpo, garantendo freschezza, sensualità e comfort.



GUARDA IL VIDEO

> youtube.com/Yamamay > Everybody Collection

CAMPAGNA NASTRO ROSA

Per il decimo anno consecutivo, nel corso del 2023, Yamamay ha mantenuto la sua proficua collaborazione con la Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT), con l'intento primario di sensibilizzare le donne riguardo all'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce dei tumori al seno. Nel corso dell'intero mese di ottobre, le donne hanno avuto la possibilità di ottenere, presso i punti vendita Yamamay, un buono valido per la prenotazione di una visita senologica gratuita presso una delle sedi associate alla LILT. Presso Yamamay, l'attenzione alla sensibilizzazione sulla prevenzione del tumore al seno rappresenta un impegno continuo e non circoscritto esclusivamente al mese di ottobre. In considerazione della significativa componente femminile della sua forza lavoro, l'Azienda offre infatti alle proprie dipendenti l'opportunità di sottoporsi a visite senologiche ed ecografie mammarie senza alcun costo aggiuntivo, direttamente presso le strutture aziendali.

PRINCIPESSA SUPER BRA SILVER EDITION E LACE EDITION

Yamamay ha presentato la linea "Principessa Super Bra Silver Edition" in occasione del mese internazionale della prevenzione del tumore al seno. Questo iconico reggiseno è stato reinventato con caratteristiche innovative per rispondere alle esigenze delle donne in diverse fasi della vita. La "Silver Edition" offre una chiusura anteriore e posteriore versatile, materiali innovativi che consentono indagini diagnostiche come mammografie senza il bisogno di rimuovere il reggiseno e un design avvolgente con coppe rimovibili o aggiuntive per una facile personalizzazione. Ogni prodotto è accompagnato da una PRODUCT ID CARD che fornisce informazioni sugli impatti ambientali. Il lancio ufficiale è avvenuto il 18 ottobre presso lo store Yamamay a Milano Cordusio, in collaborazione con Associazione Diana e Fondazione Libellule Insieme, con la partecipazione della Dott.ssa Paola Martinoni, specialista in chirurgia senologica e fondatrice della Fondazione Libellule.

10 ANNI DI SCULPT

La linea Sculpt di Yamamay, lanciata nel 2013, ha rivoluzionato il settore della moda intima e dello shapewear con un approccio innovativo e sostenibile. Basata su tre pilastri principali, offre prodotti esteticamente belli e funzionali, progettati seguendo rigorosi principi di eco-design e garantendo facilità di manutenzione. Uno dei pilastri della linea è il tessuto indemagliabile brevettato, Sensitive® Sculpt, fornito in esclusiva da Eurojersey, che non solo offre prestazioni innovative e performanti, ma rappresenta anche un esempio virtuoso di sostenibilità ed eco-design, riducendo gli sprechi di produzione e ottimizzando i processi produttivi.

La linea Sculpt include una vasta gamma di prodotti, come reggiseni, slip, body e leggings, tra cui la recente versione "Sculpt Bold". Tutti i prodotti sono caratterizzati da tagli sartoriali e tessuti di alta qualità che modellano il corpo in modo confortevole e naturale. Per comunicare le straordinarie caratteristiche della linea ai clienti, Yamamay ha collaborato con Sustainable Brand Platform (SBP), leader italiano nella green & circular economy, per sviluppare una Product ID Card completamente digitalizzata tramite QR code presente sui cartellini e sui materiali POP. Essa fornisce informazioni includendo dettagli sulle componenti dei prodotti, gli impatti CO₂ e l'utilizzo delle risorse idriche, garantendo trasparenza e tracciabilità.

In occasione del decimo anniversario dei LEGGINGS SCULPT, il dipartimento di Ricerca e Sviluppo di Yamamay ha condotto un'analisi PEF (*Product Environmental Footprint*) dei 3 leggings Sculpt, Sculpt Light e Sculpt Bold per valutare gli impatti ambientali della produzione.



GUARDA IL VIDEO

> youtube.com/Yamamay > La Linea Sculpt Yamamay compie 10 anni

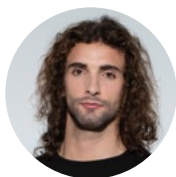
YAMAMAY SPORT

Nel periodo invernale Yamamay ha presentato una linea di intimo termico progettata per adattarsi come una seconda pelle durante le attività sportive, momenti di svago e lavoro all'aperto.

La collezione si compone di quattro referenze - maglie e leggings - realizzate con due filati distinti: YTHERMAL WOOL con Lana Merino e YTHERMAL TECH con Dryarn®. Il primo coniuga lana e polipropilene mantenendo la pelle asciutta e garantendo isolamento termico e un alto grado di calore, mentre il secondo, caratterizzato dalla

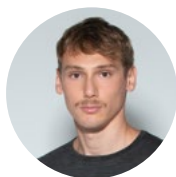
fibra Dryarn®, assicura isolamento termico e massima traspirabilità, mantenendo la pelle costantemente asciutta. La sua natura batteriostatica contribuisce a limitare la proliferazione dei batteri responsabili dei cattivi odori.

Per mettere in risalto queste caratteristiche, Yamamay ha coinvolto un gruppo di sportivi di diverse discipline, tra cui sci, hockey, rugby, arrampicata e trail running, che hanno indossato i prodotti della linea e condiviso le loro esperienze:



Marco Chester Sanna

(Hockey su ghiaccio)



Ludovico Fossali

(Campione mondiale di Arrampicata sportiva)



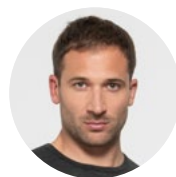
Benedetta e Carlotta Caloro

(Sci alpino)



Beatrice Colli

(Campionessa mondiale di Arrampicata sportiva)



Tommaso Benvenuti

(Rugby)



Stefano Bianchi

(OCR Obstacle Course Race)

Le caratteristiche del prodotto maggiormente apprezzate dagli sportivi includono:

- ✂ **Idoneità per l'attività sportiva:** Gli sportivi hanno riconosciuto che i capi Yamamay sono adatti per le loro specifiche discipline sportive, offrendo comfort e libertà di movimento durante l'attività fisica.
- ✂ **Protezione e comfort termico:** Soprattutto per le attività all'aperto in condizioni climatiche avverse, i capi Yamamay hanno dimostrato di garantire una protezione efficace dal freddo e di mantenere la pelle asciutta, consentendo agli atleti di concentrarsi sulle loro prestazioni senza preoccuparsi delle condizioni atmosferiche.

- ✂ **Prestazioni tecniche:** Gli sportivi hanno apprezzato la capacità dei capi Yamamay di offrire prestazioni tecniche elevate, supportando le loro performance durante gli allenamenti e le competizioni.
- ✂ **Versatilità:** I capi Yamamay sono stati considerati adatti per l'uso in diverse stagioni e condizioni climatiche, offrendo flessibilità e adattabilità alle diverse esigenze degli sportivi.
- ✂ **Design e stile:** Oltre alle prestazioni tecniche, gli sportivi hanno apprezzato il design e lo stile dei capi Yamamay, che li rendono non solo funzionali, ma anche esteticamente gradevoli.



INSTAGRAM

Nel corso del 2023, la pagina Instagram di Yamamay ha registrato un aumento del 13% nel numero dei propri follower, raggiungendo un totale di 1.053.428. Questo incremento testimonia l'efficacia della strategia di social media marketing adottata dal marchio nel coinvolgere e interagire con il proprio pubblico.

Parallelamente a questo successo, a marzo 2023 è stata inaugurata la pagina ufficiale Yamamay Man. In soli 9 mesi dalla sua apertura, questa nuova piattaforma ha conquistato quasi 80.000 seguaci. Questo rapido incremento di follower evidenzia il crescente interesse del pubblico per l'offerta di prodotti e contenuti offerti da Yamamay Man, suggerendo un'opportunità significativa per il marchio nel mercato maschile.

Nel corso del 2023, Yamamay ha posto un'enfasi speciale sulle sue campagne estive, come RS21 e PROGETTO M.A.R.E, che hanno catturato l'attenzione grazie a capsule e racconti coinvolgenti con contenuti di sostenibilità rilevanti.

In occasione del mese internazionale della prevenzione del tumore, Yamamay ha introdotto la "Silver Edition" del suo modello iconico "Principessa Super Bra". Questa edizione speciale è stata progettata pensando alle donne che hanno subito interventi al seno, alle future mamme e a tutte coloro che cercano un indumento comodo grazie alla doppia apertura.

DATI CANALI DI COMUNICAZIONE DI PRODOTTO

 INSTAGRAM @Yamamayofficial @Yamamaymanofficial	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
	sul profilo @Yamamaymanofficial 281 post 1.201 storie ~ 80.000 follower	
	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
 FACEBOOK @Yamamay	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
	sul profilo @Yamamaymanofficial 281 post 1.201 storie ~ 80.000 follower	
	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
 TIKTOK @Yamamayofficial	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
	sul profilo @Yamamaymanofficial 281 post 1.201 storie ~ 80.000 follower	
	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
 104 Pagine pubblicitarie realizzate	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
	sul profilo @Yamamaymanofficial 281 post 1.201 storie ~ 80.000 follower	
	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
 Campagne televisive 18 settimane di spot tv con argomenti donna e uomo (LA7, LA7D, Rai 1, Rai 2, Rai 3, SKYUNO, SKYTG24, SKYSPORT, REALTIME)	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	
	sul profilo @Yamamaymanofficial 281 post 1.201 storie ~ 80.000 follower	
	sul profilo @Yamamayofficial 423 post 1.926 storie 1.053.428 follower +13%	

	Instagram Post Feed	Meta Post Gallery	Instagram Story	Meta Story	Editoriali e articoli stampa	YouTube
Progetto M.A.R.E.	8	8	88	88	60	0
RS21	5	5	85	85	162	0
EDIT	2	2	8	8	5	0
Adaptive	7	7	22	22	4	1
Principessa Super Bra lace e silver edition	19	19	47	47	17	1
Sculpt Collection	12	12	28	28	14	1

SALDI E POLITICHE DI PRICING

La comunicazione trasparente e responsabile è un pilastro fondamentale, anche per quanto riguarda i prezzi, le promozioni e le vendite. I prezzi di vendita di tutti gli articoli della collezione vengono caricati sulle casse fiscali di ogni negozio fisico attraverso un sistema centralizzato, garantendo così il medesimo prezzo al pubblico in ogni negozio Yamamay, così come sul sito ufficiale e-commerce ufficiale di dell'Azienda.

Il personale dei negozi può attivare riduzioni di prezzo solo in risposta a cause specifiche tracciabili dalla sede. Tutti gli articoli venduti nei negozi in Italia e sul sito ufficiale sono contrassegnati con un'etichetta che indica il prezzo di vendita in euro. Gli stessi prodotti, a seconda del Paese estero a cui vengono spediti, vengono unificati al prezzo di vendita in Italia e convertiti nella valuta locale per mantenere la massima trasparenza verso i clienti locali.

Le fasi di vendita di "fine stagione" (saldi) sono gestite in linea con le indicazioni regionali e le Associazioni di

Categoria, con le quali l'Azienda mantiene un dialogo costante durante tutto l'anno. Anche durante le fasi di saldi, l'allineamento dei prezzi tra i negozi fisici e il sito ufficiale è garantito dalla gestione centralizzata dei vari sconti applicati durante i mesi di vendita di fine stagione.)

Per i Paesi esteri, le stesse politiche di vendita sono applicate in ogni negozio del marchio, in conformità alle direttive di ogni singolo Paese di operazione. Durante l'anno, al di fuori dei saldi di fine stagione, vengono organizzate attività promozionali, spesso in corso in diversi mesi dell'anno. Le principali proposte sono sviluppate in risposta a un "acquisto multiplo", stimolando e premiando coloro che acquistano più prodotti in un'unica soluzione di acquisto.

La comunicazione sia delle fasi di vendita sia delle attività promozionali è gestita centralmente dall'Azienda, che fornisce a tutti i punti vendita materiali visual istituzionali per raggiungere ogni cliente in modo uniforme.



2.4 Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales

EVOLUZIONE DEL CUSTOMER CARE

Nel corso del 2023, il dipartimento *Customer Care* ha vissuto un periodo di consolidamento. Sono stati introdotti, nuovi strumenti che consentono un incremento dell'efficienza del team dedicato e tempi di risposta più rapidi per i clienti di Yamamay.

All'inizio dell'anno, è stata lanciata la piattaforma di monitoraggio delle consegne eCommerce, consentendo ai clienti di essere aggiornati sullo stato delle proprie spedizioni tramite e-mail e aggiornamenti sul sito web.

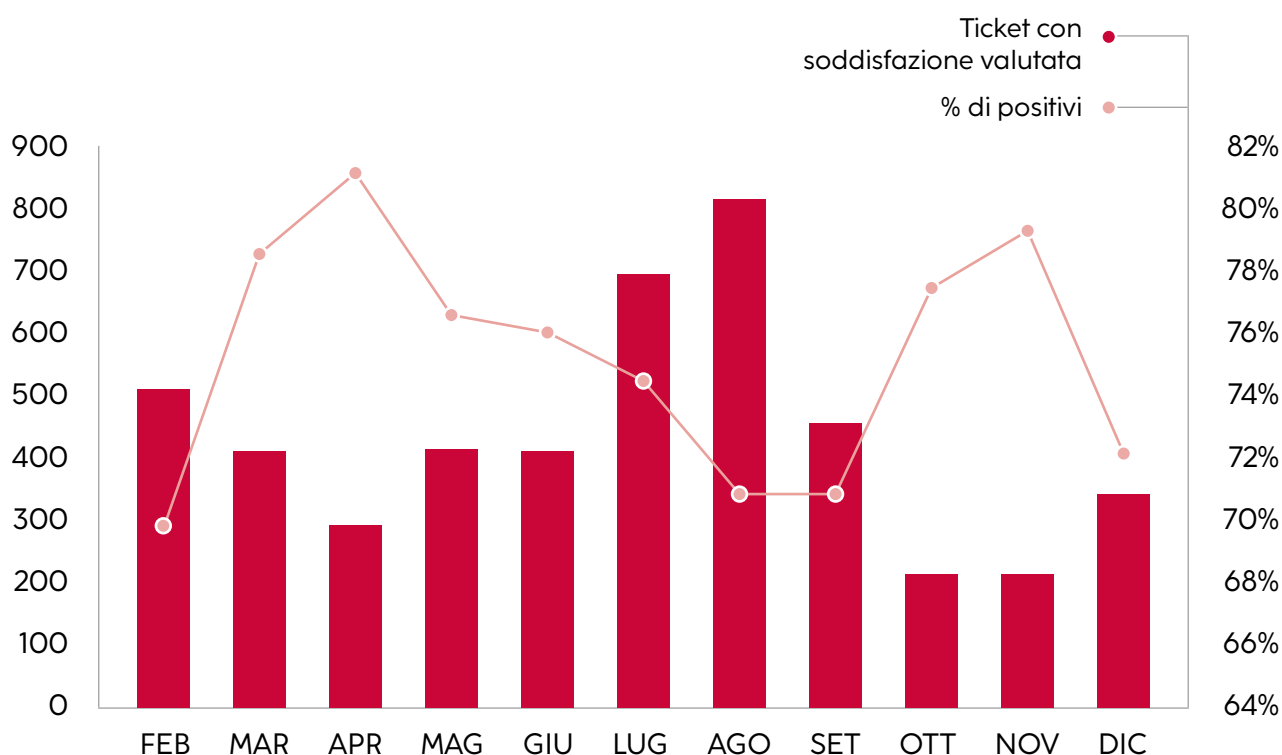
Successivamente, nell'ultima parte dell'anno, l'intelligenza artificiale è stata integrata nella piattaforma di contatto del Customer Care, ottimizzando di conseguenza il lavoro degli operatori. L'intelligenza Artificiale attualmente classifica automaticamente una parte dei ticket in entrata e risponde direttamente alle richieste più comuni, come informazioni sui resi dei prodotti e sulle modalità di pagamento.

A partire da novembre 2023, sul sito Yamamay è stato attivato il BOT "Justin", il quale consente ai clienti di ricevere risposte immediate alle domande più semplici, sempre grazie all'intervento dell'intelligenza artificiale.

Per le questioni più complesse, che richiedono l'intervento di un operatore, viene sempre garantita la possibilità di contattare direttamente il Customer Care.

L'introduzione del BOT ha portato a una riduzione del 20% dei contatti con i nostri operatori nell'ultima parte dell'anno, consentendo un miglioramento complessivo della qualità e della tempestività del servizio offerto.

CUSTOMER SERVICE SATISFACTION 2023



Nel corso del 2024, Yamamay si è impegnata ad aumentare la soddisfazione dei clienti dopo ogni interazione perseguendo un migliore servizio offerto, grazie al supporto dell'intelligenza artificiale in grado di fornire risposte sempre più precise e tempestive.

Tutte le attività del Customer Care vengono costantemente monitorate al fine di garantire il pieno rispetto del Service Level Agreement (SLA). Ogni segnalazione riguardante il trattamento dei dati personali coinvolge direttamente il Data Protection Officer (DPO) e l'Ufficio Legale.

Nel 2023, sono state gestite 162 richieste di cancellazione dei dati. È importante sottolineare che, nel corso dell'anno di rendicontazione, Yamamay non ha ricevuto denunce documentate relative a violazioni della privacy dei clienti o perdite di dati personali.

41.568

Ticket creati

41.356

Ticket risolti



74,2%

Ticket con valutazione del servizio positivo da parte del cliente

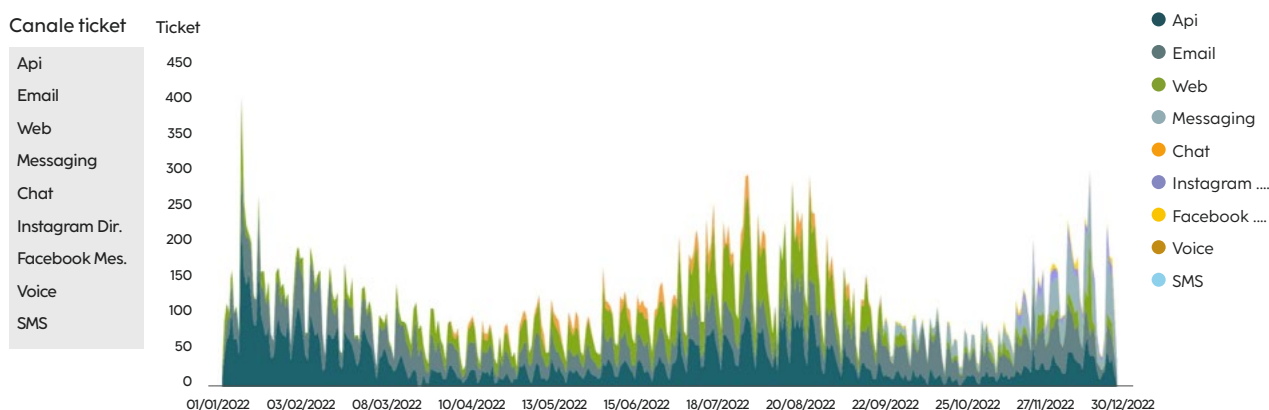
84,3%

One-Touch Ticket

13,3%

Ticket riaperti

VOLUME DI TICKET IN INGRESSO NEL CORSO DELL'ANNO



GESTIONE DEI RESI

Le problematiche qualitative relative alla non conformità del prodotto vengono registrate nel Database DSP (Digitalizzazione Scheda Prodotto) aziendale. Tra gli obiettivi prefissati per il 2025, Yamamay si propone di:

✂ **Ridurre i resi non etici** migliorando la classificazione dei prodotti difettosi

✂ **Implementare il downcycling attraverso il sorting dei resi**, recuperando i prodotti idonei per il riutilizzo. Questo consentirà all'Azienda di dare una seconda vita a tutti i capi non conformi autorizzati.

Per raggiungere tali obiettivi, Yamamay prevede di delineare una corretta classificazione dei prodotti difettosi, utilizzando una tabella riepilogativa delle problematiche ricorrenti.

Le informazioni raccolte vengono filtrate ed elaborate in statistiche interne, che aiutano a migliorare sia i prodotti sia i servizi offerti nei negozi, fornendo, inoltre, dati aggiuntivi per il vendor rating dei nostri fornitori.

E-COMMERCE NELLA REALTÀ AZIENDALE

Nel corso del 2023, Yamamay ha proseguito nello sviluppo del canale online attraverso diverse iniziative:

- Traduzione dei siti in francese e spagnolo (e tedesco all'inizio del 2024) al fine di rendere l'esperienza più accessibile ai clienti locali.
- Introduzione della possibilità per i clienti di monitorare lo stato delle proprie consegne direttamente sul sito.
- Avvio della vendita su Zalando, primo di altri marketplace previsti.
- A partire da febbraio, è stato attivato il servizio di monitoraggio dei corrieri sul sito Yamamay, consentendo ai clienti di seguire il percorso delle loro consegne.
- Da agosto, i clienti hanno la possibilità di richiedere la consegna nei sacchetti sostenibili "Movopack", che possono essere restituiti gratuitamente tramite posta per promuovere un comportamento più eco-sostenibile.
- All'inizio del 2024, è stata introdotta la consegna presso i locker e i punti di ritiro della rete "InPost",

riducendo i viaggi a vuoto aggregando le consegne verso un minor numero di destinazioni.

- Sul sito e-commerce, i prodotti sostenibili e innovativi hanno una pagina dedicata nel footer denominata "Innovazione e Sostenibilità".
- La collaborazione tra il team digital e il customer care ha continuato in modo proficuo, ottimizzando le procedure e la comunicazione con i clienti.

L'Azienda, inoltre, ha continuato lo sviluppo della *Customer Data Platform* come cuore dell'infrastruttura tecnologica per consentire una visione unificata del cliente, indipendentemente dal canale di interazione scelto.

Grazie alla nuova piattaforma di marketing automation, Yamamay è in grado di utilizzare complessi algoritmi di Intelligenza Artificiale per identificare il momento, il canale e il contenuto migliori per ciascun cliente. Inoltre, grazie alla potenza di calcolo a disposizione, è possibile clusterizzare i clienti in base alle loro preferenze e alle loro caratteristiche fisiche, nel pieno rispetto delle regole imposte dal GDPR.



13,4 milioni

Sessioni



17

Paesi serviti
(inclusi marketplace)



+14%

Ricavi vs 2022
(esclusi marketplace)



7%

Utilizzo buste
Movopack



W N C S R L M C



Highlights 2023

PERSONE



93%

Dipendenti di
genere femminile



112.877

Ore di formazione
erogate

46%

Ore di formazione
erogate tramite Yamapp



68

Visite LILT per la
prevenzione del tumore
al seno sostenute dalle
dipendenti

107

Visite ANT per la
prevenzione del tumore
alla tiroide sostenute dai
dipendenti



5

Eventi benefici di
Diana ODV

113k€

Ricavi complessivi
Diana ODV

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

01 YAMAPP

02 PRODOTTO

03 PERSONE

04 PIANETA

NOTA METODOLOGICA

INDICE GRI

Yamamay da sempre incarna una cultura aziendale fondata sulla collaborazione delle persone, considerate il patrimonio più importante dell'Azienda.

Le persone, infatti, in quanto principali *Ambassador* delle iniziative legate alla sostenibilità e all'innovazione, hanno la responsabilità di trasmettere ai clienti l'entusiasmo e la passione per la moda responsabile che caratterizza Yamamay.

Il Codice Etico dell'Azienda in primis declina i valori fondamentali per Yamamay, che sono la fiducia, la trasparenza, l'equità e il rispetto reciproco.



Attraverso il Codice Etico Yamamay si impegna a rispettare una serie di principi fondamentali per la gestione delle risorse, tra cui è da segnalare il Principio di "pari opportunità, inclusione e tutela delle condizioni di lavoro", che pervade tutti i momenti del rapporto di lavoro, fin dall'assunzione assicurando un trattamento equo e meritocratico. Altro punto di attenzione è relativo al rispetto dei diritti umani, universalmente riconosciuti a tutti gli esseri umani indistintamente e sanciti dalle più importanti dichiarazioni e convenzioni internazionali.

Yamamay si impegna a creare un ambiente di lavoro che non solo attiri i talenti, ma li sostenga e li incoraggi nel loro percorso di crescita professionale e personale. Questo impegno si manifesta attraverso una serie di iniziative volte a promuovere un ambiente di lavoro stimolante. La comunicazione efficace, la formazione continua, lo sviluppo professionale sono solo alcune delle vie attraverso le quali Yamamay si dedica al miglioramento e al successo dei propri dipendenti. La creazione di un senso di appartenenza e di collaborazione è al centro di alcuni programmi ed iniziative.

L'Azienda monitora la soddisfazione delle proprie risorse attraverso survey di clima periodiche. Questo approccio, promuovendo un clima lavorativo positivo, contribuisce efficacemente al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

In Yamamay risiede un profondo impegno per promuovere un ambiente lavorativo in cui ogni individuo si senta non solo accettato, ma anche valorizzato e parte integrante di un tessuto sociale più ampio. Yamamay promuove attivamente un ambiente libero da qualsiasi forma di discriminazione o molestia, dove ogni individuo è libero di esprimersi appieno, senza timore di pregiudizi o giudizi ingiusti. Yamamay non solo abbraccia la diversità, ma la celebra, riconoscendo che è proprio dalla ricchezza delle esperienze e delle prospettive individuali che nasce la forza del collettivo. In un mondo in cui l'inclusione è un imperativo morale e sociale, Yamamay si distingue per il suo impegno concreto nel creare un ambiente di lavoro rispettoso e gratificante per tutti coloro che vi fanno parte. Yamamay si impegna fermamente a respingere ogni forma di discriminazione, sia essa basata sulla nazionalità, la cultura, il credo religioso, l'appartenenza politica e sindacale, le condizioni di disabilità, l'orientamento sessuale, la lingua o il sesso.

Yamamay si impegna a rispettare, in tutte le politiche di gestione del personale, il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro ("CCNL") per i dipendenti di Aziende del Terziario, della Distribuzione e dei Servizi, ove applicabile, e la normativa e contrattualistica sul lavoro vigente in Italia e all'estero. In aggiunta al Codice Etico, il Gruppo ha altresì predisposto una Politica di diversità, equità, inclusione e pari opportunità la cui entrata in vigore è prevista nel corso dell'esercizio 2024.

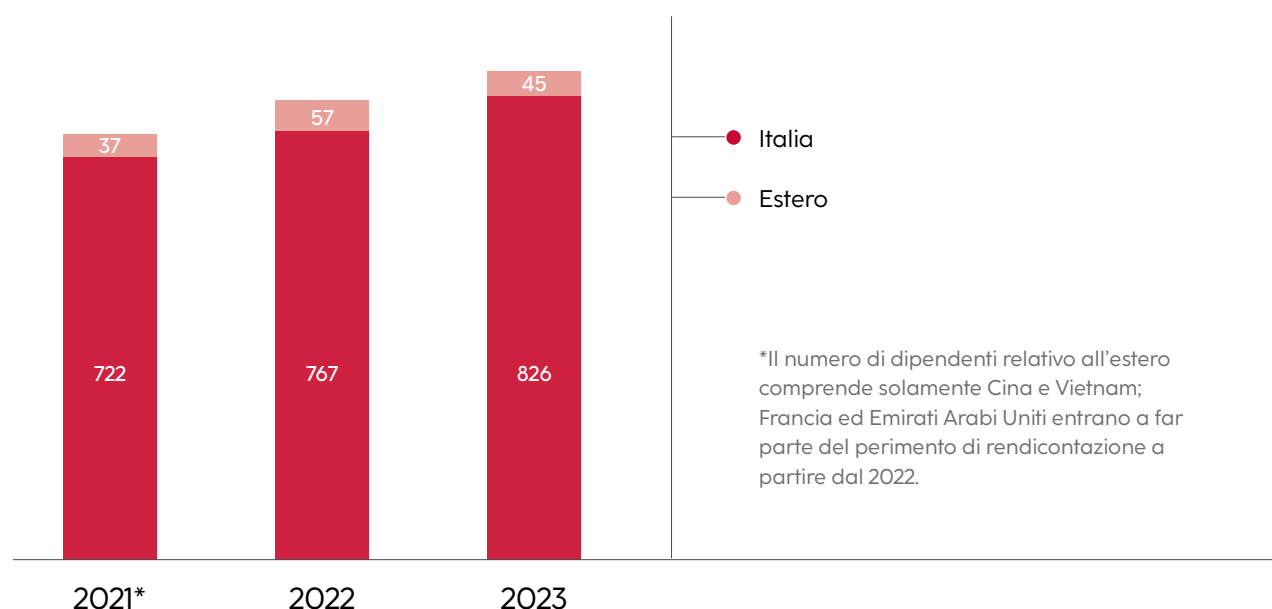
3.1 Gestione, sviluppo e benessere delle persone

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

Al 31 dicembre 2023, i dipendenti di Yamamay risultano essere 871, di cui 826 in Italia e 45 all'estero (Cina, Vietnam, Francia e Emirati Arabi Uniti), in aumento del 6% rispetto all'anno precedente e del 15% rispetto al 2021. Durante il triennio considerato, si è verificato un aumento complessivo del numero di collaboratori all'interno dell'Azienda.

Mentre il numero di dipendenti in Italia ha continuato a crescere costantemente, si è registrata una diminuzione del personale all'estero nel 2023 rispetto all'anno precedente. L'aumento rispetto al 2021 è principalmente attribuibile al fatto che Francia e Emirati Arabi Uniti sono entrati nel perimetro di rendicontazione aziendale solamente nel 2022.

NUMERO DI DIPENDENTI

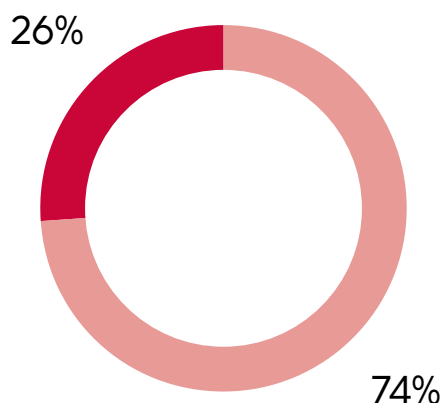


In Italia, l'80% dei collaboratori è dislocato sui punti vendita, mentre il restante 20% è operativo presso la sede aziendale di Gallarate. In Francia ed Emirati Arabi Uniti, invece, tutti i dipendenti svolgono funzioni presso gli store del territorio. Al contrario, in Cina e Vietnam, i collaboratori sono impiegati in attività operative d'ufficio. La maggior parte dei dipendenti in Italia è impiegata con contratto part-time. Tuttavia, mentre

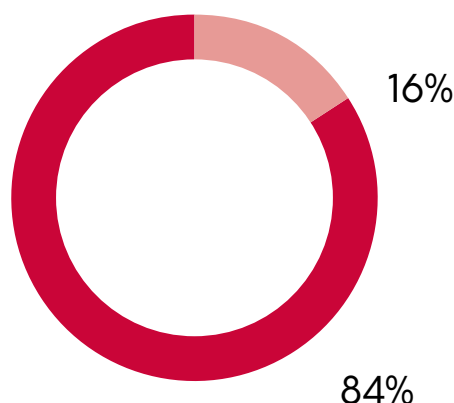
presso l'*headquarter* solamente il 16% dei dipendenti è assunto con contratto part-time, nei negozi si assiste al comportamento contrario: la percentuale si attesta infatti al 74%. In generale, nel corso degli anni il numero di dipendenti in part-time in Italia è continuato a crescere (+9% rispetto al 2022), mentre il numero di full-time è in diminuzione (-11%). Per quanto riguarda l'estero, non ci sono dipendenti inseriti con contratto part-time.

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO (ITALIA)

Punti vendita



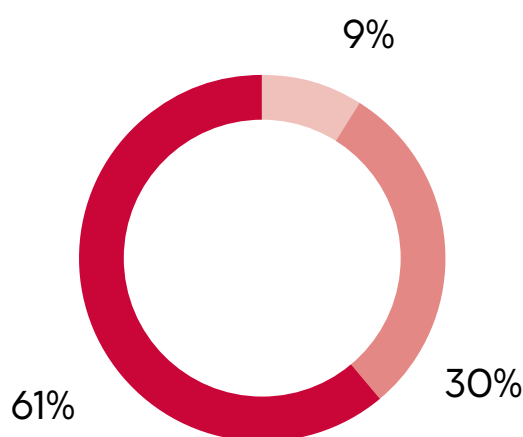
SEDE



La maggioranza dei dipendenti sia in Italia che all'estero è impiegata con contratti a tempo indeterminato, rappresentando il 61% del totale. Il restante 39% è principalmente composto da lavoratori con contratti a tempo determinato (30%) e apprendistato (9%). Rispetto all'anno precedente, si è registrato un aumento significativo nel numero di contratti a tempo determinato (+9%) e di apprendistato (+66%), mentre il numero di dipendenti con contratto a tempo indeterminato è leggermente diminuito (-1%), seppur in modo non significativo.

L'incremento dei contratti a tempo determinato è stato principalmente guidato da aumenti significativi in Italia e negli Emirati Arabi, mentre la situazione è rimasta stabile in Francia e ha subito una diminuzione in Cina e Vietnam. Al contrario, la diminuzione dei contratti a tempo indeterminato è stata causata principalmente da riduzioni nel numero di dipendenti con tale contratto in Francia e negli Emirati Arabi, mentre in Italia, Cina e Vietnam si è osservato un aumento, seppur non significativo.

% DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE



- Apprendistato
- Tempo determinato
- Tempo indeterminato

Per quanto concerne la diversificazione dei tipi di contratti in base al genere, non sono stati evidenziati cambiamenti sostanziali rispetto agli anni precedenti.

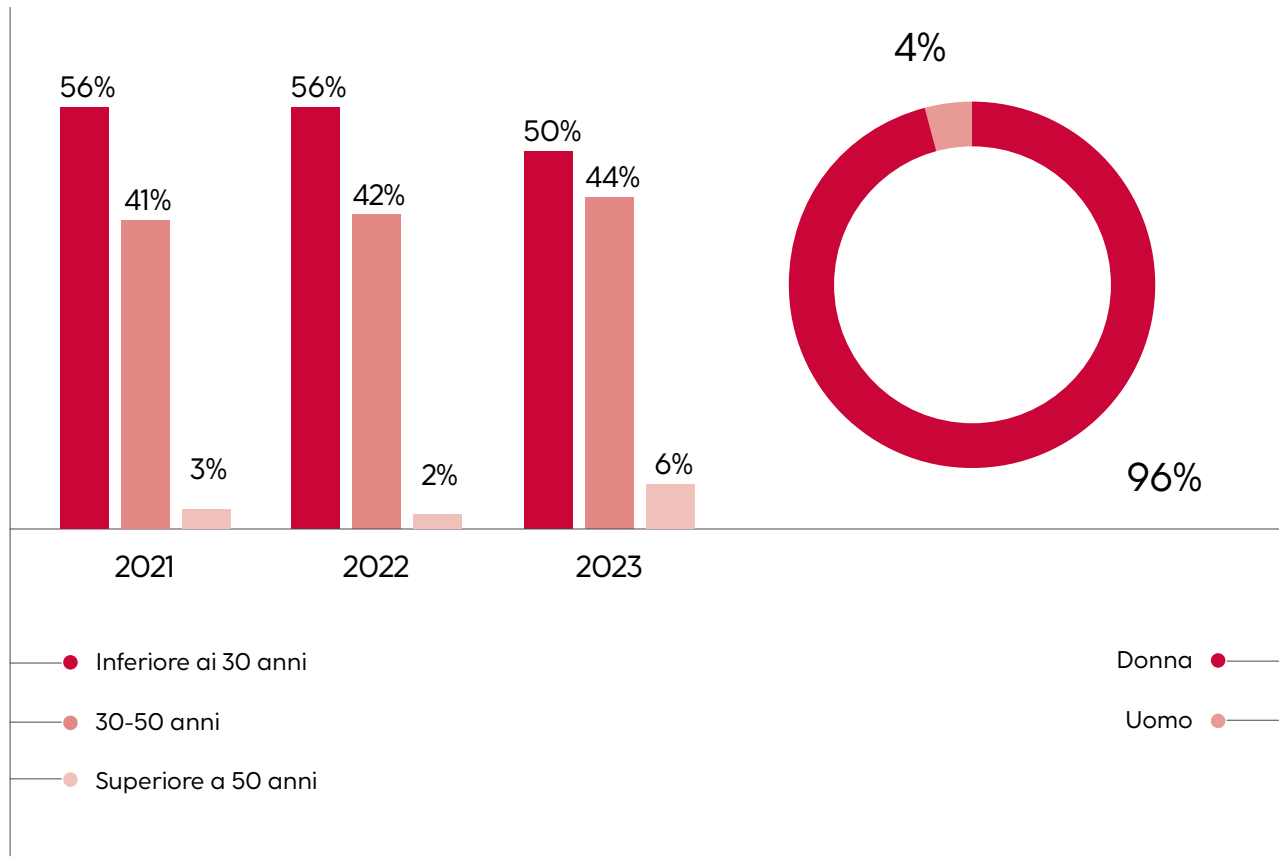
Infatti, per tutte le categorie contrattuali, il rapporto tra uomini e donne è rimasto pressoché costante, con una variazione massima di 3 punti percentuali registrata per la categoria degli apprendisti.

Nel corso del 2023, sono state effettuate complessivamente 597 nuove assunzioni, mentre sono state registrate 522 uscite. Rispetto all'anno precedente, si è riscontrato un aumento delle assunzioni, seppur non significativo. La maggioranza dei nuovi assunti (96%) è di sesso femminile, riflesso principalmente dalla distribuzione di genere del

personale nei negozi. Per quanto riguarda l'età, il 50% dei collaboratori assunti ha meno di 30 anni, mentre il 44% appartiene alla fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni. Le assunzioni di dipendenti con più di 50 anni rimangono piuttosto rare (6%), sebbene si sia registrato un lieve aumento rispetto agli anni precedenti.

DISTRIBUZIONE DELLE ASSUNZIONI PER ETÀ

DISTRIBUZIONE DELLE ENTRATE PER GENERE

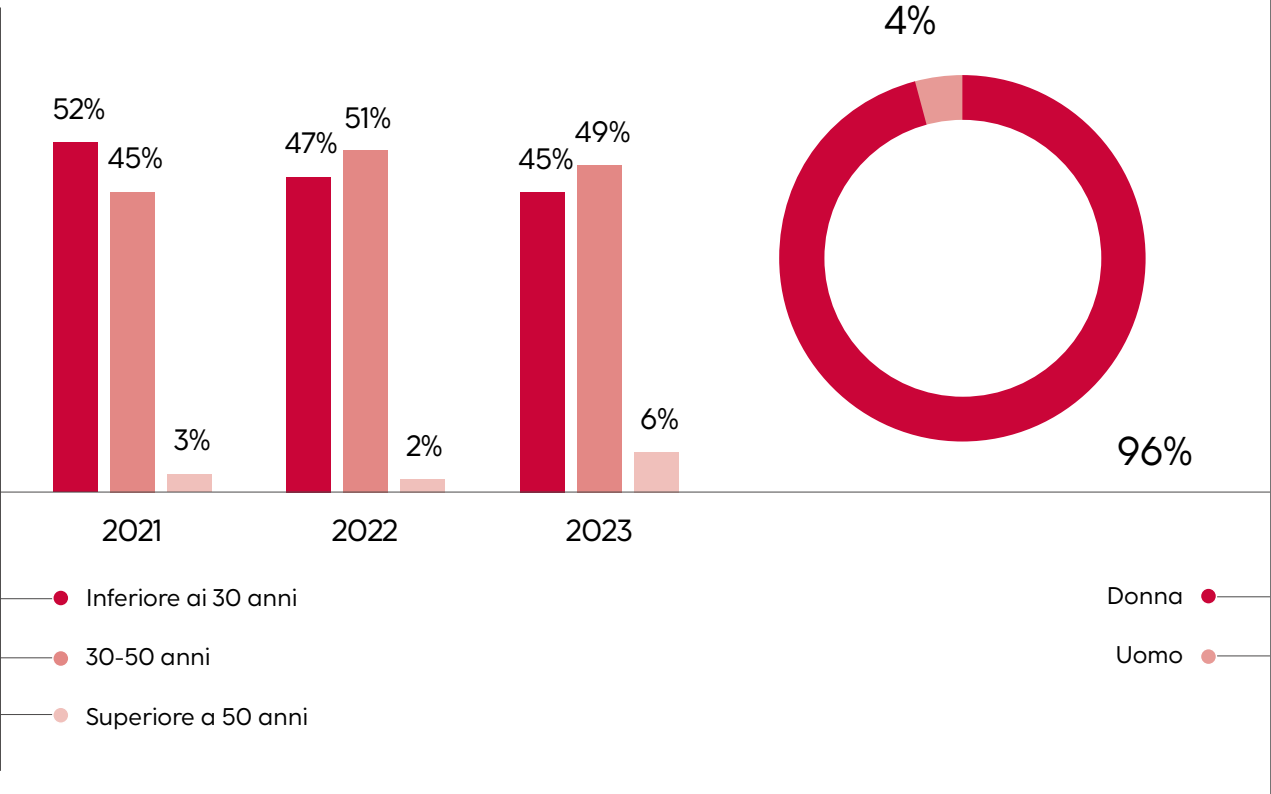


Il numero di uscite registrate si mantiene pressoché stabile rispetto all'anno precedente. Come per le nuove assunzioni, anche la maggior parte dei dipendenti che lasciano l'Azienda è di sesso femminile e rispecchia le

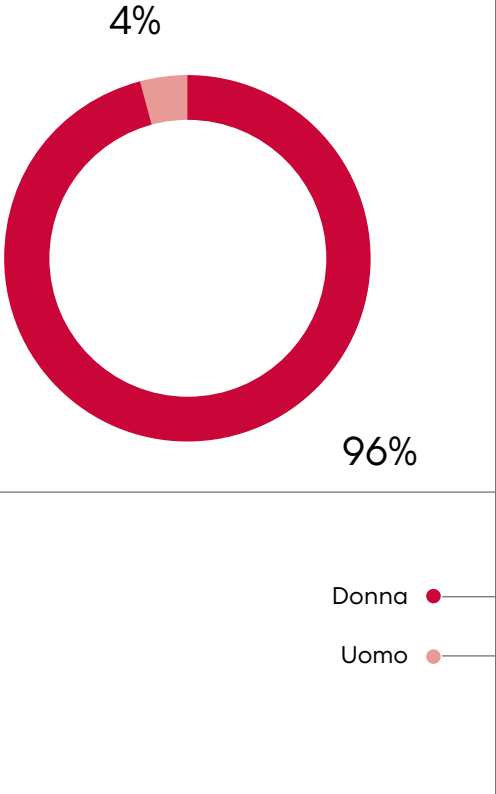
fluttuazioni di personale degli store tipiche del settore retail. Anche la distribuzione per età rimane invariata rispetto al periodo precedente.



DISTRIBUZIONE DELLE USCITE PER ETÀ



DISTRIBUZIONE DELLE USCITE PER GENERE



TASSO DI TURNOVER NEL 2023

	turnover in entrata	turnover in uscita	turnover totale
Sedi	13%	10%	23%
Negozi	83%	73%	156%
Totale	70%	60%	130%

La composizione del personale di Yamamay è soggetta a fluttuazioni nel corso dell'anno, principalmente dovute alla stagionalità riscontrata nei punti vendita durante il periodo dei saldi. Tale fenomeno si traduce in un maggiore impiego delle risorse umane e, in parte, nell'assunzione di nuovo personale per soddisfare le esigenze operative durante i periodi ad alta intensità.

Per quanto riguarda il personale di sede invece, le uscite sono dovute principalmente a dimissioni volontarie, mentre, nel caso in cui fosse l'Azienda a terminare il contratto di lavoro, viene offerto alla persona un servizio di outplacement in grado di offrire una valutazione del profilo sul mercato del lavoro e promuoverlo al fine di ridurre in modo significativo i tempi di ricollocazione.

IL PROCESSO DI RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE ED IL PROGRAMMA DI EMPLOYER BRANDING

Yamamay si impegna nella ricerca di nuovi collaboratori dotati di competenze aggiornate, professionalità specifiche e soft skills sempre più avanzate. Il processo di selezione delle persone in Yamamay assicura condizioni di pari opportunità tra tutti i candidati e trasparenza ed omogeneità dei criteri di valutazione, che consenta a ogni individuo di essere valutato sulla base delle proprie competenze, esperienze e potenzialità.

L'Ufficio Risorse Umane di Yamamay è attivo nella ricerca di nuove figure e talenti da inserire in Azienda utilizzando principalmente la forma di ricerca diretta attraverso i portali dedicati e l'apposita sezione "Carriere", presente sul sito corporate, offrendo così una piattaforma diretta per l'interazione e l'ingaggio dei talenti interessati a far parte della famiglia Yamamay. Attraverso questa sezione, i potenziali candidati possono conoscere meglio l'Azienda e presentare la propria candidatura anche spontanea.

Le figure più ricercate in Azienda sono quelle a supporto della rete di vendita di Yamamay, ovvero District Manager, Store manager e Addetti alle vendite.

In questo contesto, l'*Employer Branding* assume un ruolo strategico nel comunicare messaggi efficaci e attirare nuovi talenti, come dimostrato dall'attiva

partecipazione a numerosi *talent day* presso università e associazioni di settore. Nel 2023, è stata intensificata la collaborazione con scuole professionali e università mantenendo attive una serie di convenzioni per inserire giovani tirocinanti.

Yamamay ha partecipato al Career Day di H-FARM. Tale partecipazione ha permesso a Yamamay di valutare da vicino i talenti formati da H-FARM, esaminando potenziali inserimenti nell'Azienda e creando relazioni significative con altre imprese dell'ecosistema di H-FARM. Questo incontro ha posto le basi per future collaborazioni e scambi di *best practice*, contribuendo a rafforzare la rete di contatti nel mondo del lavoro. Yamamay ha, inoltre, preso parte a un incontro sull'evoluzione delle competenze presso l'Istituto Enrico Tosi di Busto Arsizio, evidenziando l'importanza della sinergia tra istruzione e mondo del lavoro.

Sono state discusse le nuove competenze richieste dal mercato del lavoro, con un focus particolare sull'apprendistato di primo livello e sulla preparazione degli studenti per le sfide future. La partecipazione di ospiti qualificati ha arricchito il dibattito, offrendo spunti e prospettive interessanti sulle tendenze e le opportunità nel mondo del lavoro.

LE UNIVERSITÀ E GLI ISTITUTI CON CUI COLLABORA YAMAMAY

	Istituto Gadda Rosselli Gallarate
	LIUC Università Cattaneo
	Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana (SUPSI)
	24ORE Business School
	Università degli Studi di Milano Bicocca
	Istituto Tecnico Economico Enrico Tosi

7

Stage curriculari

presso la sede



30

Stage extracurriculari

presso la sede

di cui

8 assunti
nel 2023

239

Stage extracurriculari

negozi

di cui

46 assunti
nel 2023

Nel corso del 2023 sono stati ospitati 7 studenti nell'ambito dei programmi di alternanza scuola-lavoro con gli istituti superiori locali.

FORMAZIONE

Yamamay tiene a valorizzare il suo capitale umano attraverso la promozione di un apprendimento continuo, che abbraccia sia le competenze *hard* sia *soft*, una crescita professionale strutturata e la condivisione della conoscenza.

Nel perseguire questo obiettivo, l'Azienda si affida a Yamacademy, la *corporate school* di riferimento per tutte le attività formative, sia in aula presso l'Academy di Gallarate sia in modalità digitale svolta attraverso due strumenti: il portale web di Yamacademy e, a partire dal 2021, la Yamapp, per tutti i dipendenti, inclusi i dipendenti dei negozi affiliati.

Yamacademy, diventata un pilastro fondamentale dell'Azienda, si pone l'obiettivo di diffondere, sviluppare e innovare la cultura della formazione e della crescita personale, abbracciando il concetto di *lifelong learning*, fondamentale per l'acquisizione costante di competenze, sia professionali che personali. La Yamacademy sta realizzando un programma di ristrutturazione interna al fine di ridurre la rotazione del personale di vendita e di miglioramento delle performance aziendali.

Il portale Yamacademy costituisce un supporto fondamentale alle attività formative, essendo il contenitore di gran parte dei materiali utilizzati per la formazione.

Grazie alla sua struttura, i dipendenti possono accedere a manuali, documenti, corsi e altre risorse utili per il loro sviluppo professionale e personale. Attraverso la sezione "documenti", infatti, gli utenti possono accedere a una vasta gamma di manuali che spaziano su vari argomenti, tra cui tecnologia dell'informazione, omnicanalità, marketing, shopping experience, prodotto, sicurezza, visual merchandising e linee guida aziendali. Questi manuali forniscono una guida dettagliata per comprendere e mettere in pratica i processi amministrativi e comunicativi, nonché informazioni sui listini commerciali e tutorial video che illustrano le caratteristiche principali delle nuove collezioni, offrendo supporto diretto al personale di vendita. La sezione "formazione" consente un facile accesso alle piattaforme dedicate ai corsi di sicurezza, lingua e apprendistato, e offre la possibilità di iscriversi direttamente ai corsi in presenza.

Oltre al materiale formativo, il portale include una sezione "talent", dove le persone possono profilarsi e partecipare a percorsi di crescita interni e aderire a progetti speciali dell'Azienda. Nella sezione "sostenibilità", i dipendenti possono visualizzare le iniziative aziendali nell'ambito ESG e il giornale aziendale "Green Trends Review" raccoglie mensilmente gli articoli più importanti, completando le attività di divulgazione interna.

La Yamapp, piattaforma formativa online, accessibile da qualsiasi dispositivo e dotata di una struttura di gamification, permette ai dipendenti italiani e esteri, degli store diretti e affiliati, di accedere a percorsi formativi interattivi e di migliorare le proprie competenze in modo flessibile.

BREAKDOWN ORE FORMAZIONE EROGATA NEL 2023

Modalità di erogazione	Numero ore	di cui sede e punti vendita	di cui punti vendita affiliati
A distanza	102.233	97.838	4.395
In aula	8.580	5.874	2.706
On the job	2.064	2.064	0
Totale	112.877	105.776	7.101

Le ore di formazione erogate da Yamamay ai propri dipendenti nel corso del 2023 sono state 105.776 contro le 14.248 del 2022. Tale incremento si è potuto registrare grazie al Fondo Nuove Competenze che ha permesso di finanziare un importante programma formativo focalizzato sulle tematiche di sostenibilità e della trasformazione digitale, avviato nel 2022 dall' Ufficio Formazione.

Come previsto dalle linee guida del bando, Yamamay ha implementato 21 percorsi formativi dedicati a tutti i dipendenti in Italia, sia della sede sia dei punti vendita sul territorio, per una durata di 18 settimane. I dipendenti sono stati suddivisi in 17 cluster, al fine di creare percorsi personalizzati per ognuno di loro, in relazione alla

mansione ricoperta in Azienda. Il progetto ha previsto sia formazione a distanza sia in aula, per un totale di circa 88.000 ore di formazione destinate a 575 dipendenti. Le ore di formazione erogate al netto di questo progetto si attestano a 17.812, +25% rispetto allo scorso anno.

Il progetto Fondo Nuove Competenze ha rappresentato un'opportunità unica per sviluppare le competenze professionali e personali delle risorse, supportando così la trasformazione organizzativa dell'Azienda attraverso l'acquisizione di nuove conoscenze nelle aree dell'innovazione, della digitalizzazione e della sostenibilità.



Di seguito i principali argomenti trattati:

- ✂ Ottimizzazione delle potenzialità dei principali tools digitali utilizzati nelle organizzazioni;
- ✂ Change Management e Digital Transformation nel mondo del retail;
- ✂ La sostenibilità nelle organizzazioni ed elementi specifici della sostenibilità in Yamamay;
- ✂ Sviluppo sostenibile del prodotto nel settore moda;
- ✂ Come crescere e avere successo grazie alle persone.

Ed i principali obiettivi di:

- ✂ Incrementare l'efficienza dei processi aziendali tramite l'abilitazione delle persone all'impiego di strumenti e ambienti digitali, sia a fini di svolgimento delle mansioni inerenti il proprio ruolo, sia nell'ottica di migliorare la comunicazione interna ed esterna all'Azienda, nonché le modalità di collaborazione intra e inter-funzionale e le relazioni con clienti e fornitori.
- ✂ Assicurare una conoscenza comune dei fattori distintivi dell'Azienda e dell'impegno profuso nella ricerca di soluzioni innovative ed eco-sostenibili, con riferimento sia alle modalità e strumenti di produzione sia alle caratteristiche uniche dei prodotti.
- ✂ Incrementare la consapevolezza delle persone in merito alle politiche di sostenibilità e di ricorso a soluzioni di economia circolare adottate dall'Azienda come strumento di salvaguardia dell'ambiente e di attenzione alla società, anche nell'ottica di rafforzare l'azione di sensibilizzazione dei clienti.

Sebbene il 98% della formazione sia stata erogata in modalità eLearning, il progetto ha incluso anche tre percorsi di aula:

- 1. OKR – Objectives and Key results** per i dipartimenti Ricerca e Sviluppo e CSR, con l'obiettivo di sviluppare una visione strategica rispetto ai temi della Sostenibilità (ESG) e la definizione di obiettivi di valore per il team e le persone. La metodologia degli OKRs per la performance di impatto e l'ingaggio delle persone consente di avere un approccio *evidence based* della performance con una chiara definizione della prestazione e contribuzione attesa dal singolo e dal team ed una chiara misurazione degli impatti e dei risultati. Questa metodologia consente di potenziare l'*empowerment* delle persone e di sviluppare una leadership inclusiva con la co-definizione di un piano di sviluppo costruito sulla valorizzazione di punti di forza della persona e del team per poter facilitare, in maniera generativa, il potenziamento di aree di debolezza e dare un contributo significativo agli obiettivi definiti.
- 2. Crescere insieme: come i Team di Successo guidano i cambiamenti** destinato ai seguenti Uffici: Digital / Comunicazione, IT, Servizi Corporate Staff, Creativi, Specialisti di Prodotto, Specialisti di Prodotto, Modelleria, Servizi Corporate Staff, HR Formazione. L'obiettivo di questo percorso formativo è stato quello di aiutare le persone ad avere competenze, capacità, metodologie e strumenti, adeguandosi al nuovo modo di interagire e comunicare dei clienti. I partecipanti sono stati coinvolti nelle metodologie per cambiare le abitudini ed investire utilmente energie e tempo, dare e ricevere feedback efficaci e guidare il cambiamento.
- 3. Sviluppo sostenibile del prodotto nel settore moda** indirizzato ai dipartimenti Ricerca e Sviluppo e Fashion Design. Il percorso pensato per l'approfondimento delle conoscenze di base sui criteri che definiscono il design di prodotto moda e del colore in una logica di sostenibilità ha previsto una sezione dedicata all'utilizzo del colore e le infinite possibilità di combinazione delle armonie e dei contrasti cromatici, unitamente ad una esercitazione nella progettazione del prodotto.

Il gruppo di formatori interno a Yamamay ha continuato con successo ad organizzare tour formativi stagionali dedicati ai punti vendita su tutto il territorio nazionale. Nel corso 2023 la rete di vendita è stata coinvolta nei seguenti corsi:

- ✂ Il **CORSO BASE**: costituito da due giornate di aula dedicate alle caratteristiche del prodotto basic in abbinamento a tecniche di vendita e alle basi della gestione visual di negozio. Nelle 8 sessioni del 2023 sono state ospitate in Academy 214 risorse tra sales assistant, store manager, district manager e franchisee.
- ✂ Il tour **PRESENTAZIONE COLLEZIONI MODA** (edizione Summer23 e Xmas23): incontri di approfondimento sulla collezione entrante con lo scopo di facilitare la vendita di inizio stagione. Vengono affrontati diversi aspetti della collezione: la struttura, le tendenze, i mood, licenze, strategie di vendita applicate. Girando per tutta Italia, le formatrici di prodotto e tecniche di vendita hanno raggiunto 754 persone, tra punti vendita diretti e affiliati.

Sul portale Yamamay Academy è stata recentemente lanciata una nuova sezione denominata "REELS COLLEZIONI MODA". Questa sezione è stata ideata e realizzata a cura delle retail trainers. Essa consiste in una serie di video-tutorial di facile e immediata comprensione, dedicati alle linee delle collezioni moda in arrivo.

I reels si sono dimostrati uno strumento efficace per illustrare con semplicità e creatività le potenzialità delle collezioni. Essi consentono di fornire dettagli approfonditi sui prodotti e molteplici opportunità di abbinamento, risultando ideali per favorire il cross-selling. Questo approccio moderno alla fruizione dei contenuti è simile a quello utilizzato dalle piattaforme social.

In ottobre Yamamay ha avviato il progetto di ridefinizione dei negozi scuola coinvolgendo 15 store manager nel ruolo di tutor per una formazione avanzata dal titolo TRAIN THE TRAINER. Il progetto ha l'ambizioso obiettivo di uniformare il metodo di trasferimento delle conoscenze tecniche e dei valori aziendali e di allineare le modalità di erogazione, verifica e valutazione della formazione tra tutti i punti vendita. Gli store manager si occuperanno della formazione di varie figure aziendali: staff di nuovi punti vendita, store manager e district manager neoassunte/i.

Nel 2023 attraverso una risorsa interna di Yamamay è stato avviato per la prima volta un percorso formativo in Francia ed Emirati Arabi per un totale di 457 ore, sia per i negozi diretti sia per gli affiliati sulle tematiche di prodotto e sicurezza sul luogo di lavoro. La risorsa, inoltre, ha svolto la formazione anche per alcune società del Gruppo Pianoforte, escluse dal perimetro di rendicontazione, in particolare in Croazia, Macedonia e Serbia per un totale di 1469 ore.

Grande attenzione è stata posta anche nei confronti dei membri della rete commerciale e sviluppo, retail manager e area manager del mercato Italia ed Estero, i quali sono stati coinvolti nel seminario "EVOLUTION", un percorso di crescita professionale focalizzato sulle capacità relazionali e negoziali con l'obiettivo di

rafforzare le tecniche di comunicazione e contrattazione di risorse che ricoprono ruoli strategici nel modello di business Yamamay, gestire efficacemente il portafoglio clienti attuale e potenziare il business contribuendo all'evoluzione del brand nel mercato di riferimento. Con il supporto di un performance trainer, il seminario ha raggiunto l'obiettivo di potenziare il business attraverso il rafforzamento delle capacità relazionali e negoziali dei destinatari.

Sempre nell'ottica di rispondere alle esigenze emergenti del mercato e di garantire la competitività di Yamamay, l'Azienda ha partecipato al workshop "Generative AI for Retail" sul tema dell'Intelligenza Artificiale applicata al mondo del retail, tenuto dagli esperti di innovazione di Retail Hub. Durante questo evento, sono state esplorate le potenzialità delle tecnologie Generative AI nel settore retail ed illustrati i migliori casi d'uso, attraverso un'esercitazione pratica.

Nell'ambito della UN Global Compact Academy, sono stati svolti diversi accelerator, programmi semestrali che approfondiscono un tema specifico, le cui ore non sono rientrate nel consuntivo della formazione. Alcune risorse di Yamamay hanno partecipato ai seguenti corsi:

- ✂ **Climate Ambition**: avente lo scopo di apprendere la metodologia utile a stabilire degli SBT gestendo le categorie di emissione e coinvolgendo il personale di Yamamay.
- ✂ **Target Gender Equality**: l'accelerator che ha l'obiettivo di sostenere l'Azienda nell'adottare azioni significative per l'SDG 5.5 e 8.5 con l'ambizione di porre obiettivi realistici per l'uguaglianza di genere, la leadership femminile e la parità di retribuzione.
- ✂ **SDG Ambition**: il corso, iniziato nel 2023, e conclusosi nel primo trimestre del 2024 ha consentito l'acquisizione di competenze sulla prioritizzazione delle azioni e obiettivi per accelerare il contributo delle aziende agli SDG (*Sustainable Development Goals*).

Partecipanti agli accelerator

Climate Ambition

2 risorse della
funzione CSR

Target Gender Equality

2 risorse della
funzione HR

1 risorsa della
funzione CSR

SDG Ambition

2 risorse della
funzione CSR

YAMAPP

Nel 2023 la formazione attraverso Yamapp ha rappresentato, senza considerare il progetto Fondo Nuove Competenze, il 46,4% delle ore totali.

La grande novità 2023 di Yamapp è rappresentata dal lancio dei percorsi di On-boarding dedicati ai nuovi membri degli staff di punto vendita. I percorsi sono costituiti da brevi ed efficaci pillole video che trattano due temi fondamentali per una prima comprensione del mondo Yamamay:

Le principali Serie Basic

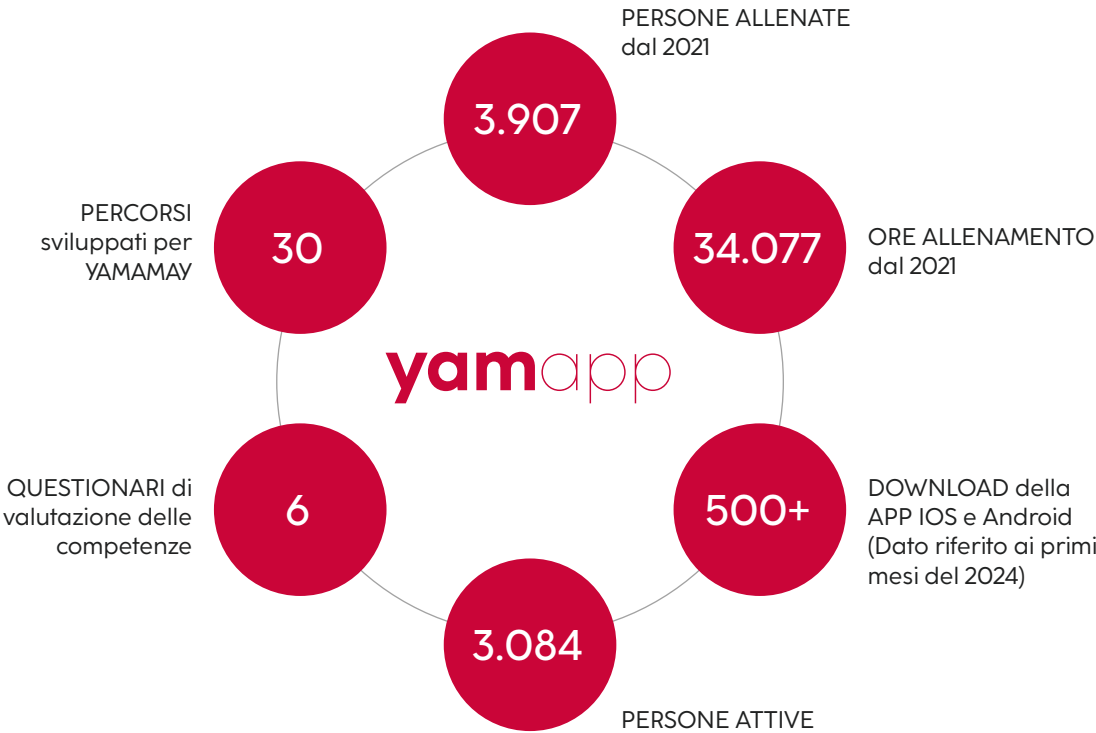
Le tecniche di comunicazione e vendita

Questo progetto ha risposto alla specifica esigenza espressa dal territorio, in particolare dalle District Manager, di avere a disposizione uno strumento immediato e flessibile che consentisse ai nuovi arrivati di immergersi fin da subito nel mondo del negozio Yamamay e mettere a fuoco le priorità del brand all'interno dei propri punti vendita. I percorsi forniscono informazioni su come presentarsi in negozio, assistere le clienti durante la vendita, comunicare i principali valori del brand, oltre ad una conoscenza approfondita delle serie basic più vendute.

Nel corso del 2023, l'Azienda ha replicato il successo dell'anno precedente organizzando il Campionato Yamapp. Tutte le risorse hanno avuto l'opportunità di mettersi alla prova partecipando e lanciando sfide a quiz ai membri delle squadre avversarie. Durante l'evento natalizio si è svolta la finale del campionato Yamapp, seguita dalla premiazione della squadra vincitrice. Ciascun membro del team ha ricevuto un importo da utilizzare per servizi di welfare. Nel 2024, per migliorare l'usabilità di Yamapp, sono state apportate diverse migliorie al sistema, inclusa la creazione di un'app dedicata e l'implementazione di un sistema di accesso unico.

Yamamay, nel 2023 è stata ufficialmente riconosciuta come una "learning friendly company" grazie alla sua candidatura al premio "SkillMatch Award". Questo prestigioso riconoscimento, nato nel contesto del progetto "CROSS-BORDER SKILL (MIS)MATCHING", mira a premiare le aziende attive nell'area insubrica che si distinguono per la loro sensibilità e impegno nel campo della formazione, confermando l'impegno di Yamamay nel promuovere lo sviluppo delle competenze dei propri dipendenti. La premiazione, avvenuta a Bellinzona, in Svizzera, è stata un'occasione significativa per il team Yamamay di partecipare a una tavola rotonda e condividere esperienze ed idee nel campo della formazione. L'obiettivo principale per il 2024 è di rinnovare la Yamacademy, arricchendola di contenuti (20 moduli) e assicurando la massima flessibilità di fruizione grazie all'utilizzo di strumenti digitali.

STATISTICHE YAMAPP DAL 2021 AD OGGI



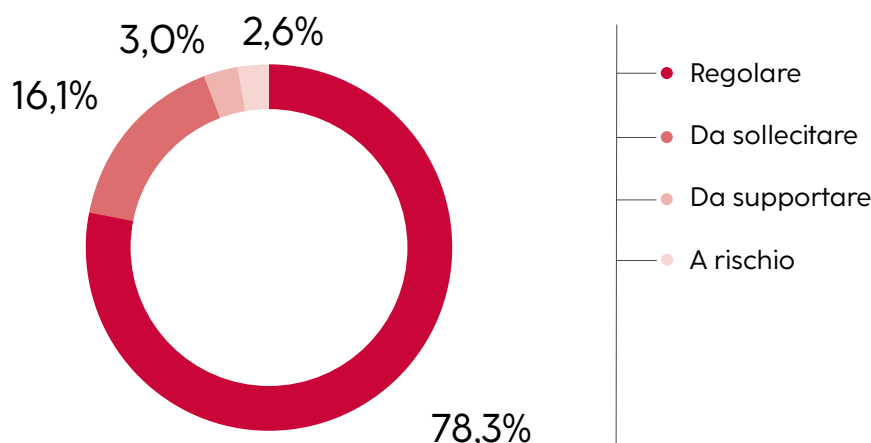
La percentuale di utenti attivi/non attivi rimane in linea con il 2022 e non fa registrare alcun aumento o diminuzione. La popolazione di sede attiva invece è aumentata del 4% nel 2023 a conferma dell'efficacia della modalità di gaming associata al contest applicata in sede. Gli utenti "a rischio" sono coloro che non hanno effettuato alcun percorso sulla YamaApp.

La retention di Yamapp si attesta sui medesimi valori del 2022, dunque pari al 78% e conferma come gli utenti attivi usufruiscano dei corsi in modo regolare.

La costanza degli utenti invece è aumentata del 4%, pari all'85%. La precisione, la quantità di risposte corrette medie dei partecipanti, è aumentata del 5% rispetto al 2022, arrivando all'82%.

Anche l'efficacia dei test out, dunque la precisione al termine del percorso, solitamente più alta della precisione media, è aumentata di un punto percentuale rispetto allo scorso anno, dunque l'86% degli utenti dimostra di essere preparato alla fine del corso.

LIVELLO DI ALLENAMENTO DELLA POPOLAZIONE ATTIVA



YAMACADEMY PER GLI AFFILIATI

I dipendenti dei *franchisee* sono in parte inclusi nel sistema formativo Yamamay Academy: essi, infatti, come i dipendenti di sede e dei punti vendita diretti possono usufruire dei tools digitali dedicati alla formazione eLearning e partecipare alle aule in presenza.

Il personale di vendita dei negozi affiliati può utilizzare il portale Yamamay Academy, così come la Yamapp; nel 2023 le ore di formazione dedicate agli affiliati sono state 7.101.

Yamay promuove ampiamente la partecipazione agli eventi formativi di tutto il personale dei punti vendita affiliati e l'utilizzo da parte loro degli strumenti digitali aziendali, grazie ad una comunicazione inclusiva, ugualmente destinata a tutti gli store della catena. Tali percorsi includono tour di presentazione delle collezioni moda, incontri sul territorio in occasione del lancio delle nuove collezioni, formazione *on the job* e il corso base.

Anche nel 2023 Yamapp si è confermato un valido strumento di supporto per la formazione del canale franchising che ha beneficiato di circa 4.395 ore di training.

Il principale obiettivo formativo nei confronti della rete franchising è quello della massima inclusione e di fornire il medesimo livello di formazione dedicato ai punti vendita diretti. Questo è dimostrato dal fatto che tutte le risorse di territorio hanno accesso agli stessi strumenti formativi: la totalità dei moduli Yamapp, tutti gli appuntamenti programmati nel calendario Yamacademy, dal corso prodotto ai tour di presentazione delle collezioni moda, il materiale didattico disponibile sul repository virtuale di Yamamay Academy.

yamapp I numeri del 2023

11.450	172.007
Ore di formazione erogate	Sessioni di allenamento svolte
2.013	146
Utenti iscritti alla piattaforma	N° medio di sessioni per utente attivo
7 ore e 48 minuti	3 minuti e 2 secondi
Tempo medio di allenamento per utente attivo	Tempo medio di svolgimento per sessione

PROMOZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Yamamay, attraverso il dipartimento Risorse Umane, si impegna a valorizzare e promuovere lo sviluppo delle persone secondo criteri di merito e trasparenza.

Il modello di sviluppo si concentra sull'assicurare l'allineamento dell'assetto professionale e manageriale alle esigenze espresse dal Piano strategico, dall'evoluzione del business e dalla conseguente struttura organizzativa.

Tutto il personale dei punti vendita diretti in Italia beneficia di un sistema incentivante sulla base degli obiettivi legati alla performance del punto vendita stesso. Inoltre, sono stati assegnati MBO e piani di carriera a *key people* individuati all'interno del personale di sede identificate dal Comitato Direttivo.

Yamamay ha identificato 5 categorie di beneficiari di piani incentivanti come illustrato di seguito.

PIANI VERTICALI

Key people evolutive destinate al raggiungimento di posizioni di maggior responsabilità.

PIANI ORIZZONTALI

Key people destinate all'accrescimento del livello di competenze operative o destinate a job rotation e/o enlargement.

MBO

Dirigenti, Responsabili di funzione e figure che gestiscono budget rilevanti.

PREMIO RESPONSABILI

Responsabili di funzione che non gestiscono budget rilevanti.

PREMIO SEDE

Rivolto a tutti gli altri dipendenti che non rientrano nei piani incentivanti sopra descritti e con aumento 9 mesi di anzianità nel 2023.



Il resto della popolazione aziendale in Italia beneficia di un sistema incentivante legato al raggiungimento degli obiettivi economici dell'Azienda definiti annualmente.

Nel 2023, con riferimento agli obiettivi 2022, sono stati erogati 500€ in fringe benefit per tutte le risorse di sede non comprese nei sistemi incentivanti. Per quanto concerne gli obiettivi 2023, a causa del mancato raggiungimento degli obiettivi aziendali, le premialità legate a tale risultato non sono state erogate, mentre sono stati riconosciute le premialità legate agli obiettivi qualitativi laddove conseguiti. Nel mese di dicembre 2023 sono stati elargiti 100€ in fringe benefit per tutto il personale di Yamamay e 50€ per gli stagisti.

La valutazione delle performance viene svolta dall'ufficio Risorse Umane attraverso colloqui individuali e ha coinvolto 157 dipendenti di sede e 685 dipendenti dei punti vendita.

Attraverso il sistema di valutazione delle performance individuali, Yamamay si pone l'obiettivo di migliorare le prestazioni aziendali favorendo l'evoluzione delle capacità delle risorse e la definizione di piani di crescita. Durante la valutazione delle prestazioni, ciascun dipendente ha l'opportunità di essere valutato in base a obiettivi chiari e misurabili, ricevendo un feedback aperto e strutturato dal proprio Responsabile.

Questo processo permette di riconoscere i punti di forza e di identificare le aree di miglioramento per le quali vengono pianificate azioni specifiche volte a consolidare le competenze.



COMUNICAZIONE INTERNA

Yamamay utilizza come strumento di comunicazione interna una intranet aziendale, introdotta nel 2021 con l'obiettivo primario di ottimizzare i processi interni e promuovere una maggiore collaborazione tra i dipendenti, potenziando così il loro coinvolgimento nell'organizzazione. Questa piattaforma integrata offre una vasta gamma di funzionalità per agevolare l'accesso e la condivisione di informazioni cruciali. Tra i contenuti presenti vi sono documenti fondamentali come il Welcome Book aziendale, la Travel Policy, il Manuale sulla Sicurezza, il Modello Organizzativo 231 & Codice Etico, oltre all'organigramma aziendale e alle iniziative di Welfare.

Dal portale è possibile collegarsi direttamente ad altri servizi essenziali quali Inaz, Welfare HUB, Oracle BI e Yamacademy, semplificando così l'accesso alle risorse aziendali. Un sistema di note spese digitali è stato implementato per migliorare la tracciabilità delle richieste e accelerare i processi, rispondendo contemporaneamente alle esigenze di sostenibilità ambientale.

Yamamay pubblica regolarmente news su nuovi progetti e iniziative, mentre il Menù del ristorante aziendale viene aggiornato quotidianamente per informare i dipendenti sulle opzioni disponibili per il pranzo.

Per facilitare l'onboarding dei nuovi assunti, è stata creata una pagina dedicata sul portale di formazione, offrendo loro gli strumenti necessari per integrarsi rapidamente nella cultura aziendale e migliorare la loro retention.

È stata introdotta, infine, una pagina dedicata alla condivisione dei mezzi di trasporto tra dipendenti, favorendo il carsharing e il carpooling e contribuendo così agli obiettivi ambientali dell'azienda.

Nel corso del 2023, Yamamay ha introdotto il collegamento a WonderMiles, una piattaforma dedicata alle prenotazioni di voli, treni e hotels in linea con la

Travel Policy aziendale. Questa innovativa soluzione permette ai dipendenti di effettuare prenotazioni in modo diretto e autonomo, semplificando i processi e migliorando l'efficienza operativa.

Una nuova area è stata creata per ospitare circolari e notizie relative alle risorse umane, fornendo un contenitore dedicato per comunicazioni importanti, aggiornamenti e informazioni sui comitati aziendali. Questo permetterà una maggiore trasparenza e una migliore gestione delle informazioni interne all'azienda.

Yamamay ha introdotto una sezione dedicata alla sostenibilità e ai progetti CSR. Questo evidenzia l'impegno dell'azienda verso pratiche responsabili e la promozione di iniziative volte a contribuire positivamente alla società e all'ambiente.

Sono state create, inoltre, due sezioni ad hoc denominate "Box Policy" e "Box Compliance". Nel "Box Policy" sono raccolte la Travel Policy e le norme per l'utilizzo degli strumenti informatici, mentre nel "Box Compliance" sono presenti informazioni riguardanti il whistleblowing e il D.Lgs. 231/01. Queste sezioni forniscono un punto di riferimento essenziale per i dipendenti, consentendo loro di accedere facilmente alle informazioni necessarie per adempiere ai requisiti normativi.

Un importante aggiornamento è stato introdotto per l'Intranet dei punti vendita, consentendo l'archiviazione e la visualizzazione delle circolari promozionali. Questo upgrade mira a promuovere l'utilizzo regolare dell'intranet da parte dei negozi, preparando il terreno per l'eventuale estensione dell'accesso agli affiliati nel 2024.

Sempre nel 2024 è prevista un'implementazione del portale di academy e un contestuale rilascio della nuova versione della intranet aziendale, con sistema single sign on e nuove funzionalità atte a favorirne l'utilizzo.

WELFARE E BENESSERE

Il benessere delle proprie risorse, priorità assoluta per Yamamay, è riflesso nelle iniziative di *welfare* aziendale offerte attraverso il Progetto Welfare Yamamay. Il progetto, lanciato nel 2019, offre diverse iniziative di welfare a tutti i dipendenti dei punti vendita, store manager, district manager e le loro famiglie, senza distinzione tra dipendenti full-time e part-time. Dal 2020, il programma è stato esteso a tutta la popolazione aziendale in Italia. I dipendenti hanno la possibilità di usufruire del piano di welfare in due modalità: attraverso il rimborso delle spese, dove il dipendente acquista il servizio e successivamente viene rimborsato dell'importo stabilito, o mediante l'acquisto diretto da parte del gestore.

Nel primo caso, i dipendenti possono selezionare i benefit disponibili tramite un portale online dedicato, dove è possibile anche gestire le richieste e le pratiche relative di inoltro dei giustificativi di spesa.

Il Progetto Welfare Yamamay ha consentito di erogare ai dipendenti un importo maggiore, essendo esente da tassazione, grazie alla collaborazione con un partner di primo piano, altamente apprezzato anche da altre aziende italiane leader nel settore del retail. Il Piano di Welfare implementato è completamente allineato ai valori fondamentali che guidano le nostre azioni ed è strutturato secondo le sezioni indicate nella tabella seguente:

AMBITI		ATTIVITÀ
	Ricreazione e sport	Beauty farm, terme, fitness, palestre, impianti sportive, viaggi, iscrizioni a club privati e associazioni, ingressi e abbonamenti a cinema, teatri o musei, abbonamenti a quotidiani e riviste, corsi hobbistici ed extraprofessionali, corsi linguistici, corsi culturali
	Assistenza familiare	Assistenza domiciliare per anziani over 75, rimborso spese per servizi a supporto di familiari non autosufficienti, servizi di cura per familiari e anziani
	Istruzione scolastica	Asili infantili, centri estivi e invernali, test scolastici, rimborso tasse per scuole di ogni ordine e grado, servizio di rimborso per babysitter
	Voucher	Ristoranti convenzionati, buoni spesa, buoni carburante e buoni shopping
	Abbonamento trasporto pubblico	Agevolazioni o rimborso trasporti pubblici per sé e i propri familiari a carico

I dipendenti assunti a tempo indeterminato hanno la possibilità di accedere al pacchetto di agevolazioni sanitarie fornito dal Fondo Est. Inoltre, nel corso del 2023 viene mantenuto un giorno di smart working settimanale, consentendo ai dipendenti di gestire in modo più flessibile il loro tempo e favorire un migliore equilibrio tra vita professionale e personale.

Durante l'anno, Yamamay ha organizzato diversi "Company Party", che hanno visto una partecipazione significativa da parte dei dipendenti. Sono stati organizzati, inoltre, tornei di calcetto e ping-pong, offrendo ai dipendenti l'opportunità di divertirsi insieme e rinforzare i legami all'interno dell'Azienda. In aggiunta, Yamamay ha stretto partnership significative per favorire il benessere delle proprie risorse che offrono vantaggi tangibili, aderendo a due portali che offrono convenzioni e sconti: Confimprese Employee Club e CORPORATE BENEFITS.

Yamamay ha introdotto, inoltre, una convenzione con Green Padel Malpensa, un centro dedicato allo sport e all'aggregazione sociale, progettato per offrire un'esperienza divertente, sicura e piacevole. Questa collaborazione è stata istituita per offrire ai dipendenti vantaggi e opportunità nel settore sportivo e sociale.

Nell'anno di riferimento, Yamamay ha condotto due indagini di clima specificamente rivolte al personale di sede. Queste indagini sono state progettate per valutare il livello di soddisfazione e il senso di appartenenza dei collaboratori. Il livello di soddisfazione dei dipendenti è stato inserito tra i KPI centrali della Sustainable Balance Scorecard.

La prima indagine è stata condotta nel mese di luglio in collaborazione con Confindustria Varese e Univa Servizi, nell'ambito del progetto "People 100%". Questo questionario mirava a valutare il livello di energia percepito dai dipendenti e il senso di appartenenza. Dalla survey è emerso un indice di soddisfazione del 64% la cui analisi è stata condivisa internamente tramite la Intranet aziendale.

Successivamente, nel mese di novembre, in collaborazione con l'Università Bocconi, è stata erogata un'indagine di approfondimento per esplorare in modo dettagliato gli aspetti che influenzano positivamente il benessere aziendale e quelli che richiedono ulteriori attenzioni. L'indice di soddisfazione emerso da questa seconda analisi è stato del 50%, intercettando segnali di malessere tra i dipendenti ricondotti principalmente alla riduzione delle giornate di smart working (da 2 a 1) ed al richiamo a un maggiore ascolto.

Nei primi mesi del 2024, Yamamay ha esteso le indagini di clima ai dipendenti dei punti vendita diretti, tale survey ha registrato un indice di soddisfazione del 74%.



LILT & ANT

Anche nel corso del 2023, Yamamay ha proseguito la sua collaborazione con la LILT - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - promuovendo attivamente l'iniziativa "Nastro Rosa" a sostegno della prevenzione del tumore al seno. Durante il Mese Rosa, in ottobre, sono state avviate diverse attività formative e di sensibilizzazione sul tema, con il prezioso supporto dei medici volontari della LILT. Come di consueto, è stata offerta alle nostre dipendenti la possibilità di sottoporsi a visite gratuite, compresi gli screening ecografici, grazie alla collaborazione con Diana ODV. Questa iniziativa ha riscosso un notevole successo nel corso degli anni, con oltre 900 visite effettuate dal 2015 e ben 68 visite nel 2023.

Il 2021 ha segnato anche l'inizio di una nuova e significativa collaborazione con la Fondazione ANT - Associazione Nazionale Tumori - che ha offerto ai dipendenti di sesso maschile la possibilità di effettuare visite andrologiche gratuite, confermando così l'approccio inclusivo alla base delle azioni di Yamamay di prevenzione per il tumore alla tiroide. Continuando questa partnership nel 2023, Yamamay ha sostenuto un'importante campagna di prevenzione del tumore alla tiroide, effettuando presso la sede 107 visite.



GUARDA IL VIDEO

> youtube.com/Yamayay >
YamayayXLILT 2024

68 visite LILT

per la prevenzione
del tumore al seno



107 visite ANT

per la prevenzione
del tumore alla tiroide



WORKPLACE HEALTH PROMOTION

Anche nel 2023 Yamamay ha aderito con impegno al programma WHP (*Workplace Health Promotion*) "Luogo di lavoro che Promuove Salute", un'iniziativa coordinata localmente dalle Agenzie di Tutela della Salute (ATS) e fondata sui principi della Promozione della Salute negli ambienti di lavoro. Tale programma si propone di promuovere cambiamenti organizzativi nei luoghi di lavoro al fine di migliorare i determinanti di salute e ridurre i fattori di rischio per malattie croniche e degenerative, quali scorretta alimentazione, sedentarietà, tabagismo e consumo dannoso di alcol. Inoltre, mira a creare un ambiente lavorativo che favorisca l'adozione e la diffusione di stili di vita salutari per il benessere dei lavoratori e dell'intera comunità. Yamamay partecipa attivamente a processi di rete, contribuendo allo sviluppo di percorsi di Responsabilità Sociale e incentivando l'adesione delle Imprese alla Rete regionale WHP. Questo impegno è finalizzato a consolidare i cambiamenti organizzativi e promuovere la costruzione delle capacità delle Imprese nel campo della salute, promuovendo così un ambiente di lavoro che sostenga attivamente il benessere e la salute dei dipendenti.

Di seguito le attività inserite nel programma WHP e mantenute anche nel corso del 2023:

- ✂ Programma di dieta equilibrata presso il ristorante aziendale della sede di Gallarate. L'associazione Diana ODV Luisa Romano, seguendo le linee guida dell'Istituto Europeo di Oncologia (IEO), ha elaborato una dieta sana e bilanciata denominata "Dieta Diana". Questo approccio mira a offrire un'alimentazione che fornisca un apporto ottimale di nutrienti, soddisfacendo i bisogni dell'organismo e assicurando l'assimilazione di sostanze benefiche che svolgono un ruolo preventivo nei confronti di specifiche condizioni patologiche;
- ✂ Corso di Hatha Yoga tenuto da un insegnante qualificata presso la sede aziendale due volte a settimana.

Inoltre, nel corso del 2023 sono state svolte le seguenti nuove iniziative:

- ✂ Iniziativa Granchio blu: in occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente, il personale Yamamay ha degustato un menù a base di Granchio Blu, assistendo allo *show cooking* dei piatti e scoprendo il valore ambientale ed etico del progetto "Blueat - La Pescheria Sostenibile", ossia quello di limitare l'impatto ambientale derivante dal sovrasfruttamento delle specie autoctone, valorizzando le potenzialità gastronomiche di quelle aliene, come il granchio blu.
- ✂ Incontro sulle pratiche per il contrasto a comportamenti additivi: in collaborazione con ATS Insubria, Yamamay ha organizzato un incontro rivolto ai dipendenti di sede riguardante le pratiche per il contrasto ai comportamenti additivi del gioco d'azzardo. Inoltre, sempre in ottica di riduzione dei comportamenti additivi, nelle zone fumatori della sede, sono stati affissi materiali informativi sugli effetti nocivi del fumo, accompagnati da un numero verde per chi desidera abbracciare la rinascita senza tabacco.
- ✂ Incontro di sensibilizzazione sui disturbi del comportamento alimentare: Yamamay ha ospitato in Azienda PesoPositivo per un incontro di formazione con lo scopo di fare prevenzione e sensibilizzazione ai dipendenti Yamamay sui DCA, i Disturbi del Comportamento Alimentare.

A conferma dell'impegno costante di Yamamay nell'implementare pratiche orientate al benessere dei dipendenti, il 5 marzo 2024, presso la sede di Confindustria Varese, l'HR Manager e la responsabile del progetto WHP in Azienda hanno ricevuto il prestigioso premio WHP per il 2023.



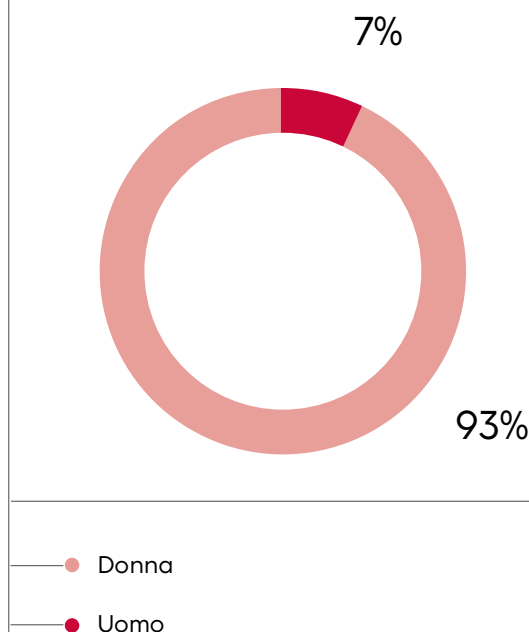
DIVERSITÀ, PARI OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

L'organico di Yamamay è caratterizzato da una significativa presenza femminile (93%), con la maggior parte delle funzioni aziendali svolte da donne. La diversità di genere è un aspetto fondamentale dell'Azienda, che apprezza e promuove il contributo unico e prezioso delle donne in tutti gli ambiti lavorativi.

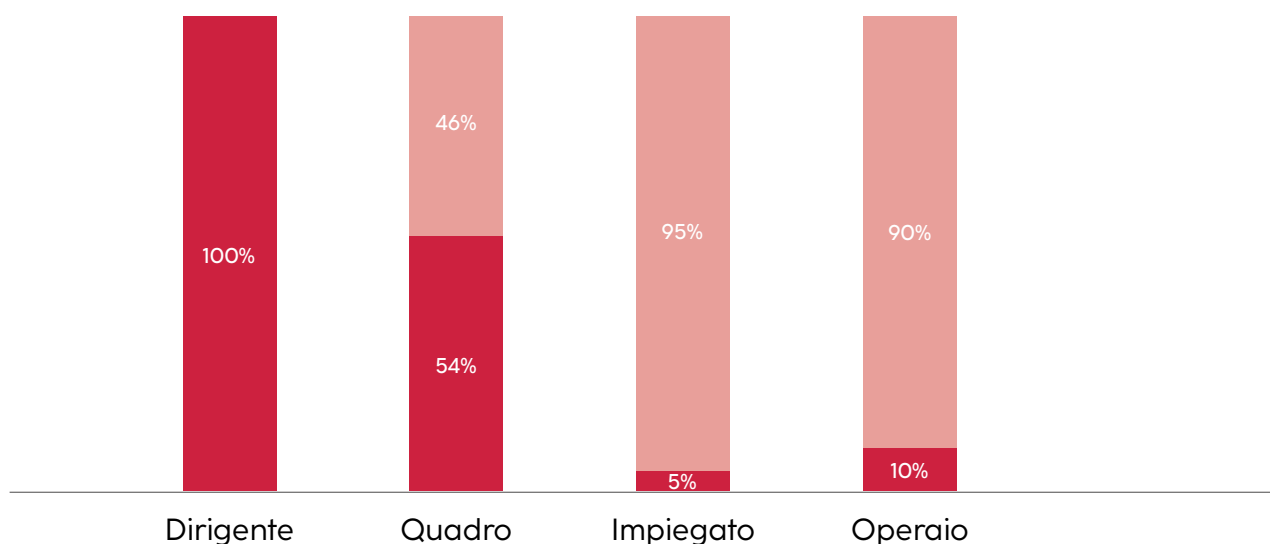
Tuttavia, si registra un'eccezione nella funzione dirigenziale, dove la presenza è esclusivamente maschile. Il 46% dei quadri è rappresentato, invece, da personale femminile. Nei negozi Yamamay il 100% degli *store manager* è rappresentato da donne, ad eccezione dei 14 negozi Yamamay Man, dove il ruolo è ricoperto invece da uomini. Nonostante ciò, Yamamay continua a lavorare attivamente per promuovere la parità di opportunità e l'avanzamento delle donne in posizioni di leadership, riconoscendo il loro valore, le loro capacità e il loro talento.

Questo impegno non solo riflette i valori di inclusione e uguaglianza di Yamamay, ma contribuisce anche a creare un ambiente lavorativo più equo e diversificato, dove ogni individuo ha la possibilità di crescere e svilupparsi professionalmente indipendentemente dal genere.

DIPENDENTI PER GENERE



DIPENDENTI PER GENERE E INQUADRAMENTO



L'organico medio di Yamamay è relativamente giovane, con un'età media di 39 anni, come si può evincere dal grafico sottostante. Questo dato è particolarmente basso considerando le dinamiche del settore in cui opera l'Azienda, specialmente per quanto riguarda le attività di vendita al dettaglio e alcune funzioni svolte nella sede centrale come l'Ufficio Prodotto, Merchandising e Stile.

All'interno del personale di Yamamay sono presenti risorse appartenenti alle categorie protette, per un totale di 17 dipendenti al 31 dicembre 2023. È importante sottolineare che, anche nell'anno 2023, Yamamay non ha registrato alcun episodio di discriminazione né ha ricevuto segnalazioni in tal senso, confermando il suo impegno costante per promuovere un ambiente di lavoro equo, inclusivo e rispettoso per tutti.

RAPPORTO NELLA REMUNERAZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI

Yamamay riconosce l'importanza fondamentale di una politica retributiva basata sul merito e svincolata da qualsiasi discriminazione di genere. L'Azienda adotta criteri trasparenti e obiettivi nel determinare le retribuzioni, assicurandosi che le i dipendenti ricevano un compenso equo ed adeguato.

Yamamay considera la promozione dell'uguaglianza di genere non solo come un imperativo etico, ma anche come un vantaggio strategico, contribuendo a creare un ambiente lavorativo più inclusivo, motivante e sostenibile per tutte le sue dipendenti.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, Yamamay ha condotto un'analisi approfondita del gender pay gap all'interno dell'organizzazione, analizzando il dato sia per il personale di sede sia per quello dei negozi.

Il gender pay gap medio totale dei dipendenti in Italia è pari al 6%, inferiore alla media nazionale del 10,7%¹. I dati esposti riflettono le disparità salariali esistenti per le quali l'Azienda si impegna a ridurle ulteriormente attraverso politiche retributive basate sul merito e sull'equità di genere. Yamamay riconosce l'importanza di garantire pari opportunità e parità retributiva a tutti i dipendenti, indipendentemente dal genere, e si impegna a lavorare attivamente per eliminare questa disparità nel tempo.

Gender pay-gap (Italia)

Negozi	Sede	Totale
4%	14%	6%

LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA

Yamamay valorizza e rispetta il diritto fondamentale alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva dei suoi dipendenti. L'Azienda riconosce che la partecipazione attiva dei lavoratori e la possibilità di negoziare condizioni di lavoro equilibrate sono essenziali per garantire un clima lavorativo sano e prospero. Yamamay si impegna a fornire un ambiente che favorisca la libera espressione delle opinioni e delle associazioni sindacali, consentendo ai dipendenti di unirsi e formare sindacati o associazioni in conformità con le leggi e le normative locali. L'Azienda, inoltre, pur non avendo una rappresentanza sindacale interna, collabora con i rappresentanti sindacali di Confindustria, quale associata, per sviluppare accordi

a tutela sia dei dipendenti sia dell'Azienda stessa. Tutti i dipendenti di Yamamay in Italia sono inclusi in accordi di contrattazione collettiva (CCNL), garantendo un quadro normativo uniforme e rispettando i diritti lavorativi sanciti da tali accordi.

Per i dipendenti all'estero, viene applicata la normativa e contrattualistica sul lavoro vigente nei paesi in cui operano. La percentuale di dipendenti coperti da CCNL, è del 95%. In conformità con i contratti collettivi del lavoro applicabili in Italia, in caso di cambiamenti organizzativi, viene fornito un preavviso adeguato, con una durata minima di due settimane, garantendo trasparenza e rispetto nei confronti dei dipendenti.

TASSO DI COPERTURA DA CCNL	2021	2022	2023
Numero dipendenti coperti da CCNL	722	767	826
Totale dipendenti (comprensivo di estero*)	759	823	871
Tasso di copertura da CCNL	95%	93%	95%

*Francia e Emirati Arabi Uniti sono rientrati nel perimetro a partire dal 2022

TASSO DI SINDACALIZZAZIONE IN ITALIA (%)	2021	2022	2023
Numero dipendenti che aderiscono a sindacati	30	29	25
Totale dipendenti Italia	722	767	826
Tasso di sindacalizzazione	4%	4%	3%

¹ Rilevato da ODM Consulting, società di consulenza HR di Gi Group Holding, nell'aggiornamento a settembre 2023 della sua indagine periodica sull'evoluzione delle retribuzioni in Italia.

3.2 Salute e sicurezza

Nella cultura di Yamamay, il benessere e la salute dei dipendenti sono fondamentali e vengono garantiti attraverso un ambiente di lavoro sicuro e salutare. L'Azienda si impegna incessantemente a mitigare ogni possibile rischio, operando in una prospettiva di prevenzione per evitare potenziali incidenti.

Le iniziative dedicate alla salute e alla sicurezza, i programmi formativi e le misure preventive, incluso il monitoraggio attento degli indici di infortunio, costituiscono elementi di primaria importanza per Yamamay.



GOVERNANCE DEL SISTEMA DI PREVENZIONE E PROTEZIONE

Al fine di garantire che le attività rilevanti per il sistema avvengano in modo ordinato, secondo quanto pianificato e documentato, viene adottata una struttura organizzata in funzioni. Questa è rappresentata dall'Organigramma per la Sicurezza, fondamentale nello stabilire gerarchia dei ruoli e responsabilità, soprattutto per un'Azienda come Yamamay, con una sede centrale e numerosi negozi dislocati sul territorio. L'organigramma per la sicurezza prevede una struttura a cascata che, a partire dal datore di lavoro, si ramifica verso il basso, attraverso i dirigenti alla sicurezza, i preposti, e gli incaricati alla gestione delle emergenze, fino ad arrivare a tutti i lavoratori. Il sistema di segnalazioni che interseca la struttura è *bottom up*: ogni lavoratore, come parte integrante del sistema di gestione, è chiamato a dare evidenza di eventuali anomalie al proprio preposto alla sicurezza, il quale a sua volta porterà avanti il sistema di comunicazioni e monitorerà lo stato di avanzamento della richiesta, fino alla sua totale risoluzione.

Le figure aziendali sono costantemente supportate dal **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** che assicura il rispetto delle norme in materia di sicurezza e affianca il **Datore di Lavoro** negli obblighi previsti a suo carico, come la redazione del **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**, e dal **Medico Competente** che ha il compito di valutare l'idoneità del lavoratore allo svolgimento della mansione assegnata, sottoponendolo ad accertamenti periodici. Un altro ruolo fondamentale è ricoperto dai tre **Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)**, eletti liberamente dai lavoratori, e a cui essi possono comunicare eventuali situazioni di pericolo, o anomalie che possono arrecare danno alla sicurezza degli ambienti e delle persone. Chiude il cerchio la figura del **Responsabile del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro (RGSSL)** al quale è affidato il compito di coordinamento delle attività e di gestione della documentazione afferenti al sistema di gestione. In un'ottica di implementazione e rafforzamento del sistema è stato nominato anche l'**Addetto al Sistema di Prevenzione e Protezione (ASPP)** il quale, coordinandosi con l'RSPP a cui fa sempre riferimento, rappresenta un ulteriore supporto alle attività svolte da quest'ultimo, occupandosi di tutte le attività finalizzate ad individuare e prevenire i rischi per i lavoratori.

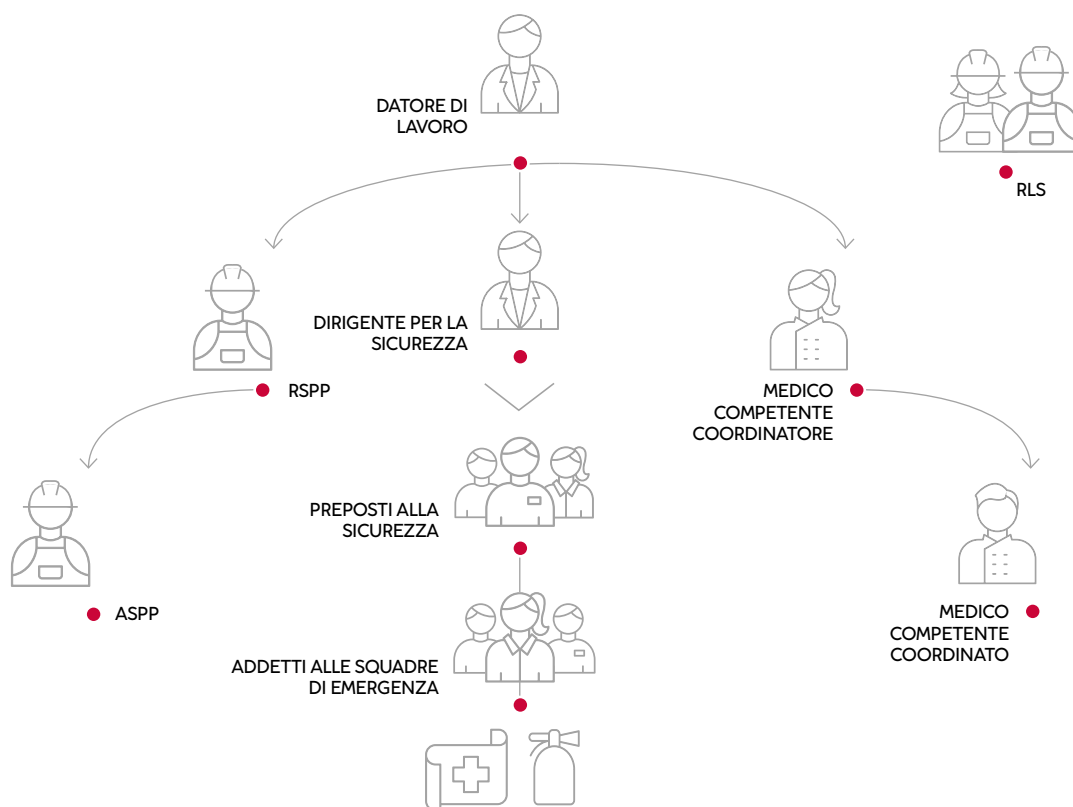
Un aspetto imprescindibile del sistema di gestione è mantenere le persone, ad ogni livello, costantemente formate e informate in materia di salute e sicurezza, nella convinzione che ogni lavoratore è parte integrante del sistema, e può dare un contributo in ogni momento, anche solo segnalando una piccola anomalia. La formazione sicurezza è garantita attraverso una pianificazione annuale e un monitoraggio delle scadenze continuo, sia per la sede che per i negozi, dai contenuti stabiliti in conformità a quanto previsto dal D. Lgs. 81/2008.

La valutazione sistematica dei rischi è garantita attraverso la redazione e l'aggiornamento continuo del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR). Questo documento include una relazione dettagliata sulla valutazione di tutti i rischi per la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro, specificando i criteri utilizzati per

tale valutazione. Il DVR è redatto dall'RSPP per ogni unità operativa, in collaborazione con il Datore di Lavoro, i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), il Medico Competente e l'ASPP. Contiene anche informazioni sulle misure preventive e protettive adottate, l'elenco dei dispositivi di protezione individuale utilizzati e il programma per migliorare nel tempo i livelli di sicurezza. Indica le procedure per implementare queste misure, i ruoli aziendali responsabili, e identifica le differenti mansioni con i relativi rischi specifici.

L'implementazione del sistema di gestione, un requisito fondamentale per conformarsi alla normativa ISO45001, ha portato all'aggiornamento del modello di DVR utilizzato nei punti vendita e del DVR della sede a partire dal 2022. Nel 2023, il DVR della sede è stato ulteriormente aggiornato per adeguarsi al Decreto Ministeriale 02/09/2021.

ORGANIGRAMMA SICUREZZA



Molto importanti per il sistema di gestione sono gli addetti alle squadre di emergenza: nominati dal datore di lavoro, gli incaricati, opportunamente formati e aggiornati ogni tre anni, si occupano di gestire le situazioni di primo soccorso e di prevenzione incendi. Le procedure di emergenza, per ogni negozio e per l'*headquarter* di Gallarate, sono stabilite in fase di redazione del Documento di Valutazione dei Rischi e aggiornate ogni qualvolta si dovessero rendere necessarie delle modifiche.

Per la sede, sono previsti almeno due incaricati per piano. Nei negozi, il numero di addetti alle emergenze è proporzionale al personale impiegato, garantendo la presenza di almeno un responsabile durante l'orario di apertura. Nella sede di Gallarate, dal 2017, è stato inoltre installato un defibrillatore semiautomatico esterno (DAE), utilizzabile da sei incaricati formati e addestrati, i quali ricevono un aggiornamento biennale BLS (Basic Life Support Defibrillation).

L'ultimo corso di aggiornamento si è tenuto nel 2022 presso la sede di Gallarate, tramite l'Associazione Amici della Rianimazione - SALVA - Centro di Formazione Regionale Accreditato CeFRA. La sessione, della durata di 8 ore, ha previsto una parte teorica, seguita da esercitazioni pratiche con simulazioni, efficaci nel far memorizzare le procedure da imparare.

La prossima seduta di formazione e aggiornamento si terrà nel 2024. Gli incaricati hanno il compito quotidiano di verificare lo stato di funzionamento della strumentazione, registrando il controllo su un apposito modulo, e sono preparati a gestire situazioni di emergenza in cui è richiesto l'uso del defibrillatore, salvaguardando prima di tutto la loro incolumità e quella di tutti i presenti.

In aggiunta al personale incaricato, ogni dipendente, sia esso di sede e del punto vendita, all'atto dell'assunzione prende visione dell'Opuscolo Informativo sulla Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro e viene iscritto alla formazione base della durata di 8 ore erogata in modalità eLearning. Il modulo consiste di una parte generale e una parte specifica per la mansione svolta.

Oltre alla formazione obbligatoria, a febbraio 2022 è stato rilasciato, tramite Yamapp, un modulo dedicato a tutta la popolazione aziendale che offre la possibilità di ripassare in qualsiasi momento il training iniziale.

yamapp

Modulo "Salute e sicurezza"

396

persone attive

659

ore di allenamento

1 ora e 50 minuti

tempo medio di allenamento

Di seguito sono riportati il numero di infortuni, sul lavoro e in itinere, registrati durante il 2023. Mentre il numero totale di infortuni si attesta a 10, non sono stati registrati casi di decesso sul lavoro o infortuni sul lavoro con gravi conseguenze.

NUMERO INFORTUNI SUL LAVORO

SUL LAVORO (numero)

	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	1	9	10	0	8	8	0	3	3
Cina	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Emirati Arabi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	1	1	0	0	0
TOTALE	1	9	10	0	9	9	0	3	3

IN ITINERE (numero)

	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	0	5	5	0	12	12	1	5	6
Cina	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Emirati Arabi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	0	0	0	1	1
TOTALE	0	5	5	0	12	12	1	6	7

La sorveglianza sanitaria completa il sistema di gestione, con l'obiettivo di salvaguardare lo stato di salute, inteso come il completo stato di benessere fisico, psichico e sociale, dei singoli lavoratori. Il piano redatto annualmente dal Medico Competente tiene conto di diversi aspetti quali l'organizzazione del lavoro, le tecniche di lavorazione, le condizioni ambientali in cui viene svolta l'attività lavorativa, materiali, macchinari e attrezzature utilizzati. Il personale di Yamamay impiegato presso l'*headquarter* è soggetto ad accertamenti periodici svolti dal Medico Competente, in coordinamento con il Medico Competente Coordinato, con lo scopo di esprimere un giudizio di idoneità alla mansione svolta.

La relazione sanitaria annuale suddivide il personale interessato dalle procedure di sorveglianza in gruppi omogenei, sulla base delle caratteristiche principali e dei rischi associabili alle attività svolte, dai videoterminalisti, agli addetti ai servizi generali, agli addetti alla prototipia, al personale viaggiante in paesi extra UE. Per ogni gruppo sono previsti specifici accertamenti sanitari, e la frequenza della visita medica. I giudizi di idoneità, risultato documentale delle visite mediche, vengono condivisi con il datore di lavoro, con l'evidenza di eventuali criticità, e a tutti i dipendenti. Le cartelle sanitarie e di rischio vengono custodite, a salvaguardia del segreto professionale, in apposito sito sicuro, il cui accesso è consentito mediante chiave in possesso dell'incaricato da parte del Medico Competente.

A novembre 2023 è stata conclusa una nuova rilevazione dei livelli di stress-lavoro, con attestazione da parte del Medico Competente della presenza di un indice di rischio non rilevante, ovvero senza evidenziare particolari condizioni organizzative che possano determinare la presenza di stress lavoro-correlato.

Il sistema di sorveglianza sanitaria prevede anche un protocollo specifico per le addette vendita in gravidanza, per le quali, non potendo essere adibite ad altre mansioni non pregiudizievoli per il loro stato, viene richiesta l'astensione anticipata dal lavoro. In particolare, si segnala che non si sono mai verificati casi di malattie professionali e che tale tematica è monitorata del Medico Competente.

Inoltre, per garantire e promuovere la salute, i dipendenti assunti a tempo indeterminato da almeno 6 mesi possono usufruire delle agevolazioni sanitarie offerte dal Fondo Est, un programma di assistenza sanitaria integrativa per il settore commerciale. Attraverso un portale dedicato e l'uso di credenziali personali, essi possono accedere a una gamma di servizi sanitari, compresi rimborsi per visite specialistiche, pacchetti maternità e accertamenti diagnostici.



CERTIFICAZIONE ISO 45001:2018 - SISTEMA DI GESTIONE SALUTE E SICUREZZA

Nel 2022 Yamamay ha implementato un Sistema di Gestione per la Salute e la Sicurezza sul lavoro (SGSSL) secondo la norma UNI ISO 45001:2018, la prima norma internazionale a definire gli standard minimi di buona pratica per la protezione dei lavoratori in tutto il mondo, e a stabilire un quadro procedurale condiviso per migliorare la sicurezza e la salute e il benessere dei lavoratori, con l'obiettivo di aumentare le performance in materia di salute e sicurezza presso qualsiasi organizzazione che scelga di certificare sotto accreditamento il sistema di gestione.

Con l'applicazione della norma ISO 45001, il focus si sposta soprattutto sulle politiche di prevenzione e di riduzione del rischio attraverso l'analisi delle possibili cause, con l'ausilio di uno strumento riconosciuto a livello internazionale. La Direzione Generale aziendale si è impegnata in prima persona per l'implementazione del SGSSL, redigendo e adottando un documento di Politica per la Salute e Sicurezza dei lavoratori che attesta la volontà dell'Azienda di svolgere le proprie attività nel rispetto della normativa di riferimento.

Il documento rappresenta un quadro generale nell'ambito del quale fissare gli obiettivi per la sicurezza, dichiarando l'impegno dell'organizzazione a soddisfare i requisiti applicabili, e ad attivarsi per il miglioramento continuo del sistema. Il Top Management assume

inoltre l'impegno di diffondere a tutti i livelli la cultura del miglioramento continuo del sistema e ad assegnare responsabilità e autorità ai singoli ruoli, comunicandole chiaramente e assicurandosi che siano comprese all'interno dell'organizzazione.

Gli obiettivi sono conseguiti attraverso una costante sinergia tra le funzioni aziendali, il mantenimento di opportune procedure di "Audit and Review", un'appropriata formazione a tutte le funzioni aziendali coinvolte, una struttura organizzativa chiara e definita. La logica alla base della norma ISO 45001 è l'adozione di un approccio organizzativo per processi, sia durante lo sviluppo che nel corso dell'implementazione del sistema, allo scopo di individuare interrelazioni e interdipendenze che collegano le varie attività aziendali, e migliorare le prestazioni complessive dell'Azienda, ottenendo i risultati desiderati con notevoli vantaggi in termini di efficienza ed efficacia.

I processi sono gestiti sulla base del ciclo PDCA - Plan, Do, Check, Act: definire gli obiettivi del sistema e i suoi processi, stabilire le risorse necessarie ad ottenere i risultati prefissati, prevedere i rischi e individuare le opportunità di miglioramento; attuare quanto pianificato; monitorare e misurare i processi, i prodotti e i servizi risultanti a fronte degli obiettivi pianificati; intraprendere azioni per migliorare le prestazioni, laddove necessario.

100%	23%	22%
dei dipendenti in Italia coperti dal Sistema di gestione	dei dipendenti sottoposti a audit interno	dei dipendenti sottoposti a audit di terza parte



Nella gestione del processo, il modello utilizzato è il cosiddetto "Risk-based Thinking", che si basa sulla definizione per ogni processo dei livelli di rischio in termini di abilità nel raggiungimento degli obiettivi prefissati, delle conseguenze sui processi e delle non conformità del sistema. Le azioni vengono pianificate cercando di affrontare i rischi e cogliere le opportunità di miglioramento, allo scopo di accrescere l'efficacia del sistema di gestione per la sicurezza.

L'Azienda ha ottenuto la certificazione per la sede e i negozi di Yamamay a marzo 2022 e include nella sua copertura i dipendenti dei punti vendita diretti che erano già aperti alla data di definizione iniziale del perimetro, oltre a tutti i dipendenti della sede di Gallarate. I punti vendita aperti successivamente verranno inclusi nel perimetro in occasione del rinnovo della certificazione (marzo 2025). L'ottenimento della certificazione non è certo un punto di arrivo, bensì un punto di partenza dal quale l'organizzazione è chiamata a implementare le procedure previste dal sistema di gestione, valutandone gli effetti, e migliorando continuamente le performance. Solo in questo modo i rischi per la salute e la sicurezza delle proprie persone potranno essere puntualmente identificati e arginati.

Per gli addetti alla squadra emergenze vengono organizzati corsi specifici di formazione completa e di aggiornamento:

- ✂ Primo soccorso: il corso completo si compone di una parte teorica della durata di 8 ore e di una parte pratica con esercitazione della durata di 4 ore;
- ✂ Prevenzione incendi: il corso completo ha durata differente a seconda del livello di rischio.

Per conciliare il più possibile l'esigenza formativa con la vasta espansione territoriale della catena diretti, l'ASPP si occupa in prima persona del training antincendio di livello 1, direttamente presso il punto vendita; mentre per il primo soccorso l'Azienda si avvale frequentemente di enti bilaterali del commercio e del terziario, i quali, offrono un buon catalogo formativo.

Dal 2023, recependo il DM GSA (Gestione Sicurezza Antincendio) entrato in vigore a ottobre 2022, l'Azienda è impegnata nell'operazione di adeguamento del livello di formazione antincendio per i punti vendita ubicati in aeroporti o centri commerciali (livello 2 e livello 3).

La formazione base (generale e specifica) è sempre monitorata grazie ai report disponibili sul database di Yamamay Academy ed erogata in eLearning tramite piattaforma dedicata gestita dall'ASPP.

In occasione del riesame annuale della direzione sono stati analizzati anche i progressi fatti nell'ambito degli obiettivi che il sistema di gestione si è posto per il primo triennio di certificazione (2022-2025).

✂ **Zero infortuni: obiettivo di riduzione degli infortuni del 30%.** Nel 2023, l'obiettivo è stato raggiunto: in Italia si sono verificati 3 infortuni rispetto ai 9 del 2022, con una riduzione rispetto all'anno precedente di più del 50%.

✂ **Migliorare la consapevolezza dei dipendenti per ridurre il rischio di incidenti stradali in itinere.** Con 7 incidenti in itinere verificatisi nel 2023 contro i 12 registrati nel 2022 anche questo obiettivo è stato raggiunto.

✂ **Sensibilizzazione alla raccolta ed analisi dei near miss, segnalando almeno 10 near miss all'anno.** Nel 2023, sono state registrate 7 segnalazioni, confermando l'efficacia delle iniziative di sensibilizzazione aziendale.

✂ **Prevedere la verifica da parte del RSPP dei layout negozi.** In tutti i 20 punti vendita diretti aperti nel 2023 il RSPP ha verificato il layout dei negozi per la redazione del DVR.

✂ **Estendere ai clienti l'attenzione per la sicurezza.** È in corso l'apposizione di apposite vetrofanie sulle porte a vetri di tutti i punti vendita.



3.3 Supporto alla comunità locale

Nel 2023 Yamamay ha svolto numerose attività di responsabilità sociale d'impresa per promuovere il benessere del territorio e incentivare il senso di appartenenza dei dipendenti. Un esempio significativo è stata la partecipazione alla giornata di piantumazione di alberi tenutasi il 17 aprile, in collaborazione con Rete Clima e MMN. Durante questa iniziativa, sono stati piantati 250 alberi a Nova Milanese, con l'obiettivo di migliorare la qualità ambientale della zona e promuovere il senso di responsabilità ecologica. Questa attività non solo ha contribuito a ridurre l'impatto ambientale, ma ha anche favorito il team building tra i dipendenti, offrendo loro l'opportunità di partecipare attivamente a un'iniziativa condivisa.

Per incentivare, inoltre, la condivisione dei mezzi di trasporto e ridurre le emissioni di CO₂, è stata promossa l'adozione del car pooling tra i colleghi, incoraggiando l'utilizzo dell'auto aziendale per raggiungere la destinazione. Questa iniziativa non solo ha contribuito alla promozione di uno stile di vita sostenibile, ma ha anche rafforzato l'identità aziendale di Yamamay attraverso la partecipazione attiva dei dipendenti ad un'iniziativa significativa.

Yamay ha istituito nel 2023 un nuovo programma che consente a ciascun dipendente di dedicare una giornata lavorativa all'anno ad attività di volontariato, confermando così l'impegno dell'Azienda verso la sostenibilità e il coinvolgimento sociale.

Questa iniziativa mira a promuovere l'importanza del volontariato come strumento di solidarietà e contributo attivo alla comunità. Il volontariato consente ai dipendenti di sviluppare competenze trasversali, consolidare il senso di appartenenza e promuovere un clima aziendale positivo. Per agevolare la partecipazione dei dipendenti, è stata data la possibilità di svolgere l'attività di volontariato anche presso Casa Diana, associazione interna a Yamamay che promuove iniziative di volontariato sul territorio.

L'introduzione di questo programma evidenzia l'impegno costante di Yamamay nel promuovere il benessere della comunità e nel sostenere iniziative di impatto sociale, confermando così il ruolo attivo dell'Azienda sul territorio locale.

DIANA ODV LUISA ROMANO

L'Associazione di volontariato DIANA ODV LUISA ROMANO è stata costituita nel 2018 con la volontà di perseguire, senza scopo di lucro, finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale. Le attività degli associati volontari sono svolte nel rispetto dei valori che contraddistinguono l'associazione: solidarietà, responsabilità, integrità, trasparenza e umiltà.

Con l'impegno dei soci volontari e grazie a Yamamay, Carpisa e Miriade che hanno donato all'associazione merce non più commercializzabile, Diana ODV ha proseguito la propria attività di raccolta fondi tramite eventi, svolti sia presso Casa Diana (4 eventi) sia presso sedi esterne (1 evento – Geico, Cinisello Balsamo). Ciascun evento è stato caratterizzato dalla presentazione di uno o più progetti di sostegno di enti benefici.

Tra le attività che rispecchiano gli obiettivi ed i valori fondamentali per la nostra mission, Casa Diana sostiene in modo continuativo centri antiviolenza, onlus e case-famiglia focalizzandosi sui bisogni di donne e bambini in difficoltà e persone fragili, oltre ad impegnarsi in campagne di prevenzione, attraverso il coinvolgimento di medici e volontari in collaborazione con le associazioni LILT ed ANT.

L'attività di informazione e di coinvolgimento degli associati e dei simpatizzanti, svolta anche con l'ausilio del sito web dell'associazione (dianaodv.org) e di campagne di sensibilizzazione sociale attraverso piattaforme "social" ha consentito la raccolta di Erogazioni Liberali per un ammontare di € 46.157 oltre a € 3.260 di donazioni da parte di nostri simpatizzanti.

113.486 €

Ricavi complessivi



5

Eventi benefici nel 2023

2.980 €

Quote associative

Nel dettaglio i fondi raccolti tramite i cinque eventi sono stati devoluti alle seguenti associazioni:

PRODOTTI DONATI A DIANA ODV PER ATTIVITÀ DI UPCYCLING DA PARTE DI YAMAMAY

ASSOCIAZIONE	IMPORTO DONATO
FONDAZIONE BELLORA – Centro Terra Luna Gallarate	5.000 €
LILT Busto Arsizio	5.000 €
OPERA MATER ORPHANORUM	9.096 €
ASSOCIAZIONE E.VA ONLUS	7.000 €
COMUNITÀ PROGETTO POLLICINO Busto Arsizio	5.800 €
BORSA DI STUDIO WALTER TOBAGI	1.000 €
SARA PINK	500 €
ASSOCIAZIONE MAMME PER L'ONDOLI	500 €

Nel corso del 2023 sono stati organizzati 5 eventi, che hanno permesso di ricevere offerte per € 56.031. Rispetto all'anno precedente l'evento presso Elmec non si è svolto. Nel corso del 2023 è stato dato sostegno anche attraverso donazioni di capi di biancheria e pigiama per uomini donne e bambini, ai seguenti enti:

- ✂ Comunità di Sant'Egidio Ukraina
- ✂ Centrocot S.p.A.
- ✂ ANT Milano
- ✂ ANT Bologna
- ✂ Libellule Onlus
- ✂ Comunità di Sant'Egidio Roma
- ✂ Francesca Rava NPH
- ✂ Parrocchia Santa Maria Liberatrice – Milano Sospesa
- ✂ Associazione l'Acchiappasogni Onlus
- ✂ Mater Orphanorum – Casa Adele
- ✂ Progetto Pollicino Onlus – Busto Arsizio
- ✂ Vigili del Fuoco
- ✂ CRI



Il 2023 ha visto l'associazione Diana ODV impegnata nella prima campagna di sensibilizzazione per il 5X1000 il cui ricavato di € 5.041 è stato destinato all'associazione EVA ODV, all'associazione Pollicino Gallarate, oltre ad una nuova serie di progetti, soprattutto legati al territorio ed all'inserimento di pratiche di economia circolare nei processi di raccolta fondi, contribuendo a dare continuità alle attività di sostegno verso le realtà con cui collaboriamo. Anche il 2024 vedrà l'associazione impegnata nella campagna di sensibilizzazione per il 5X1000.





Highlights 2023

PIANETA



47%

Energia rinnovabile acquistata in Italia

39%

Auto ibride o elettriche nella flotta aziendale



83%

Plastica riciclata utilizzata per il packaging

95%

Carta certificata FSC e riciclata per il packaging



58%

Emissioni di GHG derivanti dall'acquisto di beni e servizi

95%

Emissioni di GHG provenienti dallo Scopo 3



Prima pubblicazione scientifica

Realizzata dal partner One Ocean Foundation nell'ambito del progetto M.A.R.E.

Yamamay riconosce l'importanza del rispetto e della salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità come elementi fondamentali per garantire una crescita continua e livelli elevati di performance in termini di servizio e qualità dei prodotti.

Nei primi mesi del 2024, Yamamay ha redatto una politica ambientale, la quale mette a disposizione risorse umane, strumentali ed economiche per perseguire il miglioramento continuo del proprio impatto ambientale derivante dalle attività commerciali e dalla propria catena di fornitura.

Attraverso la politica definita Yamamay si impegna a perseguire attivamente i seguenti obiettivi:

- ✂ **Conformità legale:** Garantire l'osservanza di tutti gli obblighi di conformità derivanti da leggi, regolamenti e altri requisiti in materia ambientale.
- ✂ **Minimizzazione degli impatti della sede e dei punti vendita:** Ridurre gli impatti ambientali legati alla sede ai punti vendita, con particolare attenzione al risparmio energetico, privilegiando fonti di energia rinnovabile.
- ✂ **Coinvolgimento della catena di approvvigionamento:** Dare priorità alla collaborazione con fornitori in grado di assicurare prodotti e servizi conformi alle principali iniziative che l'Azienda intende perseguire per migliorare gli impatti ambientali dei propri prodotti e aumentare la sostenibilità e l'innovazione delle proprie collezioni. Allo stesso modo Yamamay richiede ai propri fornitori di valutare la propria catena di approvvigionamento sulla base di requisiti sociali e ambientali e di monitorare le attività e i miglioramenti nel tempo (tramite audit e/o supporto da remoto) in modo strutturato.

- ✂ **Formazione e sensibilizzazione:** Garantire che tutte le risorse siano formate, informate e sensibilizzate riguardo alle pratiche sostenibili e coinvolte nell'implementazione delle politiche ambientali.
- ✂ **Up-cycling:** Destinare parte dell'invenduto, resi e capi fallati all'Associazione Diana ODV per essere utilizzati per l'organizzazione di eventi benefici.
- ✂ **Politiche di take-back su prodotti post-consumer** da implementare all'interno dei propri punti vendita e di quelli in franchising in accordo con il framework legale ed operativo del Consorzio Retex-Green.
- ✂ **Logistica sostenibile:** Ottimizzare le spedizioni, valutando opzioni di trasporto sostenibili, al fine di ridurre il numero di consegne per il riassortimento dei punti vendita e quindi l'impatto ambientale.
- ✂ **Miglioramento continuo:** Riesaminare periodicamente gli obiettivi ambientali definiti e raccogliere dati per valutare l'efficacia delle misure adottate per il miglioramento continuo.
- ✂ **Comunicazione esterna e reporting:** Perseguire un atteggiamento trasparente e costruttivo nei confronti degli *Stakeholder* e di tutta la comunità, diffondendo i risultati raggiunti attraverso il Bilancio di Sostenibilità, redatto su base annuale nonché tramite i mezzi di comunicazione utilizzati abitualmente.

LE OPPORTUNITÀ LEGATE AL CLIMA

In tale contesto, Yamamay si impegna attivamente a comprendere, gestire e comunicare le profonde implicazioni che il cambiamento climatico sta già generando e potrebbe ulteriormente generare in futuro.

L'Azienda affronta con determinazione i possibili effetti nelle diverse fasi della catena del valore, trasformandoli in opportunità di sviluppo tangibili. Queste opportunità possono includere l'accesso a nuovi mercati e la creazione di sinergie per favorire la resilienza della catena di approvvigionamento. Yamamay si impegna anche nell'efficientamento energetico degli edifici, dei mezzi di trasporto e nell'utilizzo delle risorse energetiche, oltre che nella transizione verso energie rinnovabili e nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi sostenibili.

Nel quadro della sua strategia di sostenibilità, Yamamay ha definito obiettivi specifici per rispondere alle sfide del cambiamento climatico. Questi includono

la riduzione delle emissioni di gas serra, l'adozione di energie rinnovabili, la ricerca di soluzioni di packaging più sostenibili e una gestione più efficiente delle risorse. Inoltre, l'Azienda si impegna nella ricerca e nello sviluppo di prodotti innovativi, con l'obiettivo di renderli più sostenibili. Le opportunità, per Yamamay, non sono solo sfide da superare, ma rappresentano vere e proprie occasioni di crescita.

L'Azienda comprende che affrontare le sfide del cambiamento climatico può portare a ripensare prodotti e processi in modo innovativo, mitigando i futuri rischi e ottenendo benefici tangibili. Nel corso degli anni, Yamamay ha colto diverse opportunità volte a mitigare e adattarsi ai cambiamenti climatici, attraverso l'efficientamento delle risorse per migliorare l'impatto ambientale e ridurre i costi, l'adozione di materiali più efficienti, la ridefinizione dei processi in un'ottica circolare e l'investimento in nuove tecnologie a minor impatto ambientale.

Nel corso del tempo, Yamamay ha compiuto sforzi significativi per migliorare l'efficienza dei propri edifici e negozi, conseguendo un risparmio di costi e una riduzione degli impatti ambientali. L'Azienda ha investito nell'ottimizzazione dei consumi energetici e nell'approvvigionamento di energia da fonti rinnovabili, inclusa la produzione di energia fotovoltaica per la sede di Gallarate.

In questo contesto, le opportunità concrete identificate da Yamamay sono principalmente legate a due fattori chiave:

✂ Lo sviluppo e l'ampliamento di beni e servizi a bassa intensità emissiva per soddisfare le crescenti esigenze dei clienti consapevoli degli impatti ambientali dei prodotti che acquistano. In vista

dell'imminente entrata in vigore del Digital Product Passport, Yamamay sta lavorando attivamente per raccogliere e fornire informazioni dettagliate sui propri prodotti al fine di migliorarne le prestazioni e renderle trasparenti al pubblico.

✂ La creazione di una cultura aziendale attenta alle tematiche di sostenibilità che offre a Yamamay l'opportunità di assumere un ruolo guida nel settore e diventare un punto di riferimento per la sostenibilità ambientale. Ciò si traduce nell'elaborazione di contenuti chiari e accessibili e che possono essere facilmente trasformati in azioni concrete, da comunicare ai clienti che sempre più spesso prediligono aziende sensibili a queste tematiche.



4.1 Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico

CONSUMI

Yamamay ha fatto della gestione dei consumi energetici un pilastro fondamentale, tanto da valutare attentamente l'utilizzo di energia sia nella sede sia nei punti vendita diretti.

In particolare, l'Azienda si è impegnata nel corso dell'ultimo anno ad aumentare la quota di energia da fonti rinnovabili con garanzie di origine (GO), dimostrando quindi il suo impegno verso una transizione energetica sostenibile.

CONSUMI DI GAS PER IL RISCALDAMENTO

	2023
Sede Italia (m³)	229
Sede estero (m³)	38
Punto vendita (m³)	646
Punti vendita c/o aeroporti (kwh)	129

I consumi di gas nel 2023 hanno riguardato la sede, in particolare il ristorante aziendale presso l'edificio ed alcuni punti vendita con riscaldamento autonomo o in strutture operate da terzi con riscaldamento centralizzato ripartito fra gli affittuari sulla base degli utilizzi, casistica riferita ad alcuni punti vendita presso aeroporti.

Il consumo di gas per la sede di YingLi Yang, è stato stimato riproporzionando il consumo misurato per la sede di Gallarate sul numero dei dipendenti della stessa e moltiplicato per il numero dei dipendenti della sede YingLi Yang.

Il consumo di gas per il riscaldamento dei punti vendita aeroportuali è stato elaborato a partire dal dato di spesa per l'anno 2023 e utilizzando il prezzo medio del gas naturale per l'Italia, calcolato nella relazione annuale ARERA 2022/4, per derivare il consumo di gas in unità fisiche (kWh).

PERDITE DI GAS REFRIGERANTI – PUNTI VENDITA (KG)

	2023
R-410A	18

Le emissioni derivanti da F-gas sono contabilizzate grazie all'attività di monitoraggio delle perdite effettuata negli impianti di pertinenza del Gruppo. Nel 2023 sono state segnalate emissioni fugitive relative al gas refrigerante R-410 utilizzato nei punti vendita, come dai rapporti di manutenzione rilasciati.

Nel 2023, tutto l'impianto di raffreddamento della sede è stato rivisto e ammodernato; sono infatti stati effettuati degli interventi di sostituzione macchine e caricamento dei gas refrigeranti sulle nuove macchine. Si considera quindi che non siano avvenute perdite dirette e non gestite dei gas presenti nelle vecchie macchine, né tantomeno perdite nelle nuove macchine.



FLOTTA AZIENDALE

La flotta aziendale di Yamamay al 31 dicembre 2023 è composta da 49 veicoli, con differenti fonti di alimentazione: 30 auto sono alimentate a gasolio (diesel), mentre 18 sono di tipo ibrido (benzina-elettrico). Il numero di veicoli elettrici rimane invariato rispetto all'anno precedente, mentre sono state dimesse le auto alimentate a miscela. Yamamay sta attuando una transizione verso un approccio più sostenibile nella scelta dei veicoli aziendali, optando per soluzioni ibride o elettriche.

Tra le auto della flotta aziendale, sette sono disponibili per l'utilizzo da parte dei dipendenti; esse, infatti, possono essere prenotate dal personale di sede Yamamay per svolgere le proprie trasferte. Questa scelta assicura non solo flessibilità, ma rappresenta anche un efficace mezzo di trasporto per rispondere prontamente alle esigenze lavorative in modo conveniente.

Questa modalità consente inoltre, di utilizzare l'opzione di *car pooling* per le trasferte di gruppo, ottimizzando ulteriormente l'utilizzo delle risorse e promuovendo un'alternativa sostenibile e collaborativa per gli spostamenti aziendali.

Per le auto ibride ed elettriche, sia della flotta aziendale sia di dipendenti ed ospiti, sono disponibili, all'interno del parcheggio aziendale, due colonnine di ricarica JuicePole di EnelX dotate di quattro connettori.

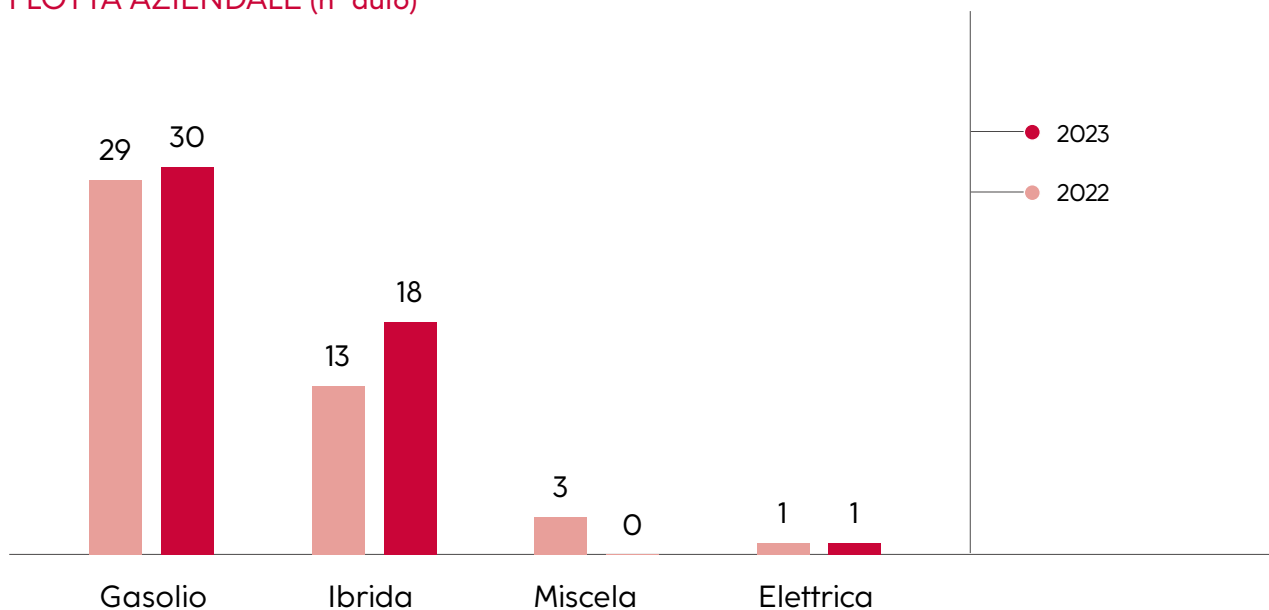
Sempre in ottica di riduzione delle emissioni, è stata predisposta la *Travel Policy* di Yamamay indirizzata alla riduzione delle emissioni attraverso l'utilizzo di un sistema di prenotazione online che, oltre al monitoraggio dei costi, misura l'impatto ambientale del viaggio.



3.336 kWh

Erogati dalle colonnine per i mezzi elettrici

FLOTTA AZIENDALE (n° auto)



CONSUMI DI CARBURANTE DELLA FLOTTA AZIENDALE (l)

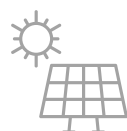
	2022	2023
Diesel	57.704	57.794
Benzina	4.835	31.765
Totale	62.539	89.559

Il consumo di carburante derivante dalla flotta aziendale nel 2023 è aumentato del 40%. Tale aumento è attribuibile all'incremento nei chilometri percorsi dalle auto aziendali e all'acquisto di 5 auto ibride.

PANNELLI FOTOVOLTAICI

Nel 2021, presso la sede centrale di Yamamay, sono stati installati 82 pannelli fotovoltaici per la produzione di energia elettrica.

Questi pannelli, situati sul tetto dell'edificio, coprono una superficie totale di 131 m² e permettono di ridurre la dipendenza dalle fonti energetiche tradizionali.



37 kWp

Impianto fotovoltaico
con potenza installata

43 MWh

prodotti nel 2023

QUANTITÀ DI ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL' ORGANIZZAZIONE (GJ)

Consumo DIRETTO di energia all'interno dell'organizzazione suddiviso per fonte energetica - SEDI	2021	2022	2023
Combustibile della flotta aziendale	2.616	2.372	3.317
Gas naturale	n.d.	1	10
Fotovoltaico	125	154	154
Consumo INDIRETTO di energia all'interno dell'organizzazione suddiviso per fonte energetica - SEDI	2021	2022	2023
Energia elettrica - da fonti non rinnovabili	4.267	2.486	1.757
Energia elettrica - da fonti rinnovabili	n.d.	1.109	1.243
Energia elettrica - colonnine di ricarica	0	7	12
Consumo DIRETTO di energia all'interno dell'organizzazione suddiviso per fonte energetica - NEGOZI	2021	2022	2023
Gas naturale	n.d.	n.d.	487
Gas refrigerante	n.d.	n.d.	0,1
Consumo INDIRETTO di energia all'interno dell'organizzazione suddiviso per fonte energetica - NEGOZI	2021	2022	2023
Energia elettrica - da fonti non rinnovabili	14.861	15.455	11.624
Energia elettrica - da fonti rinnovabili	n.d.	4.573	8.201
Teleriscaldamento	n.d.	n.d.	2
Consumo totale di energia	2021	2022	2023
Energia Diretta	2.741	2.526	3.968
Energia Indiretta	19.128	23.630	22.839
Totale	21.869	26.156	26.807
di cui rinnovabile	0	5.682	9.444

I dati del 2021 e 2022 non includono i consumi riferiti al ristorante aziendale della sede principale, i dati del consumo delle colonnine per la ricarica delle auto, il teleriscaldamento riferito al punto vendita di Settimo Torinese e il consumo di gas naturale dei punti vendita presso gli aeroporti. I dati del 2022 sono stati modificati per l'inclusione dei consumi della controllata cinese YingLi Yang e dei negozi diretti all'estero.

Nel 2023 viene riportato per la prima volta il consumo diretto di energia per i negozi diretti e per la sede cinese. Esso deriva per la quasi totalità dal gas naturale utilizzato per il riscaldamento dei punti vendita, inclusi anche quelli presso gli aeroporti (487 GJ), mentre solamente una piccola parte proviene dal gas refrigerante (0,1 G).

Il consumo indiretto di energia elettrica, comprende sia la sede sia i negozi diretti. Dal 2023 viene incluso nel calcolo anche il consumo di energia elettrica dei negozi diretti all'estero sulla base della stima dell'area del negozio, utilizzando un consumo di kWh/m2 medio ottenuto dai consumi misurati dei negozi a gestione diretta in Italia. Per rendere i dati confrontabili è stato aggiornato anche il dato del 2022 utilizzando a stessa modalità di calcolo sulla base del perimetro dei negozi diretti esteri al 31 dicembre 2022.

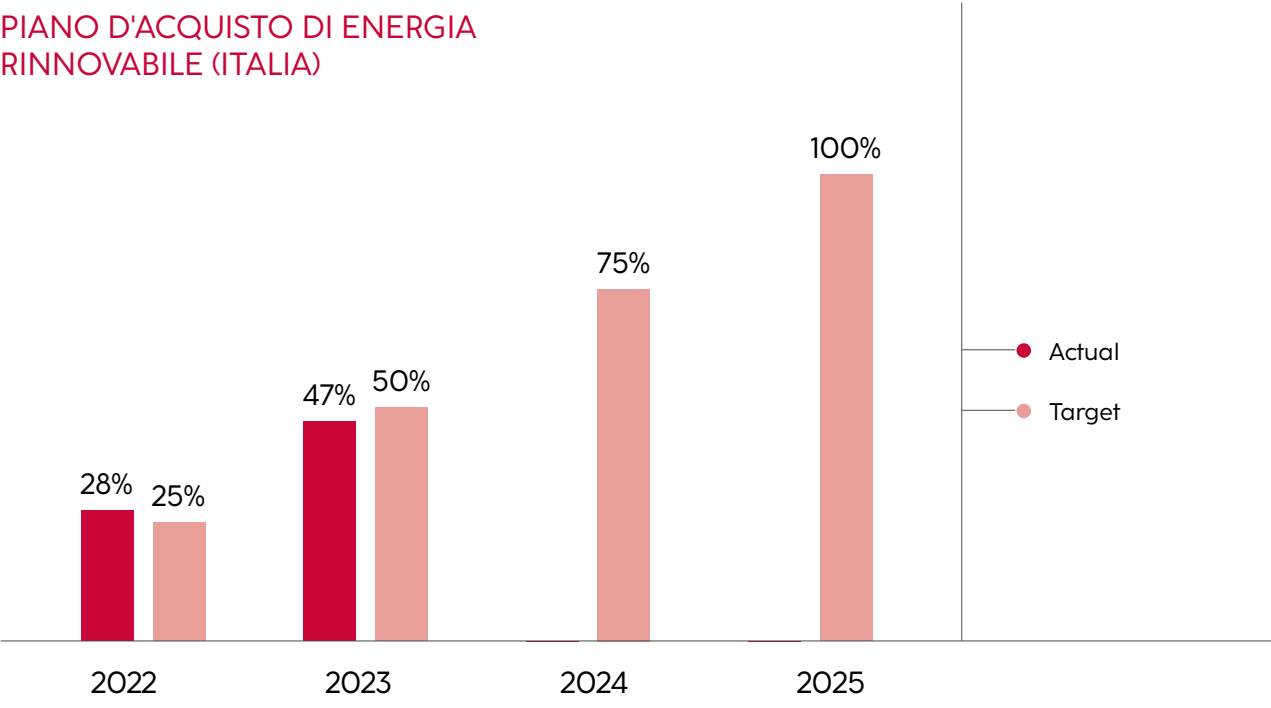
Il totale dei consumi del 2023 è rimasto pressoché invariato, mentre si evidenzia una riduzione significativa del consumo di energia proveniente da fonti non rinnovabili e un incremento nella quota di energia da fonti rinnovabili. Nello specifico, per quanto riguarda l'headquarter di Gallarate, si è registrata nel corso del triennio 2021-2023 - una progressiva riduzione dei consumi indiretti di energia. Questo trend è dovuto alle diverse azioni e iniziative, incluse nella politica ambientale, volte a ridurre il consumo di energia elettrica, come ad esempio la conclusione del processo di efficientamento energetico dell'impianto di illuminotecnica, con l'installazione di sistemi di illuminazione a LED ad alta efficienza energetica, e l'ottimizzazione dei sistemi di riscaldamento e raffreddamento raggiunta attraverso l'installazione del nuovo impianto termico.

Nei negozi, i dati sono stabili, tuttavia si è verificato un significativo aumento della quota di energia proveniente da fonti rinnovabili. I miglioramenti osservabili rispetto all'anno precedente sono conseguenze di alcune azioni previste nella politica ambientale e implementate in Italia, tra cui l'adozione di un approccio progettuale di sistema, per permettere l'abbattimento dei consumi, coinvolgendo sia gli impianti meccanici sia quelli elettrici.

In conformità con le leggi attuali, Yamamay esegue ogni quattro anni una diagnosi energetica al fine di identificare possibili aree problematiche e adottare eventuali misure correttive, tra cui l'adozione di nuove tecnologie per migliorare l'efficienza energetica. Dopo l'ultima valutazione energetica condotta nel 2023, è stato proposto e successivamente completato con successo un progetto per rendere più efficiente, dal punto di vista energetico, il sistema di climatizzazione presso la sede centrale.

In linea con le iniziative di efficienza energetica e transizione verde, Yamamay si impegna a continuare il suo progetto di riduzione dei consumi energetici complessivi e dell'impronta di carbonio. L'obiettivo ambizioso è quello di acquistare il 100% di energia da fonti rinnovabili con garanzia di origine (GO), sia per la sede sia per i negozi a gestione diretta in Italia, entro il 2025. Nel 2023, nonostante un notevole aumento rispetto all'anno precedente, Yamamay non ha raggiunto il target prefissato, acquistando il 47% di energia da fonti rinnovabili invece del 50% pianificato.

PIANO D'ACQUISTO DI ENERGIA RINNOVABILE (ITALIA)

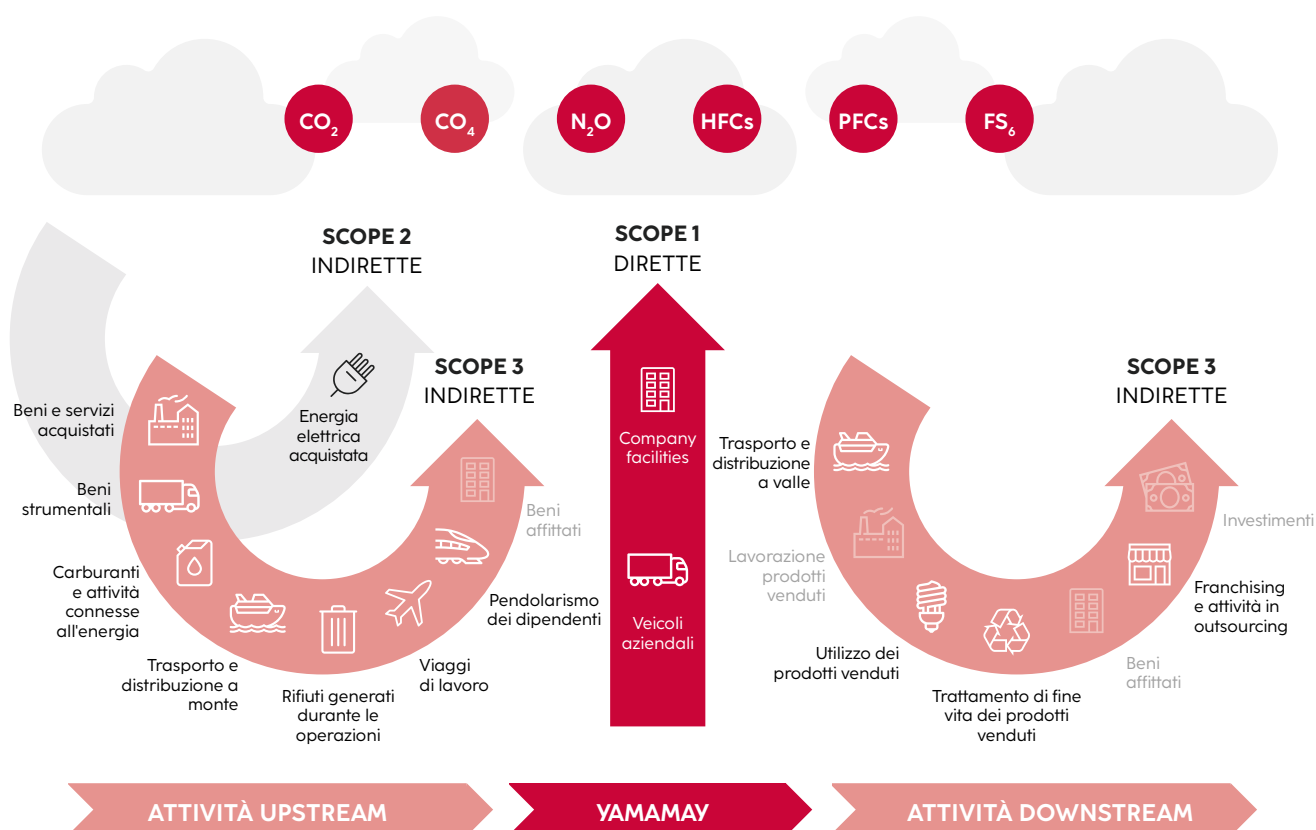


PROCESSO DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DELLA SEDE: AZIONI INTRAPRESE 2021-2023

Per massimizzare l'efficienza energetica degli uffici, Yamamay ha implementato diverse soluzioni innovative nel corso degli anni. In particolare, nel corso del 2023 è stato portato a termine il progetto di efficientamento dell'impianto di climatizzazione dell'headquarter di Gallarate inserito in un più ampio progetto avviato nel 2021 e che ha previsto:



EMISSIONI GHG



Le emissioni di gas serra (GHG) rappresentano una delle principali cause del cambiamento climatico globale. Questi gas, tra cui anidride carbonica (CO₂), metano (CH₄) e ossidi di azoto (NO_x), intrappolano il calore nell'atmosfera, causando l'aumento delle temperature a livello globale. Tale fenomeno porta a conseguenze

devastanti, tra cui il riscaldamento degli oceani, lo scioglimento dei ghiacci polari, l'aumento del livello del mare e l'accentuazione degli eventi meteorologici estremi come tempeste, inondazioni e siccità. Di fronte a questa emergenza climatica, la riduzione delle emissioni di GHG è diventata per Yamamay una priorità cruciale.

Ridurre le emissioni, infatti, non solo contribuisce a rallentare il cambiamento climatico, ma può anche proteggere e preservare gli ecosistemi fragili, migliorare la salute pubblica e promuovere la sicurezza economica a lungo termine.

Yamamay, in collaborazione con un partner esterno specializzato ha adottato da diversi anni un approccio proattivo nel monitorare le emissioni in atmosfera derivanti dalle sue attività e dai consumi energetici diretti e indiretti. La metodologia utilizzata per il calcolo di tali emissioni è stata sviluppata in linea con lo standard del

GHG Protocol, garantendo così un approccio rigoroso e universalmente riconosciuto.

Inoltre, la metodologia considera l'intera catena del valore delle operazioni di Yamamay, analizzando gli impatti emissivi non solo delle attività dirette dell'Azienda, ma anche quelli a monte e a valle della sua catena del valore. Questo approccio olistico consente a Yamamay di valutare in modo accurato e completo le sue emissioni di gas serra, identificando le aree critiche in cui intervenire per ridurre l'impatto ambientale complessivo delle proprie attività.

EMISSIONI GHG DI SCOPE 1,2,3 (ton CO₂ eq)

	2021		2022		2023	
	Market based	Location based	Market based	Location based	Market-Based	Location-Based
Emissioni scope 1	140		158		278	
Emissioni scope 2	2.273	1.379	2.231	1.679	1.829	2.136
Totale emissioni scope 1 e 2	2.413		2.389		2.107	
Emissioni scope 3 (senza fase d'uso)					42.510	
Totale emissioni scope 1, 2 e 3					44.617	

Le emissioni Scope 1 del 2021 e del 2022 non sono comparabili con i dati del 2023 in quanto non includono il consumo di gas naturale del ristorante aziendale così come quelle di scope 2 che non includono i dati della controllata cinese YingLi Yang e i negozi diretti all'estero. Le emissioni Scope 1 e 2 del 2022 sono state ricalcolate includendo le sedi della controllata cinese YingLi Yang e i negozi diretti all'estero.

Nel corso del 2023, si è operato un affinamento della metodologia di calcolo dello scope 3 aumentando l'utilizzo di dati primari rispetto all'anno precedente, al fine di garantire la comunicazione di dati rigorosi. Nel 2022, in quanto primo anno di adozione del calcolo, non è stata effettuata una divulgazione completa dei risultati per motivi di precisione e affidabilità.

Le emissioni GHG di scopo 3 rappresentano la categoria più rilevante (97%). Inoltre, è stato deciso di escludere dal calcolo totale delle emissioni la categoria 11 della fase d'uso del prodotto in quanto rappresenta una categoria al di fuori del controllo di Yamamay, limitato alle indicazioni di lavaggio e manutenzione del prodotto a garanzia della corretta gestione dei capi venduti e dell'ottimizzazione della vita utile. La riduzione delle emissioni escludendo la fase d'uso, rispetto al 2022 è pari al 17% e le emissioni di scope 3 rappresentano il 95% del totale.

L'intensità delle emissioni di Yamamay è pari a 2,6 kg di CO₂ equivalente per pezzo venduto.

Scopo 1: Le emissioni di gas serra (GHG) di scopo 1 sono quelle direttamente generate dalle attività di un'organizzazione. Esse sono sotto il diretto controllo dell'organizzazione e la loro riduzione è spesso una priorità per le aziende che cercano di mitigare il loro contributo al cambiamento climatico e di adottare pratiche più sostenibili. Le emissioni di Scope 1 rappresentano lo 0,3% del totale delle

emissioni (0,6% senza fase d'uso). Si evince dunque come esse non siano rilevanti per Yamamay e sono direttamente riconducibili ai consumi di sede e negozi e delle auto aziendali. Nel 2023 sono aumentate del 43%, aumento riconducibile al rimbocco di F-GAS nei negozi, procedura che non avviene tutti gli anni, e per l'inclusione del consumo di gas del ristorante aziendale.

Scopo 2 (Market Based): Le emissioni di gas serra di Scopo 2 si riferiscono alle emissioni indirette di gas serra associate all'acquisto e al consumo di energia elettrica, vapore, calore o refrigerazione da parte di un'organizzazione. Queste emissioni derivano principalmente dalla produzione di energia da parte dei fornitori esterni, che forniscono energia elettrica o altre forme di energia alla società e pertanto sono classificate come indirette poiché non derivano direttamente dalle attività dell'organizzazione, ma sono associate all'uso di risorse energetiche necessarie per svolgere le sue operazioni.

Nel 2023 si ha avuto una riduzione delle emissioni di scope 2 del 28% dovuta alla politica di acquisto di energia rinnovabile perseguita dall'Azienda per cui ha acquistato il 50% del fabbisogno di energia elettrica in Italia (sede e negozi diretti) di energia proveniente da fonti rinnovabili (95% di origine eolica, 6% da fonte solare) attraverso l'acquisto di garanzie di origine. Lo scopo 2 rappresenta il 2,2% delle emissioni totali di Yamamay (il 4% senza fase d'uso).

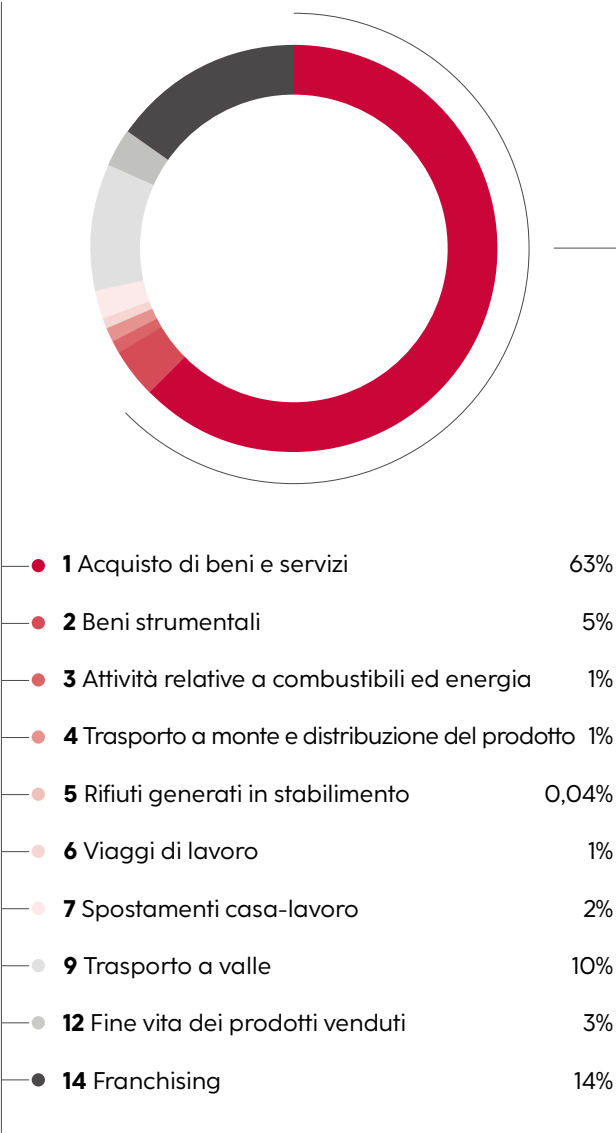
Scopo 3: Le emissioni di gas serra di scopo 3 sono quelle che derivano dalle attività di un'organizzazione, ma sono indirette e non rientrano direttamente sotto il suo controllo. Queste emissioni sono associate principalmente alle attività lungo l'intera catena del valore dell'organizzazione, inclusi i fornitori, i clienti e l'uso finale dei prodotti o servizi dell'azienda. Esse rappresentano l'impatto ambientale indiretto generato dalle attività dell'organizzazione al di fuori dei suoi confini diretti. Yamamay, nel 2023, ha principalmente mirato all'affinamento del calcolo al fine di avere un anno di base su cui porre degli obiettivi di riduzione.

Durante le procedure di calcolo di Scope 3 di quest'anno è stato riscontrato un errore nel calcolo della categoria 14 avvenuto per il 2022 che ha fatto aumentare del 7% le emissioni di scopo 3 di Yamamay dello scorso anno.

Lo Scopo 3, come scritto in precedenza, rappresenta la gran parte delle emissioni aziendali. Avendo escluso la categoria 11, la riduzione dello Scopo 3 è stata del 17%, inoltre, l'acquisto di beni e servizi (62%), i franchising (15%) e il trasporto a valle (10%) risultano le categorie più impattanti a livello di emissioni.

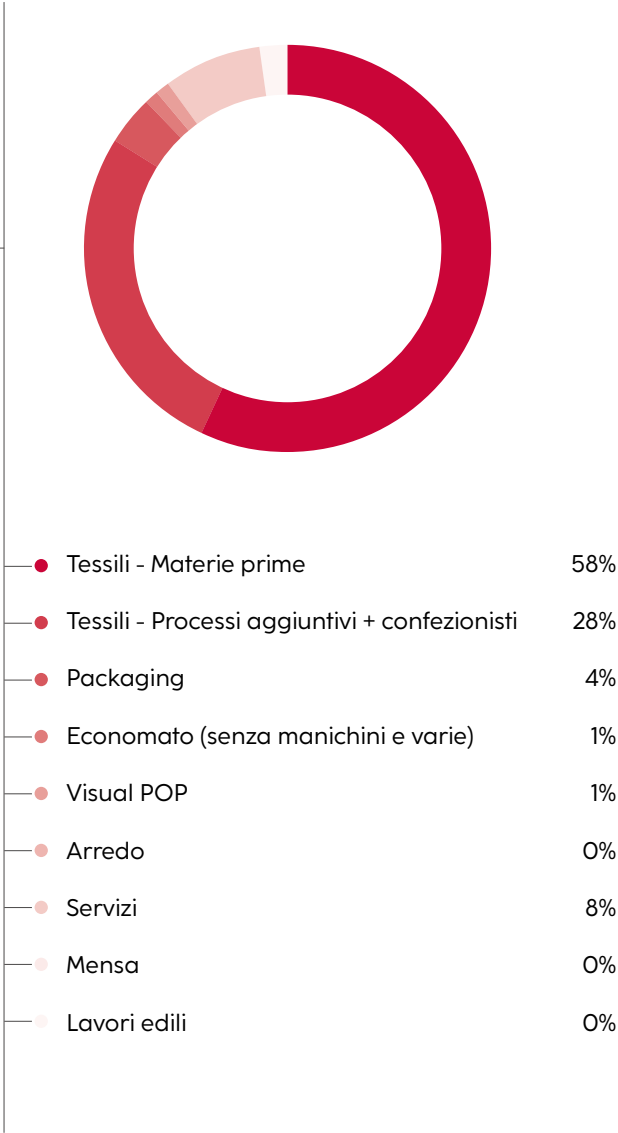
EMISSIONI SCOPE 3 DEL 2023

Inticom S.p.A. - Senza fase d'uso



SCOPE 3

Categoria 1



> **Categoria 1:** rappresenta la maggior parte delle emissioni aziendali, dovute principalmente all'acquisto delle materie prime tessili, al consumo di risorse durante i processi produttivi. Meno rilevanti ma comunque presenti sono le emissioni dovute all'acquisto del packaging, materiale visual, arredo e di servizi. Al fine di ridurre le emissioni attribuite a questa categoria è fondamentale per Yamamay intraprendere la scelta di materiali con un ridotto impatto e di fornitori all'avanguardia che possano attuare dei processi produttivi efficienti. A tale scopo, l'Azienda dispone di un piano di acquisto di prodotti sostenibili e innovativi e punta a redigere una lista di *Preferred Materials* per la realizzazione dei suoi capi. I fornitori, invece, vengono valutati, mediante l'ausilio di una piattaforma, su 6 aree di sostenibilità. La stessa viene anche utilizzata con lo scopo di raccogliere dati primari utili di fini del calcolo. Un'ulteriore azione di riduzione è rappresentata dall'ottimizzazione del piano di acquisto di materiale *visual* per diminuirne la quantità acquistata.

> **Categoria 14:** rappresenta le emissioni dei negozi in *franchising*, i quali sono autonomi sia nella gestione delle utenze sia del personale. A partire dal 2024 i *franchisee* sono stati coinvolti mediante l'invio di un questionario volto a monitorare i consumi energetici dei negozi affiliati i cui risultati hanno fatto emergere alcune *best practices*. Nel corso dell'anno l'Azienda proseguirà il processo di *engagement* iniziato nel 2024 anche grazie alla divulgazione e promozione delle linee guida definite dalla politica ambientale.

> **Categoria 9:** include le emissioni direttamente correlate al trasporto dei prodotti acquistati dal negozio fino a casa del consumatore con modalità non note all'Azienda. Le emissioni di quest'ultima categoria, come per la 11, non sono mitigabili tramite azioni dirette di Yamamay.

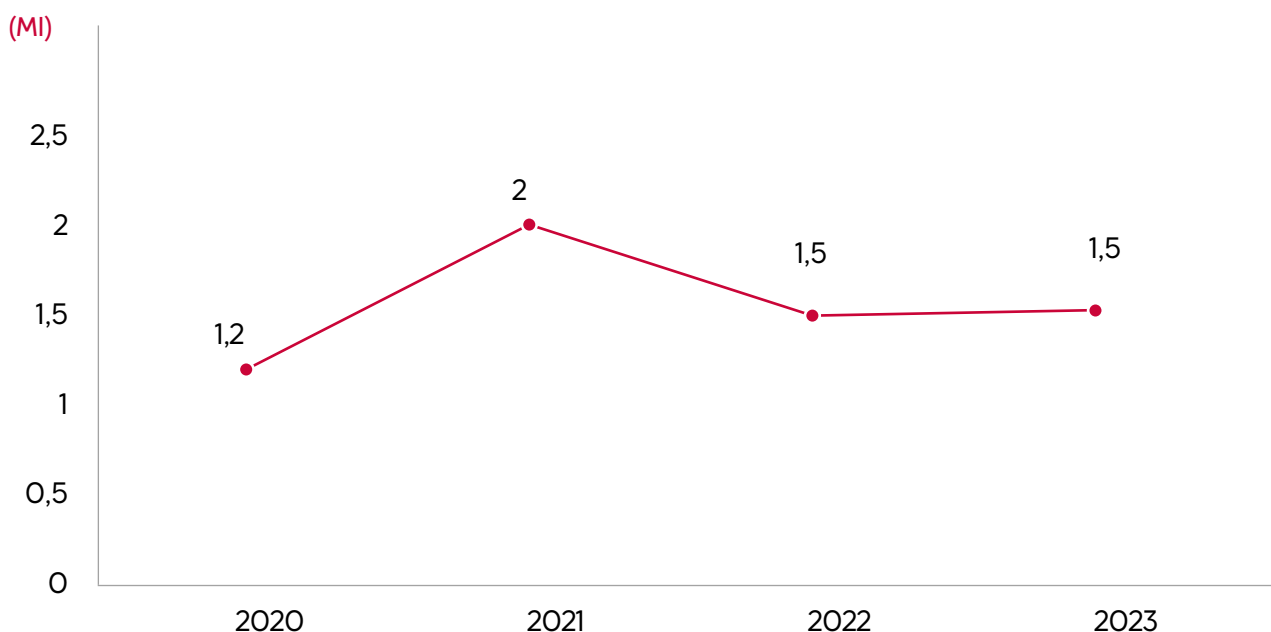
4.2 Gestione della risorsa idrica

Riguardo ai consumi diretti della risorsa idrica, si ritiene che attualmente sia un aspetto non significativo per Yamamay, poiché i consumi d'acqua sono minimi in quanto principalmente legati a scopi igienico-sanitari sia per la sede sia per i punti vendita.

La fonte principale di approvvigionamento idrico dell'headquarter è rappresentata dagli acquedotti. Le acque di scarico sono assimilabili a quelle delle abitazioni e vengono pertanto immesse in fognatura.

Nel corso del 2023, il consumo idrico è rimasto sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. L'acqua prelevata dalle sedi Yamamay proviene da zone non a stress idrico¹.

TREND CONSUMO IDRICO (SEDE DI GALLARATE)



¹ Aqueduct Water Risk Atlas, Water Stress (<https://www.wri.org/data/aqueduct-water-risk-atlas>, ultima visita 13 maggio 2024)

4.3 Gestione dei rifiuti

Yamamay riconosce l'importanza di gestire responsabilmente i rifiuti generati dalle proprie attività, impegnandosi a ridurre al minimo l'impatto ambientale derivante dalla gestione degli stessi.

L'Azienda adotta un approccio integrato che comprende la prevenzione, il riciclo e il corretto smaltimento dei rifiuti sia nelle sedi sia presso i punti vendita.

Nel processo produttivo e distributivo, Yamamay promuove l'ottimizzazione delle risorse e la riduzione degli sprechi per limitare la quantità di rifiuti prodotti. L'Azienda implementa pratiche di riciclo e recupero per massimizzare il recupero di materiali e ridurre la quantità di rifiuti destinati alla discarica. Grazie alla natura delle proprie attività, non vengono generati rifiuti speciali o pericolosi, fatta eccezione per i toner delle stampanti, i quali vengono smaltiti attraverso la raccolta differenziata gestita dalla stessa società di noleggio delle stampanti sia per la sede sia per i punti vendita, al fine di assicurare un approccio professionale e conforme alle normative ambientali vigenti.

Viene inoltre effettuata la raccolta differenziata utilizzando raccoglitori appositi per plastica, vetro, lattine, carta, umido, indifferenziata e pile esauste, nonché per i rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE). Ogni piano è dotato di tali raccoglitori, accompagnati da indicazioni chiare affinché i rifiuti vengano smaltiti nel modo corretto. Inoltre, il materiale risultante dalle operazioni di rinnovamento viene trasferito a discariche

comunali adeguate e gestito attraverso i necessari formulari FIR, compilati dalle ditte responsabili dello smaltimento.

Come previsto dalla politica ambientale di Yamamay, presso la sede sono disposti sui piani e in mensa distributori d'acqua collegati direttamente al sistema idrico per permettere ai dipendenti di riempire le proprie borracce in modo comodo e sostenibile, eliminando la necessità di bottiglie d'acqua in plastica. Nell'area *break* vengono utilizzati bicchieri e palettine gira caffè in carta FSC e le stampanti, dislocate in ogni piano degli uffici, sono dotate di carta riciclata e impostate di *default* sulla modalità di stampa fronte e retro.

La quantità di rifiuti non destinati a smaltimento si mantiene, seppur con un leggero aumento, in linea con il biennio precedente. Dal momento che l'Azienda non monitora direttamente il peso dei rifiuti di questa categoria, il valore è stato calcolato mediante una stima basata sul quantitativo dell'anno precedente, sui rapporti del comune di Gallarate e sulle imposte TARI. Rispetto agli anni precedenti, nel 2023 Yamamay è ricorsa allo smaltimento in discarica di 26,7 tonnellate di rifiuti, corrispondenti al materiale d'arredo proveniente dalle diverse ristrutturazioni avvenute nel corso dell'anno nei negozi e presso la sede.

RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO (t)

	2021		2022		2023	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Preparazione al riutilizzo	0	5	0	5	0	5,3
Riciclo	0	8	0	9	0	9,2
Altre operazioni di recupero: compostaggio	0	2	0	1,5	0	1,7
Altre operazioni di recupero: con recupero di energia	0	0	0	0	0	0
TOTALE	0	15	0	15,5	0	16,2

RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO (t)

	2021		2022		2023	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Smaltimento in discarica	0	0	0	0	0	26,7
Incenerimento con recupero energetico	0	0	0	0	0	0
Incenerimento senza recupero energetico	0	0	0	0	0	0
TOTALE	0	0	0	0	0	26,7



4.4 Protezione del territorio e della biodiversità

Pur non avendo un impatto diretto sugli ecosistemi, Yamamay pone particolare attenzione alla conservazione della biodiversità.

Attraverso la ricerca continua di nuove tecnologie, l'implementazione di strategie innovative e il sostegno alla ricerca scientifica, Yamamay si impegna a ridurre l'inquinamento e a contribuire attivamente alla salvaguardia del nostro pianeta per le generazioni presenti e future.

In qualità di produttrice di costumi da bagno, l'Azienda ha abbracciato la missione di sviluppare politiche di sostegno al mare, affrontando la crisi ambientale che minaccia le acque del nostro pianeta.

A tale scopo, Yamamay collabora strettamente con la comunità scientifica, offrendo il proprio supporto all'attività di ricerca e di conoscenza volta a comprendere meglio le sfide che affrontano gli oceani e a identificare soluzioni efficaci.

Nel 2023 prosegue, infatti, il sostegno alla *One Ocean Foundation* (OOF), con l'intento di accelerare la risoluzione della crisi ambientale in corso. Questo supporto si focalizza principalmente sull'incremento della conoscenza della biodiversità marina e sull'impulso della *blue economy*.

Il Comitato Scientifico dell'OOF opera come custode della direzione scientifica della Fondazione, garantendone l'autonomia e l'indipendenza nelle sue iniziative.



Nel tempo Yamamay ha contribuito a molteplici progetti e nel corso del 2023 ha consolidato il suo supporto alle seguenti iniziative:

✧ **One Ocean Foundation (OOF):** a partire dal 2019 essa si è dedicata allo studio e alla protezione delle specie di cetacei che popolano il Canyon di Caprera, un'importante area di biodiversità nel Tirreno riconosciuta come nuovo Hope Spot da parte di Mission Blue, un'iniziativa globale per la conservazione della biodiversità marina fondata dalla famosa oceanografa Dr. Sylvia Earle. Grazie al costante impegno della Fondazione nelle attività di ricerca e monitoraggio, il Canyon di Caprera entra a far parte della rete di oltre 140 Hope Spot in tutto il mondo, diventando il secondo in Italia.

Quest'area ospita ben sette delle otto specie che abitualmente frequentano il Mar Mediterraneo. Dal momento che i cetacei rivestono un ruolo cruciale nell'ecosistema marino, riconosciuto dalla Direttiva Quadro Strategia Marina dell'Unione Europea, la loro estinzione potrebbe generare gravi squilibri nell'intero sistema. Le principali minacce per queste specie includono la pesca accidentale, l'inquinamento delle acque, la presenza di plastiche e microplastiche, nonché l'inquinamento acustico. Per affrontare tali rischi, OOF conduce attività di studio e monitoraggio in collaborazione con il *Science and Technology Organisation - Centre for Maritime Research and Experimentation (STO CMRE)* di La Spezia, l'Università dell'Insubria e l'IAS-CNR di Oristano.

✧ **"No Plastic in the Ocean"** è un impegno condiviso dalla One Ocean Foundation (OOF) e dai suoi collaboratori, mirato alla sensibilizzazione per la riduzione dell'uso di plastica. In quest'ottica Yamamay sta attivamente rivedendo il suo packaging per ridurre l'impatto ambientale e partecipa a progetti volti alla rimozione della plastica dalle spiagge e dal mare.



✧ La pratica della vela rappresenta un'occasione unica per conoscere e rispettare il mare. È per questo motivo che la *One Ocean Foundation (OOF)* ha stretto una collaborazione con la Federazione Italiana Vela (FIV) e il Centro Velico Caprera (CVC). In qualità di partner, OOF offre il proprio sostegno a tutte le regate, garantendo il rispetto di un rigido codice etico. Questo impegno si estende anche alla classe RS21 ITALIAN CLASS, di cui Yamamay è partner ufficiale, dimostrando così un forte impegno comune per la tutela degli oceani.

✧ Con il progetto **"One Ocean Disclosure"**, la *One Ocean Foundation (OOF)* insieme ai suoi partner, al mondo accademico e alle istituzioni, ha presentato i risultati degli studi in corso e una metodologia innovativa per misurare l'impatto delle imprese sull'ecosistema marino, considerando le specificità di ciascun settore industriale. Yamamay ha assunto un ruolo attivo in questo impegno, fornendo dati sulla valutazione degli impatti del settore moda attraverso la collaborazione nella creazione di standard di misurazione insieme a SDA Bocconi e McKinsey.

✧ Il **Progetto M.A.R.E.** è una ricerca incentrata sul monitoraggio dello stato di salute del Mar Mediterraneo, con l'obiettivo di promuovere la conoscenza e la salvaguardia dell'ambiente marino. Quest'iniziativa si propone di monitorare attentamente l'inquinamento da sostanze chimiche e la biodiversità marina, al fine di comprendere meglio le sfide ambientali che affronta il Mediterraneo e di adottare azioni mirate per la sua protezione.

LETTERE AGLI STAKEHOLDER	01 YAMAMAY	02 PRODOTTO	03 PERSONE	04 PIANETA	NOTA METODOLOGICA	INDICE GRI
--------------------------	------------	-------------	------------	------------	-------------------	------------

PROGETTO M.A.R.E. MARINE ADVENTURE FOR RESEARCH AND EDUCATION

Il progetto M.A.R.E. (*Marine Adventure for Research and Education*) nasce a partire dal 2021 grazie alla collaborazione con *One Ocean Foundation* (OOF), in qualità di partner scientifico, e con il Centro Velico Caprera, promotore e organizzatore, oggi Fondazione. Si tratta di un programma di lungo periodo della durata di 5 anni che prevede diverse settimane di navigazione in mare a bordo del catamarano One, volte al monitoraggio dell'inquinamento da sostanze chimiche e della biodiversità marina.

Durante la spedizione, vengono raccolti campioni di organismi zooplanctonici, considerati bioindicatori naturali dell'inquinamento ambientale, al fine di tracciare la presenza e la distribuzione di diversi contaminanti nei mari italiani. Oltre alla ricerca scientifica e al monitoraggio degli ecosistemi marini, l'obiettivo del progetto è quello di diffondere conoscenza e consapevolezza riguardo a tematiche ambientali cruciali, promuovendo comportamenti responsabili fondamentali per la conservazione dell'ambiente marino.

Questo scopo viene raggiunto anche attraverso la pubblicazione di ricerche scientifiche; tra queste vi è la ricerca di una biologa del team di One Ocean Foundation e di altri ricercatori che mira a monitorare la distribuzione della foca monaca nel Mar Mediterraneo utilizzando l'analisi del DNA ambientale (eDNA). I risultati mostrano segnali positivi lungo tutto il Mediterraneo occidentale e centrale, identificando sei "hotspot" che coincidono con siti storici della foca monaca¹.

A bordo del catamarano One è presente un team composto da biologi, oceanografi e chimici, provenienti da diverse Università ed istituti di Ricerca impegnati nella raccolta, studio e divulgazione della cultura della tutela dell'ambiente marino. Yamamay sostiene questa esplorazione, contribuendo anche alla divulgazione degli articoli scientifici prodotti, e crede fermamente che per progredire in modo sostenibile, sia essenziale cambiare il dialogo con gli *Stakeholder*, migliorando la comunicazione sulle attività svolte a favore dell'ambiente e del mare.



INSTAGRAM
@m.a.r.e.cvc

¹Valsecchi E, Tavecchia G, Boldrocchi G, Coppola E, Ramella D, Conte L, Blasi M, Bruno A, Galli P. Author Correction: Playing "hide and seek" with the Mediterranean monk seal: a citizen science dataset reveals its distribution from molecular traces (eDNA). *Sci Rep.* 2023 Apr 12;13(1):5979. doi: 10.1038/s41598-023-33069-3. Erratum for: *Sci Rep.* 2023 Feb 14;13(1):2610. PMID: 37046021; PMCID: PMC10097611.

Tra i principali obiettivi del progetto M.A.R.E. vi sono:

- ✂ Ricerca scientifica e monitoraggio degli ambienti marini
- ✂ Diffusione della conoscenza e consapevolezza su tematiche ambientali
- ✂ Promozione di comportamenti corretti per la conservazione dell'ambiente marino
- ✂ Monitoraggio della biodiversità marina, con attenzione alle specie considerate criptiche
- ✂ Campionamento di DNA ambientale

Nel corso del 2023, Yamamay ha manifestato il continuo impegno nella salvaguardia dell'ambiente marino attraverso la sua partecipazione attiva alla spedizione M.A.R.E. 2023. L'inizio di questa avventura ha avuto luogo nella maestosa base navale di Taranto, da dove il catamarano ha intrapreso un affascinante viaggio lungo la pittoresca costa italiana orientale, attraversando il Mar Ionio e il Mar Adriatico, per poi approdare nelle acque cristalline del Mar Egeo, raggiungendo infine la pittoresca isola di Corfù. Un viaggio straordinario che ha visto il completamento di un percorso di ben 1.235 miglia nautiche.

GLI OBIETTIVI 2023

- ✂ Fornire dati di baseline relativi al livello generale di contaminazione da elementi in traccia (TEs) e contaminanti organici persistenti (POPs) nel Mar Mediterraneo orientale e valutare possibili tendenze temporali relative ai livelli di contaminanti.
- ✂ Determinare lo stato di contaminazione del bacino confrontando i livelli misurati nel corso della spedizione con quelli a disposizione provenienti da altre aree in tutto il mondo.
- ✂ Analizzare campioni di DNA ambientale al fine di individuare la presenza e la distribuzione della foca monaca nel Mar Adriatico

In aggiunta agli obiettivi prettamente scientifici, la missione si pone lo scopo di rafforzare e allargare il network istituzionale già creato nel corso degli anni precedenti, anche attraverso il rinnovo dei patrocini. Inoltre, sono state consolidate collaborazioni con centri di ricerca nazionali e internazionali, coinvolgendo anche i Paesi confinanti come Croazia, Albania, Montenegro e Grecia nei progetti e nelle iniziative in corso.



GUARDA IL VIDEO

> youtube.com/Yamay >
Il Progetto M.A.R.E.

LE TAPPE DELLA SPEDIZIONE 2023

29/04 – 06/05	1 Taranto 2 Otranto
06/05 – 13/05	2 Otranto 3 Bari
13/05 – 20/05	3 Bari 4 Termoli
20/05 – 27/05	5 Vasto 6 Ancona
27/05 – 03/06	6 Ancona 7 Venezia
03/06 – 10/06	7 Venezia 8 Pola
10/06 – 17/06	8 Pola 9 Split
17/06 – 24/06	9 Split 10 Dubrovnik
24/06 – 01/07	10 Dubrovnik 11 Durres
01/07 – 08/07	11 Durres 12 Corfù



I RISULTATI 2023

Valutazione dello stato di contaminazione da metalli in traccia e contaminanti organici persistenti

L'oceano è stato a lungo considerato come il serbatoio per lo smaltimento di rifiuti e sostanze inquinanti derivanti dalle attività umane, come i contaminanti organici persistenti (POP) e gli elementi in traccia (TEs). Nonostante alcuni inquinanti, come i policloro-bifenili (PCB) e il dicloro-dimetil-tricloroetano (DDT), abbiano registrato una diminuzione globale nel corso del tempo grazie a diverse misure regolamentari internazionali, continuano comunque a persistere nell'ambiente a causa della loro lenta degradazione e diffusione attraverso l'atmosfera.

È quindi essenziale continuare a monitorare e valutare la presenza di inquinanti nell'ambiente marino poiché essi hanno un impatto negativo sull'ambiente, accumulandosi negli organismi viventi e aumentando progressivamente lungo la catena alimentare. L'utilizzo di bioindicatori naturali, come lo zooplancton, è fondamentale per valutare lo stato di inquinamento marino e monitorare eventuali cambiamenti.



13

PCB analizzati

14

elementi in traccia analizzati

46

campioni di zooplancton raccolti nel Mar Adriatico



**RACCOLTA
DI ZOOPLANKTON
FINO A 20 METRI DI
PROFONDITÀ**

**CONSERVAZIONE
IN REFRIGERATORE PER
MINIMIZZARE IL RISCHIO
DI CONTAMINAZIONE
ESTERNA**

**LIOFILIZZAZIONE
E PESATURA**

**ANALISI DEI CAMPIONI
PRESSO L'UNIVERSITÀ
DELL'INSUBRIA (COMO)**

I dati relativi allo zooplancton hanno evidenziato che la contaminazione da PCB (policloro-bifenili) non è uniformemente distribuita nel Mar Adriatico: sono stati individuati, infatti, punti critici di contaminazione. È interessante notare che, nonostante il fiume Po sia una fonte significativa di inquinamento marino, i livelli più alti di PCB sono stati rilevati nella parte centro-orientale dell'Adriatico, in particolare nella zona marittima compresa tra Sebenico e Spalato, oltre che in Albania.

Le cause principali delle elevate concentrazioni sono la presenza dell'estuario del fiume Krka, che potrebbe scaricare acque reflue nella zona costiera e l'elevato tasso di urbanizzazione e industrializzazione della baia di Spalato. Per quanto riguarda il DDT (dicloro-dimetil-tricloroetano), la contaminazione nel Mar Adriatico è bassa. Solo pochi campioni hanno mostrato livelli moderati: due nell'Adriatico meridionale e due in quello settentrionale.

La ricerca ha inoltre esaminato i livelli di 14 metalli pesanti presenti negli organismi zooplanctonici nel Mar Adriatico. Molti di questi metalli, come l'alluminio, sono essenziali per i meccanismi fisiologici degli organismi marini e quindi sono presenti in concentrazioni più elevate. Nonostante ogni metallo mostri una specificità spaziale, sono stati individuati possibili hotspot di contaminazione nel Mar Adriatico con indice di contaminazione dei metalli (MPI – *Metal Pollution Index*) superiore a 20.

I livelli più alti di MPI sono stati registrati nella zona di Corfù, seguita dall'area del Golfo di Venezia, dalle acque delle Isole Tremiti, dalla zona del Golfo di Taranto, dalle acque croate di Pola e dall'Isola di Lastovo.

● Contaminazione da PCB

Livelli critici

Sebenico, Spalato, Albania

● Contaminazione da DDT

Livelli critici

Delta del fiume Po, Rijeka,
Adriatico Meridionale

● Contaminazione da elementi in traccia

Livelli critici

Corfù, Golfo di Venezia, Isole
Tremi, Golfo di Taranto, Pola,
Isola di Lastovo



DNA ambientale: foca monaca

Nel quadro del progetto M.A.R.E. 2023, sono stati raccolti 20 campioni di acqua di mare per condurre analisi di DNA ambientale mirate a individuare la presenza e la distribuzione della foca monaca nel Mar Adriatico. La foca monaca è una specie endemica del Mar Mediterraneo e una delle più elusive. È classificata come in pericolo critico dalla Lista Rossa dell'IUCN ed è considerata una delle specie di pinnipedi più a rischio al mondo.

Sebbene il declino delle popolazioni di foca monaca sia stato attribuito principalmente alla caccia commerciale e alla persecuzione da parte dei pescatori, misure di conservazione adottate negli ultimi decenni hanno portato a un incremento della sua popolazione. Tuttavia, rimangono ancora lacune significative nella comprensione della sua distribuzione nel bacino del Mediterraneo, i suoi movimenti e l'uso dell'habitat. Per questo motivo, il progetto M.A.R.E. 2023 si è concentrato su questa specie al fine di fornire dati cruciali sulla sua presenza in un'area del Mar Mediterraneo ancora poco studiata.

Su 20 campioni raccolti, il 10% (2 campioni) ha dato esito positivo, con un segnale molto debole, entrambi nella regione della Puglia. Questo risulta in linea con i rari avvistamenti degli ultimi anni nel Mar Adriatico, che si concentrano soprattutto in questa zona del Mar Mediterraneo.



**MANIFESTO
YAMAMAY M.A.R.E.**

> corporate.yamamay.com > Futuro Sostenibile >
Pianeta > Progetto M.A.R.E. > Progetto M.A.R.E. 2024

SGUARDO AL FUTURO: M.A.R.E. 2024

Nella missione del 2024 il catamarano *One* intraprenderà, a partire dal 27 aprile 2024, una nuova rotta attraverso il Mar Mediterraneo, toccando le coste della Liguria, della Francia e della Spagna. Il 7 luglio, dopo due mesi di navigazione il catamarano farà ritorno alla base di La Maddalena.

Durante la spedizione, Centro Velico Caprera e *One Ocean Foundation* organizzano conferenze e convegni scientifici, con lo scopo di promuovere gli obiettivi del progetto e divulgare risultati preliminari. In particolare, sono previsti i seguenti eventi:

✂ **Evento di apertura** – La Maddalena
26 Aprile

✂ **Convegno scientifico** – Montecarlo
7 maggio

✂ **Convegno scientifico** – Barcellona
31 maggio 2024

✂ **Evento gemellaggio** Comune di La
Maddalena ed Ajaccio – Ajaccio
22 giugno 2024

✂ **Evento conclusivo** – La Maddalena
7 luglio

4.5 Packaging responsabile

Attraverso la definizione di linee guida per il packaging, condivise con i propri fornitori ed elaborate nel documento “*Packaging Guidelines*” allegato al *Manufacturing Agreement*, Yamamay esprime un impegno costante per ridurre il consumo di materiali negli imballaggi dei suoi prodotti e la continua ricerca di alternative a minor impatto.

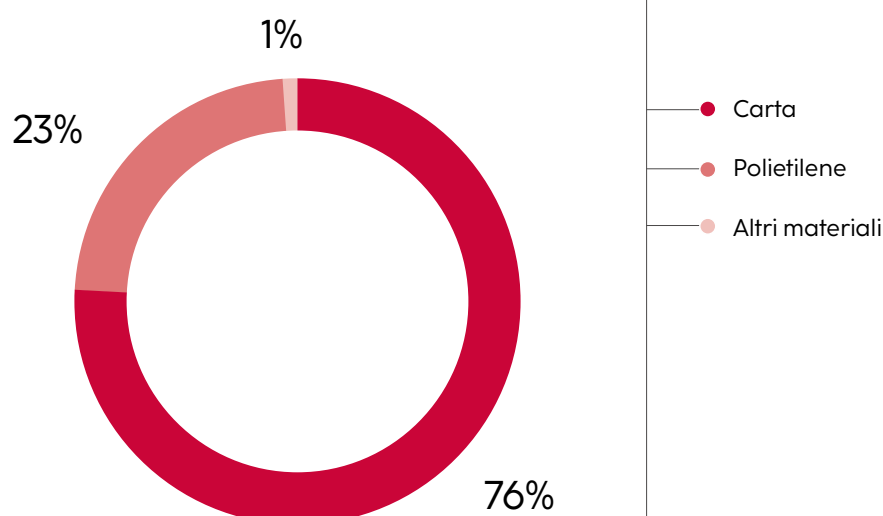
Il manuale elaborato da Yamamay rappresenta uno strumento fondamentale per definire le linee guida riguardanti la selezione dei materiali a minor impatto ambientale destinati agli imballaggi. Questo documento si propone di orientare tutte le funzioni aziendali coinvolte nella progettazione e selezione degli imballaggi, nonché di fornire informazioni cruciali ai fornitori. Le linee guida contenute nel manuale sono state elaborate seguendo principi chiave, tra cui la riduzione della quantità di materiali utilizzati, la semplificazione della struttura dei prodotti privilegiando articoli monomateriali o facilmente smontabili, e la promozione del riutilizzo e della riciclabilità. Si presta particolare attenzione alla scelta di materiali provenienti da fonti rinnovabili o riciclate,

oltre alla preferenza per prodotti progettati per un uso a lungo termine e facilmente riciclabili. Ogni selezione di materiali si basa su prestazioni di sostenibilità documentate e, ove possibile, su certificazioni ufficiali. Si rispettano, inoltre, scrupolosamente le disposizioni dell'Elenco delle sostanze soggette a restrizioni (RSL) dell'Azienda e la Direttiva Europea sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio (2004/12/CE).

Grazie all'implementazione di queste linee guida, Yamamay ha raggiunto l'importante traguardo di riportare sulle etichette di tutti i packaging le corrette informazioni di smaltimento, in conformità con le direttive UE più recenti. L'inclusione del *Packaging General Guideline* come allegato nell'aggiornamento del *Manufacturing Agreement* garantisce il corretto passaggio delle informazioni a tutti i fornitori, facilitando una maggiore collaborazione e un miglioramento continuo nella gestione degli imballaggi e delle etichette. Ad oggi, non viene eseguito alcun controllo sulla composizione del packaging, ma, a partire dal 2024, l'Azienda si impegnerà a monitorare i materiali utilizzati con controlli mirati.

Nel 2023, la carta rappresenta il materiale di packaging predominante, costituendo il 76% del totale. La maggioranza di questa è costituita da carta certificata FSC, con un peso di 429 tonnellate, mentre 182 tonnellate derivano da carta riciclata. La restante parte (35 tonnellate), invece, è costituita da carta vergine. Il polietilene rappresenta un'altra componente significativa (23%), di cui il 90% è proveniente da fonti riciclate. Poliestere e polipropilene, al contrario, rappresentano insieme solamente il 2% del peso totale del packaging, con la maggior parte del poliestere derivante da riciclo, mentre il polipropilene è in gran parte non riciclato. Infine, la carta velina e il PVC contribuiscono in maniera trascurabile al peso totale del packaging, rispettivamente con lo 0.09% e lo 0.02%.

MATERIALE PACKAGING



Per semplificare l'interpretazione dei dati, l'Azienda ha ottimizzato il metodo di calcolo e di comunicazione delle informazioni riguardanti. Il packaging è stato infatti suddiviso in tre categorie:

- ✂ **Packaging di prodotto:** include i materiali che normalmente si trovano allegati al prodotto in fase di esposizione in negozio.
- ✂ **Packaging di spedizione:** include i materiali che vengono normalmente utilizzati in fase di spedizione al fine di garantire un corretto flusso logistico e di evitare danni alla merce.
- ✂ **Packaging di vendita:** include i materiali utilizzati per il confezionamento del prodotto al momento dell'acquisto da parte del cliente.

Seguendo questa nuova logica, i dati relativi al 2021 e 2022 sono stati riclassificati per garantire la comparabilità con l'anno di rendicontazione corrente.

Inoltre, la categorizzazione sopra descritta è stata adottata sia per i materiali in carta sia per quelli in plastica.

Nel 2023, si è verificata una riduzione del 19% della quantità di carta certificata FSC utilizzata per il packaging. Tuttavia, analizzando le singole categorie si riscontra un aumento di carta FSC nel packaging di prodotto (+20%) e di vendita (+4%) rispetto all'anno precedente, calcolato sul totale di carta utilizzata. Diminuisce, invece, significativamente la quota di carta FSC del packaging di spedizione (-31%).

Per quanto riguarda il packaging in plastica, Yamamay è riuscita ad aumentare del 13% la quota di plastica riciclata. Esso è dovuto all'incremento di componente riciclata nel packaging di spedizione (+15%). Diminuisce, invece, del 37% la quota nel packaging di prodotto. Come per gli anni precedenti, Yamamay non utilizza ancora plastica riciclata nel packaging di vendita.

Quantità (t)	2021						2022						2023					
	Carta vergine	Carta FSC	TOTALE CARTA	Plastica	Plastica Riciclata	TOTALE PLASTICA	Carta vergine	Carta FSC	TOTALE CARTA	Plastica	Plastica Riciclata	TOTALE PLASTICA	Carta vergine	Carta FSC	TOTALE CARTA	Plastica	Plastica Riciclata	TOTALE PLASTICA
Packaging di prodotto	20	2	22	2	13	15	14	39	53	2	13	15	2	34	36	5	5	10
Packaging di spedizione	209	0	209	111	22	133	40	187	227	69	172	241	178	184	362	27	160	187
Packaging di vendita	259	0	259	0,1	0	0,1	13	337	350	9	0	9	0	211	211	2	0	2
TOTALE	488	2	490	113	35	148	67	563	630	80	185	265	180	429	609	34	165	199

A partire dal 2023, Yamamay ha avviato una collaborazione con Movopack, una società specializzata nella produzione di imballaggi sostenibili e soluzioni di packaging eco-friendly. Movopack offre a Yamamay l'opportunità unica di integrare il packaging dei propri prodotti con un'esperienza di *unboxing* coinvolgente per i clienti. Una volta ricevuta la busta Movopack, la restituzione del packaging è semplice e conveniente, in quanto è sufficiente che il cliente lo inserisca in qualsiasi cassetta postale.

Una volta restituito, l'Azienda si occupa di sanificare e rispedire il packaging a Yamamay, in modo tale che possa essere riutilizzato. Questo approccio non solo riduce l'impatto ambientale legato all'uso di imballaggi monouso, ma promuove anche una pratica di consumo più sostenibile e responsabile.



“Movopack e Yamamay lavorano insieme alla frontiera dell’innovazione sostenibile nel packaging - il riutilizzo. Il modello di consumo attuale dei packaging è puramente monouso: gli imballaggi vengono prodotti con la finalità di essere utilizzati una sola volta, diventando inevitabilmente rifiuti. Movopack nasce proprio con l’obiettivo di piegare questo flusso di consumo lineare creando un modello circolare. Con Yamamay abbiamo portato questa innovazione nel mondo della moda mare. Il lavoro iniziato insieme è una vera rivoluzione del settore: ogni packaging Yamamay & Movopack riduce la quantità di packaging che finisce in discarica o che viene disperso sul nostro Pianeta. Il comune approccio alla sostenibilità di Movopack e Yamamay è stato chiaro fin dai primi incontri, nei quali si è cominciato ad immaginare come implementare il packaging Movopack all’interno del mondo Yamamay. Il packaging Yamamay & Movopack ha preso ispirazione proprio da un murales presente nella sede societaria, che richiama ad una natura esotica che il progetto si pone l’obiettivo di difendere. I primi risultati sono già entusiasmanti, con quasi il 25% dei consumatori che hanno riconsegnato il packaging per un futuro utilizzo.

Questo permette di ridurre l’impatto ambientale del packaging fino al 75% in termini di emissioni di CO₂, di consumo di acqua ed energia. Un aspetto fondamentale del sistema di packaging circolare Movopack è che ogni packaging non riconsegnato prende una vita propria all’interno della quotidianità dei consumatori, trovando impiego per diversi utilizzi, contribuendo così ad abbattere l’impatto ambientale del settore. Guardando al futuro, stiamo lavorando per estendere la platea dei consumatori ai quali questo packaging verrà fornito, ad esempio come avvenuto a Settembre 2023 per i Mondiali di RS21 e a Marzo 2024 in occasione del World Water Day. Stiamo inoltre studiando altre applicazioni nel quale possa essere utilizzato un sistema di packaging circolare all’interno del mondo Yamamay. Il team Movopack è felice di lavorare insieme al team Yamamay per ridurre la quantità di imballaggi monouso e per migliorare drasticamente l’impatto ambientale del settore packaging. Per raggiungere questo importante obiettivo, è fondamentale svolgere un ruolo educativo nei confronti dei consumatori al fianco di brand internazionali come Yamamay.”

Tomaso Torriani

CEO & Founder Movopack





E-COMMERCE

CLIENTE FINALE

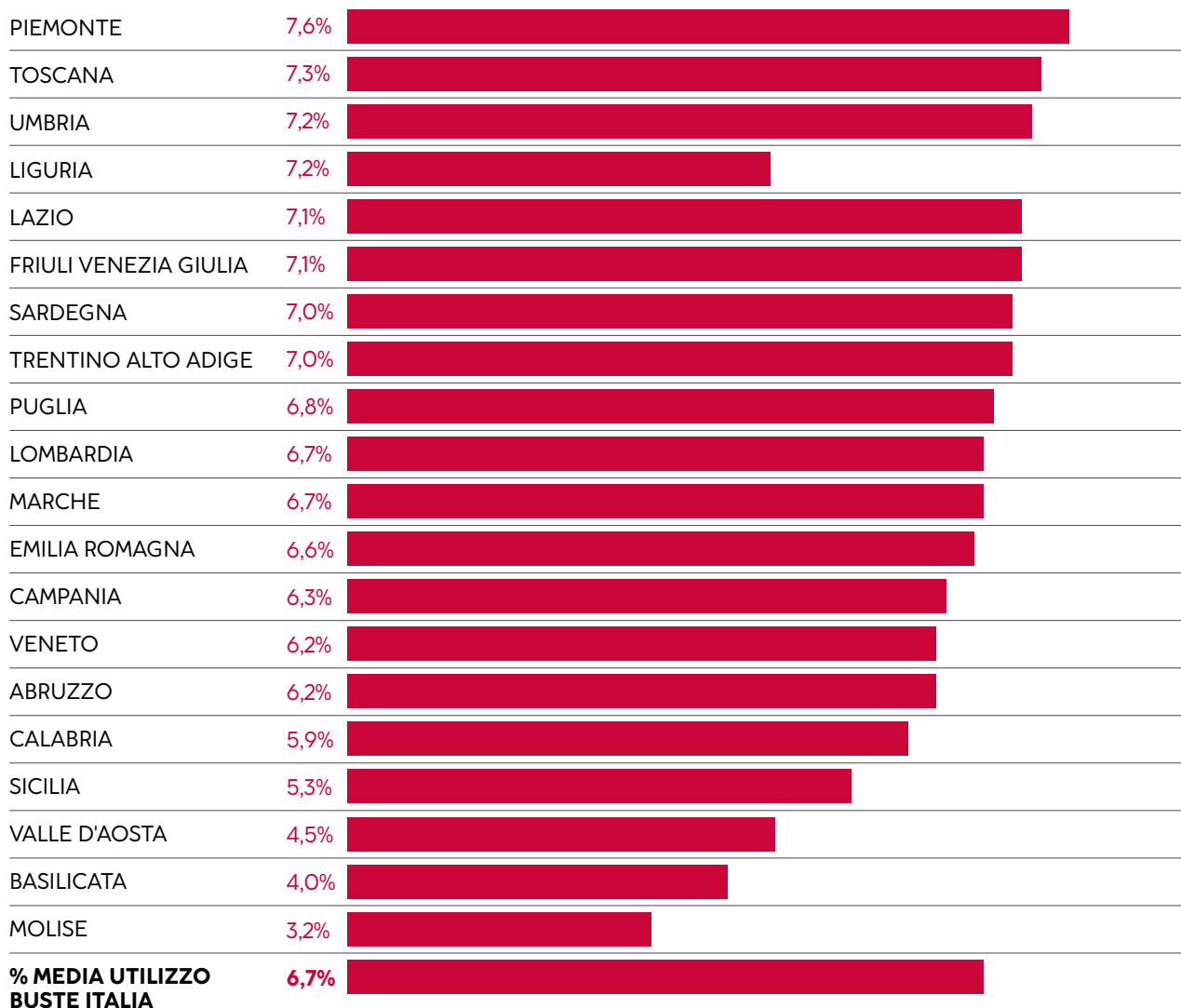
CONSEGNA PRESSO
CASSETTA POSTALESANIFICAZIONE
RICONSEGNA
A YAMAMAY

Il primo ordine Yamamay spedito con Movopack risale ad agosto 2023: a partire da quel momento, l'Azienda ha iniziato a monitorare costantemente i dati relativi a questa tipologia di packaging in modo tale da avere un quadro sempre aggiornato. Alla fine dell'anno il numero di ordini e-commerce spediti con Movopack è di 2.169, pari al 6,7% di tutti gli ordini online.

Dai dati disponibili emerge che lo scontrino medio dei clienti che scelgono la consegna in busta Movopack è superiore del 6% rispetto alla consegna con packaging standard. Tuttavia, questo dato varia a seconda della regione, con fluttuazioni dal -7,7% (Basilicata) al +6,3% (Trentino).

Le buste Movopack sono disponibili in quattro formati: S, M, L e XL. A partire dall'inizio della collaborazione sono state utilizzate in totale 8.193 buste. Il formato maggiormente richiesto è quello *medium*, il quale rappresenta quasi il 54%. Esso è poi seguito dal formato *small* (36%), *large* (8%) e *extra-large* (2%). Il tasso di riconsegna medio è stato del 21,5% e varia in modo significativo a seconda del formato scelto dal cliente. Le buste più grandi, infatti, hanno registrato un *return rate* pari al 55%, mentre per le altre il valore oscilla tra il 18% (buste piccole) e il 23% (buste medie e larghe).

BREAKDOWN UTILIZZO BUSTE MOVOPACK PER REGIONE



OBIETTIVI PER IL PACKAGING

- ✂ Aumentare la percentuale di imballaggi certificati e/o riciclati sia in carta sia in plastica, riducendo significativamente l'utilizzo di plastica vergine.
- ✂ Potenziare la tracciabilità dei materiali impiegati nei propri imballaggi.
- ✂ Continuare il processo di *restyling* dei pack per gli accessori Basic, con l'obiettivo di ridurre ulteriormente le quantità di plastica e di esplorare alternative con un minor impatto ambientale.
- ✂ Raggiungere il 100% di packaging per gli accessori in monomateriale entro il 2025.
- ✂ Eliminare completamente l'uso di carta vergine non FSC nei propri imballaggi entro il 2025.
- ✂ Utilizzare almeno il 50% di plastica riciclata nei propri imballaggi entro il 2025.

83%

di plastica riciclata
utilizzata nel 2023

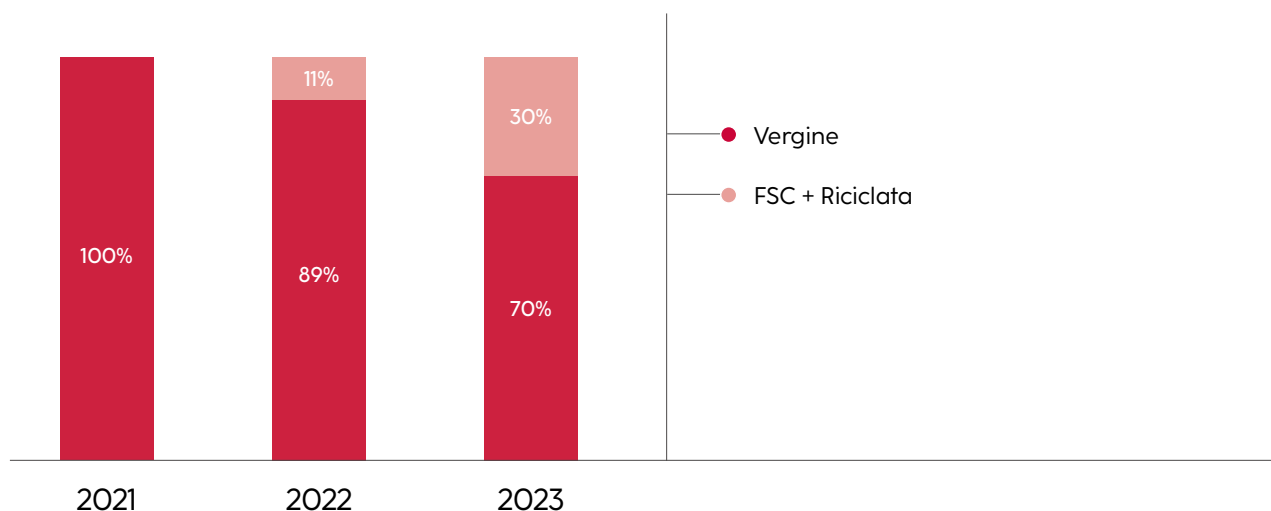
OBIETTIVO
RAGGIUNTO

95%

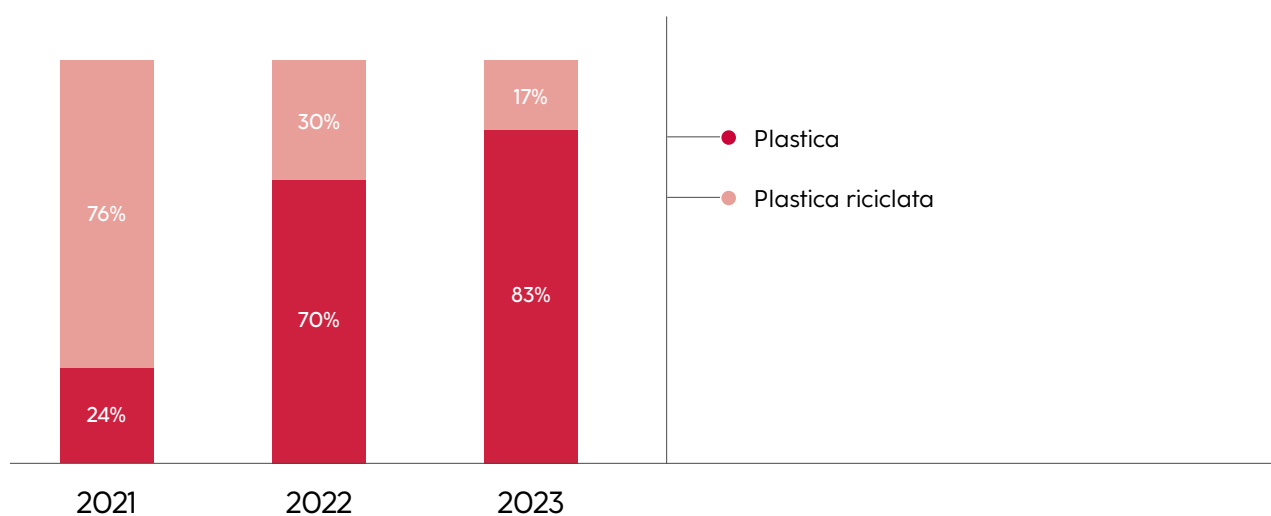
di carta certificata FSC
e riciclata

Sulla base della nuova categorizzazione (packaging di prodotto, spedizione e vendita) sopra descritta, sono stati calcolati i pesi percentuali dei diversi materiali di imballaggio rispetto alla quota totale di componenti utilizzata per il triennio 2021-2023.

MATERIALI UTILIZZATI: PACKAGING IN CARTA



MATERIALI UTILIZZATI: PACKAGING IN PLASTICA



4.6 Negozi sostenibili

Tutti i negozi Yamamay sono progettati con cura, dall'arredamento all'illuminazione, dalla climatizzazione al packaging dei prodotti, fino alla gestione dei rifiuti. Questo impegno deriva da una costante ricerca e analisi, mirata a creare un mix che unisca sostenibilità e modernità.

Nei negozi diretti, è stata dedicata particolare attenzione alla riduzione dei consumi energetici attraverso diverse iniziative. Ciò include l'installazione e la sostituzione di impianti di illuminazione con lampade a LED, l'adozione di politiche specifiche per limitare il consumo energetico durante i periodi estivi e la programmazione oraria della climatizzazione durante le ore di apertura del negozio. Inoltre, alcuni negozi pilota, come quelli di piazza Cordusio a Milano, piazza della Libertà a Gallarate (VA) e Via Banchi di Sopra a Siena (SI), hanno avviato un progetto per monitorare i consumi energetici e migliorare la qualità dell'aria interna.

L'impegno per la sostenibilità si estende anche alla gestione dei rifiuti, con una pratica consolidata di riutilizzo degli arredi e un'attenzione particolare alla riduzione del materiale plastico nel packaging e alla razionalizzazione delle spedizioni di merce. Infine, viene attuato un processo accurato per la gestione dei rifiuti attraverso la raccolta differenziata comunale e accordi con centri commerciali e società specializzate per lo smaltimento corretto dei materiali.

La politica ambientale definita nei primi mesi del 2024 include specifiche linee guida che verranno introdotte in negozio attraverso appositi manuali operativi per i negozi di nuova apertura e implementate progressivamente in tutti i negozi diretti. Per quanto riguarda i negozi in franchising Yamamay avvierà un percorso di coinvolgimento, sensibilizzazione e condivisione delle stesse politiche per il raggiungimento di obiettivi ambientali comuni.



Tale politica prevede:

- 1. Risparmio energetico:** Adottare un approccio progettuale di sistema, per permettere l'abbattimento dei consumi, coinvolgendo sia gli impianti meccanici sia quelli elettrici (utilizzo lampade a LED, programmazione climatizzazione in orario di apertura, mantenimento temperatura come indicato nel DVR di ogni punto vendita);
- 2. Costi elettrici da fonte rinnovabile:** Negoziare e privilegiare contratti di fornitura di energia elettrica certificata prodotta da fonti rinnovabili;
- 3. Area di raccolta per rifiuti organici e non organici:** Predisporre aree di raccolta strutturate dove poter differenziare i rifiuti secondo logiche di recupero e riciclo dei materiali, sensibilizzare e formare i propri dipendenti e informare la propria clientela della politica aziendale di recupero e riciclo;
- 4. Materiali per le pulizie:** Utilizzare prodotti detergenti per le pulizie eco-compatibili e senza emissioni di sostanze tossiche;
- 5. Riciclabilità dei materiali:** Preferire la scelta di materiali riciclabili e per nuovi negozi riutilizzare gli arredi;
- 6. Arredi e tessuti utilizzati:** Scegliere arredi e tessuti per il concept del retail sostenibili e innovativi in linea con le politiche di qualità di Yamamay;
- 7. Monitoraggio della qualità dell'aria:** Controllare la qualità dell'aria attraverso il monitoraggio e la purificazione degli ambienti di lavoro nei negozi ed in sede;
- 8. Consumo di acqua potabile:** Monitorare l'utilizzo di acqua potabile;
- 9. Uso del verde tecnico indoor:** Utilizzare, ove possibile, verde indoor a dimensione arborea e non arbustiva, a supporto degli impianti meccanici per la qualità dell'aria.

STORE DI GALLARATE PIAZZA LIBERTÀ

Affidandosi ad un partner esterno è stata condotta un'analisi con lo scopo di comprendere il comportamento energetico del negozio nelle diverse fasi della giornata e della settimana. I consumi elettrici, normalizzati rispetto alle variabili meteorologiche, a negozio chiuso sono ottimali, mantenendosi costanti a 0.2 kW negli ultimi 18 mesi.

Durante i periodi di picco, si osserva un leggero aumento in estate e in inverno, con un andamento graduale che indica l'avvio e lo spegnimento del sistema di climatizzazione, indicando un funzionamento sano e regolare. Il minimo incremento dei consumi in estate suggerisce che la politica di impostare la temperatura interna a un livello di 7°C inferiore rispetto all'esterno abbia un impatto positivo sul consumo energetico di raffreddamento. In inverno, la pompa di calore è stata utilizzata più a lungo rispetto all'anno precedente, con consumi normalizzati leggermente superiori.

Tra le azioni suggerite vi sono:

- ✂ Accensione e spegnimento in momenti diversi
- ✂ Riduzione della differenza tra temperatura interna ed esterna
- ✂ Pulizia dei filtri con lo scopo di ottimizzare l'efficienza energetica

Il profilo settimanale dei consumi riflette gli orari di apertura del negozio; tuttavia, è stato rilevato un modesto consumo tra le 21:00 e le 24:00, probabilmente dovuto all'illuminazione delle vetrine durante l'orario serale. Le analisi hanno evidenziato, inoltre, che il negozio mostra un profilo di consumi che lo rende potenzialmente adatto per l'installazione di pannelli solari fotovoltaici. Complessivamente, il negozio dimostra pratiche virtuose, con opportunità di miglioramento che potrebbero essere esplorate in futuro.

I risultati delle analisi condotte sullo store di Gallarate confermano che i comportamenti previsti dalle linee guida ambientali per i punti vendita contribuiscono in modo positivo alla riduzione dei consumi energetici. L'Azienda sta pianificando di installare sistemi di monitoraggio dell'aria, degli ingressi e di controllo attivo dei consumi in altri negozi a gestione diretta in modo tale da poter avere una panoramica esaustiva. L'installazione di tali sistemi è finalizzata a migliorare la gestione ambientale e operativa dei negozi. Monitorare la qualità dell'aria, i flussi di persone negli ingressi e i consumi energetici consente, infatti, a Yamamay di identificare aree di miglioramento e ottimizzare l'efficienza operativa, contribuendo così a ridurre l'impatto ambientale e a migliorare l'esperienza complessiva dei clienti nei negozi.

EXPERIENCE CONCEPT STORE YAMAMAY - SIENA

Il primo negozio sostenibile nel cuore di Siena, sviluppato su una superficie di 70 m², nella storica via Banchi di Sopra rappresenta per Yamamay l'inizio di un viaggio evolutivo del "concetto di negozio". Il concept di questo nuovo negozio è stato progettato con un desiderio di innovazione, che comprende la trasformazione del brand e del prodotto, unita a creatività, qualità, tecnologia digitale, leggerezza e femminilità.

Di seguito alcune caratteristiche chiave del primo negozio sostenibile Yamamay che sono state oggetto nel 2023 di raccolta di dati e analisi.

- ✂ Design equilibrato e sostenibile: La selezione dei materiali è stata attentamente curata per rispettare le esigenze del cliente e del pianeta.
- ✂ Storytelling e connessione con i valori del brand: All'interno del negozio, lo storytelling racconta le origini del nome Yamamay e informa sulle nuove tecnologie ambientali adottate nel punto vendita.
- ✂ Esperienza immersiva: I visitatori possono esplorare un mondo di colori, superfici e materiali di origine sostenibile, conoscere l'impatto energetico dei consumi, respirare aria pulita grazie ai sistemi di purificazione e riscoprire il benessere attraverso prodotti durevoli e di alta qualità.
- ✂ Innovazione tecnologica: Il negozio è dotato di dispositivi per la gestione dei consumi energetici e il monitoraggio della qualità dell'aria. Inoltre, un iPad consente attività omnicanale, come l'acquisto online dal negozio fisico e la consultazione del Bilancio di Sostenibilità di Yamamay 2022.

Questo spazio rappresenta un passo importante verso un futuro più sostenibile, in cui ecologia e tecnologia si fondono per creare un ambiente accogliente e naturale per i visitatori.

Sfruttando l'esperienza di questo punto vendita, Yamamay includerà il concetto di Experience Concept Store nel nuovo format di negozio Yamamay, un luogo in cui il cliente sarà in grado un'esperienza coinvolgente e immersiva, andando oltre la semplice transazione di acquisto.



“

La sostenibilità aziendale per Yamamay è un approccio integrale al business volto a migliorare il posizionamento competitivo e la credibilità, attraverso la creazione sostenuta di valore condiviso!

”

Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità 2023, giunto quest'anno alla sua quinta edizione, è un documento elaborato volontariamente da Inticom S.p.A. con l'obiettivo di fornire una dettagliata informativa su vari aspetti, inclusi gli impatti economici, sociali e ambientali generati dall'attività del gruppo, nonché gli aspetti più rilevanti della governance aziendale.

Questo Bilancio, pubblicato annualmente, è redatto in aderenza ai Sustainability Reporting Standards del *Global Reporting Initiative* – GRI (GRI standards) 2021, (in accordance). Vengono inoltre descritti gli impatti positivi e negativi generati dall'attività di Inticom S.p.A. per ogni tema identificato come rilevante attraverso l'analisi di materialità. Nello specifico, per ognuno di questi temi, nel GRI Content Index è indicata la pagina del Bilancio o di altri documenti societari (disponibili sul sito Corporate) in cui è possibile visionare il relativo contenuto. In chiusura del Bilancio sono presenti le tabelle GRI rendicontate che non sono state incluse nel testo. Gli indicatori dei GRI Standards sono collegati ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU, che Yamamay sostiene. L'identificazione del contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite è frutto di un'analisi in base al documento *SDG Compass*, seguendo le indicazioni di GRI, UN Global Compact e WBCSD. Inoltre, Inticom S.p.A. ha aderito dal 2022 al *United Nations Global Compact* (UNGC), riconoscendo la coerenza tra i principi dell'UNGC, gli Obiettivi ONU di Sviluppo sostenibile e i valori del Brand. Il presente Bilancio rappresenta quindi uno strumento per informare gli *Stakeholder* sugli impegni assunti con l'adesione all'UNGC. L'Indice GRI riporta una tabella di raccordo tra gli standard GRI e i 10 Principi dell'UNGC.

I dati e le informazioni forniti coprono l'esercizio dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023, a meno che non sia diversamente indicato. Quando possibile, sono inclusi dati comparativi relativi agli esercizi precedenti per presentare l'andamento delle performance di Inticom S.p.A. su un arco temporale più ampio, se possibile triennale (2020-2023).

Il perimetro di rendicontazione del presente report corrisponde a quello di Inticom S.p.A. utilizzato per la redazione del Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2023 che comprende:

- › Inticom S.p.A.
- › YingLi Yang International Trading Co. Ltd, controllata al 100% da Inticom S.p.A.
- › Pianoforte Middle East Fashion Trading LLC, controllata al 100% da Inticom S.p.A.
- › Pianoforte France S.a.r.l., controllata al 100% da Inticom S.p.A.

Dal momento che il presente Bilancio è il risultato di un impegno costante per l'accuratezza, eventuali correzioni rispetto alla versione precedente sono segnalate in calce alle tabelle. La qualità e l'ampiezza della rendicontazione rispecchiano il principio di doppia materialità, un elemento chiave e innovativo per la rendicontazione. I temi trattati sono quelli ritenuti rilevanti in base all'Analisi di Materialità svolta nel 2023, secondo la nuova metodologia di *impact* e *financial materiality* e all'*engagement* degli *Stakeholder*.

Nel processo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità del 2023 Yamamay si è impegnata reperendo le informazioni relative al personale ed ai consumi delle controllate YingLi Yang International Trading Co. Ltd, Pianoforte Middle East Fashion Trading LLC, Pianoforte France S.a.r.l., non disponibili nella rendicontazione precedente. I dati relativi al gender pay gap fanno riferimento al perimetro Italia.

Il consumo di gas e di energia elettrica per la sede di YingLi Yang è stato stimato riproporzionando il consumo misurato per la sede Inticom sul numero dei dipendenti della stessa (158 dipendenti) e moltiplicato per il numero dei dipendenti della sede YingLi Yang (26 dipendenti).

Il consumo di gas per il riscaldamento dei punti vendita presso gli aeroporti è stato elaborato a partire dal dato di spesa per l'anno 2023 e utilizzando il prezzo medio del gas naturale per l'Italia, calcolato nella relazione annuale ARERA 2022/4, per derivare il consumo di gas in unità fisiche (kWh).

Per i negozi a gestione diretta ma localizzati all'estero, i consumi di energia elettrica sono stati stimati sulla base dell'area del negozio, utilizzando un consumo di kWh/m2 medio ottenuto dai consumi misurati dei negozi a gestione diretta in Italia.

La quantificazione delle emissioni di gas serra (GHG) relative allo Scope 1, 2 e 3 del 2023 è stata commissionata da Inticom S.p.A. ad un partner esterno.

- > Nell'inventario dei gas a effetto serra sono utilizzati due approcci di quantificazione:
Metodo basato sul calcolo: i metodi di calcolo utilizzano dati aziendali di attività e fattori di emissione per stimare le emissioni GHG;
- > Metodo basato sulla spesa: le emissioni sono stimate raccogliendo dati sul valore monetario dei beni e dei servizi acquistati e moltiplicandoli per fattori di emissioni secondari (es.emissioni medie per valore monetario dei beni).

Gli approcci di quantificazione sono stati scelti coerentemente alla disponibilità dei dati.

Le banche dati utilizzate sono Ecoinvent v3.10, Industry data v2.0, Plastics Europe8.

I dati relativi ai fattori di emissione impiegati per il calcolo dello Scope 1 sono derivati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) UK9, 2023. Per il calcolo delle emissioni di Scope 2 sono stati utilizzati i fattori di emissione ISPRA10, 2022 (Location-Based) e AIB11, 2022 (Market-based).

In entrambi i casi i fattori di emissione sono stati selezionati coerentemente con quanto utilizzato da Yamamay nei precedenti anni di rendicontazione (2022).

Lo studio delle emissioni Scope 3 è stato condotto in conformità allo standard GHG Protocol, seguendo specificamente i documenti:

- > WBCSD/WRI GHG Protocol, Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard (d'ora in poi "GH
- > Protocol – Scope 3"), Revised version, 2004, utilizzando l'approccio "operational control";
- > WBCSD/WRI, Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions - Supplement to the Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting & Reporting Standard (versione 1.0).

In alcuni casi, la modellizzazione delle emissioni viene effettuata mediante fattori di emissione monetari, in linea con le disposizioni della "Guida tecnica per il calcolo delle emissioni di Scope 3" del GHGP. In particolare, questi fattori sono scelti nell'ambito del progetto europeo Clim'foot12 e fanno riferimento alla banca dati ADEME, sulla base del metodo Bilan CarboneTM v 8.813.

Questa banca dati, così come la banca dati EXIOBASE utilizzata sempre per la quantificazione di emissioni su basi monetarie, sono riconosciute dal GHGP e sono coerenti con l'ambito di determinazione delle emissioni indirette da includere nell'inventario.

L'obiettivo dello studio di Scope 3 è quantificare le emissioni di gas serra, espresse in tonnellate di CO₂ equivalente, relative alle emissioni indirette dei prodotti a marchio Yamamay, prodotti e distribuiti per conto di Inticom S.p.A.

La selezione delle categorie da includere nella valutazione è basata sul criterio dell'applicabilità alla realtà di Yamamay, e quindi tutte le categorie pertinenti sono state valutate, per un totale di 11 categorie su 15 previste dal protocollo.

Per ulteriori dettagli su obiettivi, indicatori e risultati raggiunti, o per fornire commenti al presente documento, è possibile inviare una richiesta a: csr@yamamay.com. Va notato che il Bilancio non è soggetto a verifica di parte terza ed è stato redatto dall'Ufficio CSR di Yamamay.

Tabelle GRI

GRI 302.3 INTENSITÀ ENERGETICA

INTENSITÀ ENERGETICA (con fase d'uso)	2022	2023
Intensità energetica (kg CO ₂ eq/pezzo)	7,5	4,9
INTENSITÀ ENERGETICA (senza fase d'uso)	2022	2023
Intensità energetica (kg CO ₂ eq/pezzo)	4,6	2,6

GRI 303.3 PRELIEVO IDRICO

Prelievo idrico (Megalitri)	2021	2022	2023
Acqua di superficie	0	0	0
Falda freatica	0	0	0
Acqua marina	0	0	0
Acqua prodotta	0	0	0
Acqua di terze parti	2	1,5	1,5
TOTALE	2	1,5	1,5

GRI 306.3 RIFIUTI PRODOTTI

Rifiuti generati (t)	2021	2022	2023
Rifiuti pericolosi	0	0	0
Rifiuti non pericolosi	15	15	44
TOTALE	15	15	44

GRI 401.1 NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER

NOTA: il numero di nuove assunzioni e il tasso di turnover comprende sia la sede sia i punti vendita diretti

Nuovi dipendenti assunti (numero)	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
< 30 anni	2	162	164	9	300	309	7	281	288
30-50 anni	8	111	119	5	228	233	13	244	257
> 50 anni	1	8	9	0	9	9	1	29	30
TOTALE	11	281	292	14	537	551	21	554	575
ESTERO									
< 30 anni	0	0	0	0	4	4	0	15	15
30-50 anni	0	3	3	0	3	3	0	7	7
> 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	0	3	3	0	7	7	0	22	22

Tasso di turnover in entrata	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
< 30 anni	40%	98%	96%	100%	150%	148%	88%	122%	121%
30-50 anni	24%	24%	24%	15%	48%	46%	39%	50%	49%
> 50 anni	8%	19%	16%	0%	23%	18%	7%	59%	47%
ESTERO									
< 30 anni	0,0%	0,0%	0%	0,0%	200%	200%	0,0%	150%	150%
30-50 anni	0,0%	15%	14%	0,0%	14%	13%	0,0%	24%	22%
> 50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Dipendenti in uscita (numero)	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
< 30 anni	1	135	136	3	236	239	8	215	223
30-50 anni	5	109	114	8	251	259	11	238	249
> 50 anni	0	9	9	0	13	13	0	28	28
TOTALE	6	253	259	11	500	511	19	481	500
ESTERO									
< 30 anni	0	0	0	0	3	3	0	12	12
30-50 anni	1	4	5	0	3	3	0	8	8
> 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	2	2
TOTALE	1	4	5	0	6	6	0	22	22

Tasso di turnover in uscita	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
< 30 anni	20%	82%	80%	33%	118%	114%	100%	93%	94%
30-50 anni	15%	24%	23%	24%	53%	51%	33%	48%	48%
> 50 anni	0%	21%	16%	0%	33%	25%	0%	57%	44%
ESTERO									
< 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	150%	150%	0,0%	120%	120%
30-50 anni	50%	20%	23%	0,0%	14%	13%	0,0%	28%	25%
> 50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%

GRI 401.3 CONGEDO PARENTALE

ITALIA E ESTERO	2022	2023
Numero totale di dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale obbligatorio		
Uomini	0	0
Donne	53	30
Numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale obbligatorio		
Uomini	0	0
Donne	30	6
Numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale obbligatorio e che sono ancora risorse dell'organizzazione nei 12 mesi successivi al rientro		
Uomini	0	0
Donne	15	6
Numero totale di dipendenti che sono effettivamente tornati al lavoro dopo il congedo parentale obbligatorio		
Uomini	0	0
Donne	2	13
Numero totale di dipendenti che avrebbero dovuto tornare al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale obbligatorio		
Uomini	0	0
Donne	19	15
Numero totale di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro al termine del congedo parentale obbligatorio		
Uomini	0	0
Donne	15	6
Numero totale di dipendenti tornati al lavoro in seguito al congedo parentale obbligatorio nel/i precedente/i periodo/i di rendicontazione		
Uomini	0	0
Donne	30	6
Tasso di rientro al lavoro		87%
Tasso retention		100%

NOTA: I dati fanno riferimento ai congedi di maternità obbligatoria. Tasso di rientro al lavoro = (numero totale di dipendenti che sono effettivamente tornati al lavoro dopo il congedo parentale / numero totale delle risorse che avrebbero dovuto tornare al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale) × 100.

Tasso di retention = (numero totale di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro al termine del congedo parentale / numero totale di risorse tornate al lavoro in seguito al congedo parentale nel/i precedente/i periodo/i di rendicontazione) × 100.

GRI 403.9 INFORTUNI SUL LAVORO

Numero infortuni sul lavoro	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
SUL LAVORO									
Italia	1	9	10	0	8	8	0	3	3
Di cui gravi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Esteri	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Di cui gravi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUB-TOTALE	1	9	10	0	9	9	0	3	3
IN ITINERE									
Italia	0	5	5	0	12	12	1	5	6
Di cui gravi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Esteri	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Di cui gravi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUB-TOTALE	0	5	5	0	12	12	1	6	6
TOTALE	1	14	15	0	21	21	1	9	10

Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
SUL LAVORO									
Italia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cina	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Emirati Arabi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IN ITINERE									
Italia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cina	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Emirati Arabi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Ore lavorate	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	64.714	678.078	742.792	87.082	814.807	901.889	91.807	1.019.192	1.110.999
Esteri	-	-	-	-	-	-	-	10.527	10.527
TOTALE	64.714	678.078	742.792	87.082	814.807	901.889	91.807	1.029.719	1.121.526

Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	15,5	20,6	20,2	0,0	24,5	22,2	10,9	7,8	8,1
Esteri	-	-	-	-	-	-	-	95,0	95
TOTALE	15,5	20,6	20,2	0,0	25,8	23,3	10,9	8,7	9

NOTA: Si considera infortunio 'grave', come definito da Standard GRI, un infortunio che comporta un'assenza pari o superiore a 180 giorni. Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = n. di infortuni sul lavoro registrabili / n. di ore lavorate * 1.000.000.

GRI 404.1 ORE DI FORMAZIONE MEDIE ANNUALI PER DIPENDENTE

Ore medie di Formazione	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
Dirigenti	0,0	0,0	0,0	73,0	0,0	48,7	23,5	0,0	23,5
Quadri	5,8	12,8	8,0	6,2	17,4	11,5	208,9	252,9	228,9
Impiegati	21,1	20,0	20,1	15,9	18,8	18,7	170,3	123,1	125,6
Operai	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTALE	17,0	19,9	19,7	16,0	18,8	18,6	173,3	124,8	128,1
ESTERO									
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0
Quadri	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0
Impiegati	-	-	-	-	-	-	0,0	16,8	16,8
Operai	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0
TOTALE	-	-	-	-	-	-	0,0	16,8	16,8

GRI 404.3 DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PERFORMANCE E DELLO SVILUPPO PROFESSIONALE

Numero	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
Dirigenti	-	-	-	2	1	3	2	0	2
Quadri	-	-	-	11	10	21	11	9	20
Impiegati	-	-	-	25	82	107	25	88	113
Operai	-	-	-	0	0	0	0	0	0
TOTALE	-	-	-	38	93	131	38	97	135
ESTERO									
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Quadri	-	-	-	-	-	-	0	0	0
Impiegati	-	-	-	-	-	-	0	13	13
Operai	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TOTALE	-	-	-	-	-	-	0	13	13

%	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
Dirigenti	-	-	-	100%	100%	100%	100%	0,0%	100%
Quadri	-	-	-	100%	100%	100%	92%	90%	91%
Impiegati	-	-	-	60%	12%	14%	60%	12%	14%
Operai	-	-	-	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	-	-	-	69%	13%	17%	68%	13%	16%
ESTERO									
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	0,0%	0,0%	0,0%
Quadri	-	-	-	-	-	-	0,0%	0,0%	0,0%
Impiegati	-	-	-	-	-	-	0,0%	100%	100%
Operai	-	-	-	-	-	-	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	-	-	-	-	-	-	0,0%	100%	100%

GRI 405.1 COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI DI GOVERNO E RIPARTIZIONE DEL PERSONALE PER CATEGORIE DI DIPENDENTI PER SESSO, ETÀ, APPARTENENZA A CATEGORIE PROTETTE E ALTRI INDICATORI DI DIVERSITÀ

ITALIA

Numero dipendenti per genere e fascia d'età	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti									
< 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30-50 anni	1	0	1	1	0	1	1	0	1
> 50 anni	1	1	2	1	1	2	1	0	1
Totale	2	1	3	2	1	3	2	0	2
Quadri									
< 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30-50 anni	5	1	6	5	5	10	5	6	11
> 50 anni	6	4	10	6	5	11	7	4	11
Totale	11	5	16	11	10	21	12	10	22
Impiegati									
< 30 anni	5	165	170	9	200	209	8	230	238
30-50 anni	28	462	490	28	468	496	27	485	512
> 50 anni	5	37	42	5	33	38	7	45	52
Totale	38	664	702	42	701	743	42	760	802
Operai									
< 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30-50 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
> 50 anni	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Totale	0	1	1	0	0	0	0	0	0

ESTERO

Numero dipendenti per genere e fascia d'età	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
< 30 anni	0	4	4	0	2	2	0	10	10
30-50 anni	2	20	22	2	22	24	3	29	32
> 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	3	3
TOTALE	2	24	26	2	24	26	3	42	45

I dati estero per il 2021 e 2022 comprendono solo Cina e Vietnam. A partire dal 2023 sono stati rendicontati anche Emirati Arabi Uniti e Francia.

Numero dipendenti per genere e istruzione	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
Diplomati	-	-	-	35	581	616	34	580	614
Laureati	-	-	-	24	110	134	19	114	133
Altro (inferiore)	-	-	-	2	71	73	3	76	79
TOTALE	-	-	-	61	762	823	56	770	826
ESTERO									
Diplomati	1	10	11	1	9	10	1	25	26
Laureati	1	14	15	1	15	16	2	16	18
Altro (inferiore)	0	0	0	0	0	0	0	1	1
TOTALE	2	24	26	2	24	26	3	42	45

Categorie protette (numero)	2021			2022			2023		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
ITALIA									
Categorie protette (numero)	3	10	13	3	9	12	4	13	17
Altro	0	0	0			0	0	0	0
Totale	3	10	13	3	9	12	4	13	17
ESTERO									
Categorie protette (numero)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altro	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	0	0	0	0	0	0	0	0	0

GRI Content Index

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
GRI 2: General Disclosure (2021)				
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione				
2-01		Dettagli organizzativi	8 - 14, 20 - 25	
2-02		Entità incluse nel report di sostenibilità dell'organizzazione	8, 20	
2-03		Periodo di segnalazione, frequenza e punto di contatto	146 - 147	
2-04		Ristrutturazioni di informazioni	146 - 147	
2-05		Attestazione esterna	I contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità non sono sottoposti ad Assurance esterna.	
Attività e Lavoratori				
2-06		Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	12	
2-07	6	Dipendenti	93 - 94	
2-08	6	Lavoratori che non sono dipendenti	93 - 94	
Governance				
2-09	10	Struttura e composizione della governance	20 - 25	
2-10		Nomina e selezione del massimo organo di governo	20 - 25	
2-11		Presidente del più alto organo di governo	20 - 25	
2-12		Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	20 - 25	
2-13		Delega di responsabilità per la gestione di impatti	20 - 25	
2-14		Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	20 - 25	
2-15		Conflitti d'interesse	20 - 25	
2-16		Comunicazione delle criticità	26 - 29	
2-17		Conoscenze collettive del massimo organo di governo	30 - 35	
2-18		Valutazione della performance del massimo organo di governo	103	
2-19		Norme riguardanti le remunerazioni	103, 109	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
2-20		Procedura di determinazione della retribuzione	103, 109	
2-21		Rapporto di retribuzione totale annuale	103, 109	
Strategia, politiche e prassi				
2-22		Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	4 - 5	
2-23	10	Impegni in termini di policy	9, 30-43, 59, 71, 92, 120, 143	
2-24		Integrazione degli impegni in termini di policy	9, 30-43, 59, 71, 92, 120, 143	
2-25		Processi volti a rimediare impatti negativi	26 - 29	
2-26		Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	104	
2-27		Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del 2023 non si sono verificati casi di non conformità a leggi e regolamenti.	
2-28		Appartenenza ad associazioni	17 - 19	
Coinvolgimento degli Stakeholder				
2-29		Approccio al coinvolgimento degli Stakeholder	36 - 37	
2-30	3, 6	Contratti collettivi	109	
GRI 3: Temi Materiali (2021)				
3-1		Processo per determinare gli argomenti materiali	34 - 35	
3-2		Elenco delle tematiche materiali	34 - 35	
Performance economico finanziaria				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
201		Performance Economica (2016)		
201-1		Valore economico direttamente generato e distribuito	16	
201-2	7, 8, 9	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	26 - 29	
201-3		Piani pensionistici a benefici definiti e altri piani di pensionamento	104 - 105	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
Anticorruzione				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
205		Anti Corruzione 2016		
205-1	10	Operazioni di valutazione per i rischi relativi alla corruzione	22 - 24	
205-2	10	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	22 - 24	
205-3	10	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	22 - 24	
Sviluppo e Innovazione; Circolarità e design sostenibile				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
301		Materiali 2016		
301-1	7, 8, 9	Materie prime utilizzate per peso o volume	62, 139	
301-2	7, 8, 9	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	62, 139	
301-3	7, 8, 9	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	138 - 142	
Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
302		Energia 2016		
302-1	7, 8, 9	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	124	
302-4	7, 8, 9	Riduzione del consumo di energia	124	
303		Acqua e scarichi idrici 2018		
303 - 2		Gestione degli impatti legati allo scarico d'acqua	129	
303-3	7, 8, 9	Prelievo idrico	129	Non sono disponibili i dati relativi ai negozi e alle sedi all'estero. Inticom S.p.A. si impegnerà a rendicontare il consumo di acqua lungo la filiera produttiva.

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
Protezione del territorio e della Biodiversità				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
304		Biodiversità 2016		
304-2	7, 8, 9	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	132 - 137	
305		Emissioni 2016		
305-1	7, 8, 9	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	126 - 129	
305-2	7, 8, 9	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	126 - 129	
305-3	7, 8, 9	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	126 - 129	
305-4	7, 8, 9	Intensità delle emissioni di GHG	127, 148	
305-5	7, 8, 9	Riduzione delle emissioni come diretta conseguenza di specifiche attività e iniziative	126 - 129	
305-6	7, 8, 9	Emissione di sostanze che riducono lo strato di ozono (ozone-depleting-substances - ODS)	Inticom SpA nel 2023 non utilizza sostanze ozonolesive.	
305-7	7, 8, 9	Ossido di Nitrogeno (Nox), Ossido di Zolfo (Sox) e altre emissioni significative nell'atmosfera	Inticom SpA nel 2023 non utilizza tali sostanze.	
306		Waste 2020		
306-1	7, 8, 9	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	130 - 131, 148	I dati relativi ai rifiuti dei negozi e delle sedi in Cina sono assimilabili ai rifiuti urbani e gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate secondo le modalità di raccolta locali.
306-2	7, 8, 9	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	130 - 131, 148	I dati relativi ai rifiuti dei negozi e delle sedi in Cina sono assimilabili ai rifiuti urbani e gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate secondo le modalità di raccolta locali.
306-3	7, 8, 9	Rifiuti prodotti	130 - 131, 148	I dati relativi ai rifiuti dei negozi e delle sedi in Cina sono assimilabili ai rifiuti urbani e gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate secondo le modalità di raccolta locali.

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
306-4	7, 8, 9	Rifiuti non destinati a smaltimento	130 - 131, 148	I dati relativi ai rifiuti dei negozi e delle sedi in Cina sono assimilabili ai rifiuti urbani e gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate secondo le modalità di raccolta locali.
306-5	7, 8, 9	Rifiuti destinati allo smaltimento	130 - 131, 148	I dati relativi ai rifiuti dei negozi e delle sedi in Cina sono assimilabili ai rifiuti urbani e gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate secondo le modalità di raccolta locali.
Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
308		Valutazione ambientale dei fornitori 2016		
308-1		Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	77 - 79	
Gestione, sviluppo e benessere delle persone				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
401		Occupazione 2016		
401-1	6	Nuove assunzioni e turnover	95 - 96, 148 - 149	
401-2	6	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	104 - 105	
401-3	6	Congedo parentale	150	
Gestione delle relazioni industriali				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
402		Gestione delle relazioni industriali 2016		
402-1	3	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	109	
Salute e sicurezza				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
403		Salute e Sicurezza sul Lavoro 2018		

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
403-1	1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	110 - 115	
403-2	1	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	110 - 115	
403-3	1	Servizi per la salute professionale	110 - 115	
403-4	1	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	110 - 115	
403-5	1	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	110 - 115	
403-6	1	Promozione della salute dei lavoratori	110 - 115	
403-7	1	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	110 - 115	
403-8	1	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	110 - 115	Il sistema di gestione della salute e sicurezza ISO:45001 ricopre il perimetro di gruppo in Italia.
403-9	1	Infortuni sul lavoro	151 - 152	
403-10	1	Malattie professionali	113	
404		Formazione e Istruzione 2016		
404-1	6	Ore di formazione medie annuali per dipendente	152	
404-2	6	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	96	
404-3	6	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	153	
Diversità, pari opportunità e inclusione				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
405		Diversità e Pari Opportunità 2016		
405-1	1, 6	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per categorie di dipendenti, per sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	154 - 155	
405-2	1, 6	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	109	Il dato esclude il perimetro estero delle controllate Pianoforte France, Pianoforte Middle East e Ying Li Yang.

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
406		Non Discriminazione 2016		
406-1	1, 6	Episodi di discriminazione e azioni intraprese	Nel triennio 2021-2023, Yamamay non ha riscontrato episodi di discriminazione né ricevuto comunicazioni in merito.	
407		Libertà di associazione e di contrattazione collettiva 2016		
407-1	1, 3	Operazioni e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva potrebbe risultare a rischio	109	
408		Lavoro Minorile 2016		
408-1	1, 5	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	77 - 79	
409		Lavoro Forzato o Obbligato 2016		
409-1	1, 4	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	77 - 79	
Supporto alla comunità locale				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
413		Comunità Locali 2016		
413-1	1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	116 - 117	
414		Valutazione sociale dei fornitori 2016		
414-1	1, 2, 6	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	77 - 79	
416		Salute e Sicurezza dei clienti 2016		
416-1		Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	74 - 75	
416-2		Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	74 - 75	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Omissioni
Comunicazione trasparente e marketing responsabile				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	34 - 35	
417		Marketing ed etichettatura 2016		
417-1		Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	75 - 76	
417-2		Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	75 - 76	
Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	31 - 47	
418		Privacy dei clienti 2016		
418-1		Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	87-88	