

The background is a complex, abstract pattern of green and yellow shapes, resembling leaves or a textured surface. A large, solid red 'Y' shape is superimposed over the center of the image. The word 'yamamay' is written in white lowercase letters on the upper left arm of the 'Y'.

yamamay

Bilancio di
sostenibilità **2024**

Accessibilità: un impegno che si legge

La comunicazione trasparente, inclusiva e responsabile, accessibile a tutte le persone, rappresenta uno degli obiettivi fondamentali della strategia di sostenibilità di Yamamay.

In linea con questa visione, abbiamo scelto di rendere il Bilancio di Sostenibilità accessibile: un impegno concreto per favorire la conoscenza e la partecipazione di tutte le persone, indipendentemente dalle loro abilità.

Il documento è stato realizzato nel rispetto degli standard di accessibilità, per garantirne la fruizione anche da parte di chi utilizza tecnologie assistive.

- 2** Lettera del Presidente
- 4** Lettera dell'Head of CSR & Innovation

Yamamay

- 10** 1.1 Storia e identità di Yamamay
- 30** 1.2 La governance di Yamamay
- 43** 1.3 Il contesto ESG nel settore di riferimento
- 45** 1.4 La sostenibilità per Yamamay
- 65** 1.5 Dicono di noi

Persone

- 120** 3.1 Gestione, sviluppo e benessere delle persone
- 139** 3.2 Formazione
- 150** 3.3 Welfare e benessere
- 154** 3.4 Salute e sicurezza
- 160** 3.5 Supporto alla comunità locale

Nota metodologica

- 192** 5.1 Nota metodologica
- 196** 5.2 Tabelle GRI
- 201** 5.3 Indice contenuti GRI

Prodotto

- 75** 2.1 Sviluppo e innovazione
- 88** 2.2 Qualità e sicurezza del prodotto
- 93** 2.3 Trasparenza e tracciabilità della catena di fornitura
- 109** 2.4 Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales

Pianeta

- 169** 4.1 Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico
- 180** 4.2 Gestione della risorsa idrica
- 181** 4.3 Gestione dei rifiuti
- 183** 4.4 Packaging responsabile
- 185** 4.5 Efficienza energetica nei negozi
- 187** 4.6 Protezione del territorio e della biodiversità

LETTERA DEL PRESIDENTE



“

Gentili *Stakeholder*,

è con orgoglio e senso di responsabilità che condivido con voi il Bilancio di Sostenibilità 2024 di Yamamay.

Viviamo tempi paradossali. Proprio mentre **l'urgenza di scelte responsabili si fa sempre più evidente**, la sostenibilità viene messa in discussione. In politica, in economia, nel dibattito pubblico si avverte il tentativo di ridurre la portata, confinandola - quando va bene - alla sola difesa dell'ambiente, oggi peraltro spesso considerata non prioritaria, nonostante i continui segnali di sofferenza della natura che ci accoglie.

Ma la sostenibilità non è una moda, né un'ideologia. È un criterio guida che trasforma ed evolve il nostro modo di fare impresa. Certo, riguarda gli impatti sul pianeta. Ma **riguarda anche le persone, il lavoro, l'equità sociale, l'innovazione, la trasparenza**. E per chi guida un'azienda, **coinvolge dimensioni fondamentali: economica, finanziaria, organizzativa e, soprattutto, quella del capitale umano**.

Accettare davvero la sostenibilità significa avere il coraggio di cambiare. **Ripensare i modelli di produzione e consumo per costruire imprese più resilienti, capaci di prosperare nel tempo. Riscrivere le priorità strategiche. Investire in tecnologie che migliorino la produttività, la qualità del lavoro e l'uso consapevole delle risorse**. Significa anche preservare il “capitale semantico” che abbiamo costruito nel tempo: quel **patrimonio di competenze, valori e linguaggi condivisi che dà sostanza alla parola sostenibilità**. Disperderlo ci rende tutti più poveri. E più insostenibili.

Yamamay prosegue il suo percorso con determinazione e spirito di innovazione. Ma anche con consapevolezza: quella che nasce dall'ascolto, dall'analisi e dalla capacità di riconoscere le proprie fragilità. Nel 2024 abbiamo **consolidato il nostro sistema di rendicontazione ESG e rafforzato la misurazione degli impatti con strumenti evoluti come la LCA (Life Cycle Assessment)**, in attesa del nuovo PLM (Product Lifecycle Management). Questi strumenti ci consentono di progettare e valutare le collezioni secondo criteri di eco-design, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale lungo tutto il ciclo di vita del prodotto. **Abbiamo inoltre intensificato le iniziative di economia circolare, promuovendo un maggiore utilizzo di materiali riciclati e rigenerati.** Anche sul fronte energetico, la nostra attenzione alla transizione responsabile si è tradotta in un **progetto per adottare un sistema di controllo attivo dei consumi energetici nei nostri punti vendita, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza e ridurre le emissioni.** Un altro passo importante è relativo alla ulteriore riduzione delle emissioni lungo tutta la catena del valore, un passo in avanti verso l'obiettivo finale della decarbonizzazione.

Molto resta da fare. E la **call to action è chiara, pressante, non più rinviabile. Ignorarla significherebbe tradire le aspettative delle nuove generazioni e compromettere le basi stesse della competitività della nostra organizzazione.**

Ringrazio tutte le persone che ogni giorno rendono possibile questo cammino, nonostante le difficoltà.

Buon lavoro a tutti,

”

Francesco Pinto

Presidente

LETTERA DELL'HEAD OF CSR & INNOVATION



“

Gentili *Stakeholder*,

oggi più che mai la sostenibilità non può essere considerata un ambito separato dalla competitività: ne è, al contrario, un presupposto imprescindibile.

La capacità di un'azienda di restare al passo con le sfide del nostro tempo e, al contempo, di generare valore duraturo per tutti i suoi interlocutori dipende sempre più dalla forza degli investimenti in innovazione, ricerca e sviluppo. Sono questi gli elementi distintivi che plasmano i nostri prodotti e i nostri processi, permettendoci di collocarci sulla frontiera dell'innovazione - in Italia, in Europa e, soprattutto, in dialogo con le potenze emergenti che rappresenteranno i mercati strategici del futuro.

In un contesto di crescente instabilità geopolitica e di pressione sulle risorse, la gestione delle supply chain tramite un uso evoluto dei dati rappresenta una leva strategica fondamentale. L'emergere di nuove barriere tecniche, dazi e limitazioni normative, unito alla crescente scarsità di materie prime e prodotti intermedi, ci impone di rafforzare la tracciabilità, l'efficienza e la resilienza delle nostre filiere.

Nel campo della sostenibilità di processo e di prodotto, abbiamo consolidato e ampliato il nostro **programma di eco-design**, finalizzato alla definizione e implementazione di **linee guida strutturate per la selezione responsabile delle materie prime**, secondo criteri di **circolarità, tracciabilità e ridotto impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto**. Questo approccio si integra con la produzione delle **Product ID Card**, strumenti digitali che accompagnano i nostri articoli innovativi e sostenibili, fornendo **dati certificabili su composizione, filiera, impatti ambientali**.

Abbiamo inoltre completato la **mappatura e la tracciabilità dell'intera supply chain di primo livello**, estendendo progressivamente l'attività di due diligence anche ai **fornitori di materie prime e materiali**, con una metodologia basata su criteri ESG e in linea con i requisiti della futura **Corporate Sustainability Due Diligence Directive**.

Sul fronte sociale, nel 2024 Yamamay ha conseguito la **Certificazione per la Parità di Genere**, un attestato che valorizza l'adozione di un sistema organizzativo fondato su **indicatori oggettivi, obiettivi misurabili e policy inclusive**, in conformità con la prassi **UNI/PdR 125:2022**. Questo risultato rafforza il nostro impegno nella creazione di un ambiente di lavoro equo e rispettoso delle pari opportunità.

In ambito ambientale, è stato infine avviato un **progetto integrato di efficientamento energetico della rete retail**, con l'obiettivo di ottimizzare i consumi e ridurre le emissioni attraverso **interventi mirati su sistemi di climatizzazione, corpi illuminanti LED e soluzioni tecniche per la gestione termica delle vetrine**, in un'ottica di miglioramento continuo delle prestazioni ambientali dei punti vendita.

In questo contesto, Yamamay continua a distinguersi per la sua visione lungimirante e per azioni concrete a favore del nostro mare. L'allarme dell'ONU, con l'oceano più caldo mai registrato (1,5 gradi sopra la media) e la minaccia di estinzione per oltre 1.600 specie marine, ci sprona a un impegno sempre più deciso. Tra queste, **la missione scientifica M.A.R.E -Marine Adventure for Research & Education-** una delle **più significative degli ultimi 5 anni**. Questo progetto di ricerca con anima sportiva, testimonia la nostra determinazione a proteggere l'ecosistema che più ci riguarda da vicino. Ridurre l'impatto ambientale, tutelare la biodiversità e promuovere un uso responsabile delle risorse sono valori che Yamamay ha tradotto in azioni tangibili.

Con la consapevolezza che il 71% della superficie terrestre è coperta dagli oceani, che questi assorbono oltre il 90% dell'energia termica in eccesso e ospitano circa l'80% delle specie viventi, abbiamo scelto di agire con spirito collaborativo. Dalla **selezione di materiali più sostenibili allo sviluppo di processi di progettazione e produzione innovativi** abbiamo lavorato affinché ogni nostra azione sia spinta dall'amore profondo per il pianeta e i suoi mari, e dalla gioia autentica che nasce dal contatto diretto con la natura.

È con profonda passione che io stessa confermo l'impegno di Yamamay nel costruire un futuro più equilibrato e rispettoso degli oceani che ci donano vita e rappresentano il nostro futuro.

Per dare concretezza al lavoro di definizione e attuazione delle nostre politiche di sostenibilità, abbiamo rafforzato lo strumento della Sustainability Balanced Scorecard (SBSC), integrandolo pienamente nei processi di pianificazione strategica. Questo ha permesso di rendere sistematica la misurazione e la condivisione dei **KPI relativi agli obiettivi del piano industriale**, con particolare riferimento ai driver di **innovazione e sostenibilità**, attraverso **tre momenti annuali di confronto tra le funzioni aziendali**, rafforzando così l'allineamento tra visione strategica e operatività, in un'ottica di miglioramento continuo e accountability diffusa.

Nei prossimi anni, continueremo a operare lungo questa direttrice, recependo le più recenti normative europee e internazionali in materia di rendicontazione ESG - incluso il nuovo **pacchetto Omnibus** - e rafforzando le nostre aree strategiche: **Sostenibilità, Innovazione, Digitalizzazione e Tecnologia, Economia Circolare, Collaborazioni, Trasparenza, Responsabilità e Formazione.**

Siamo convinti che solo attraverso un **impegno corale** potremo affrontare con successo questa **triplice transizione - energia, verde, digitale** - contribuendo alla decarbonizzazione ed alla costruzione di un futuro più equo, competitivo e resiliente.

Il percorso che ci attende sarà complesso, ma siamo certi che porterà con sé risultati concreti e una rinnovata soddisfazione per tutti.

”

Barbara Cimmino

Responsabile CSR e Innovazione





01

Yamamay

- 10** 1.1 Storia e identità di Yamamay
- 30** 1.2 La governance di Yamamay
- 43** 1.3 Il contesto ESG
- 45** 1.4 La sostenibilità per Yamamay
- 65** 1.5 Dicono di noi

1.1 STORIA E IDENTITÀ DI YAMAMAY

Nel 2001, l'imprenditore napoletano Gianluigi Cimmino, cogliendo le potenzialità di crescita del mercato dell'intimo veicolato attraverso una rete di negozi monomarca, fonda Inticom S.p.A. insieme a Barbara Cimmino e Francesco Pinto. Nel 2007, il trasferimento nella nuova sede centrale di Gallarate segna una tappa fondamentale nello sviluppo del brand Yamamay.

Da piccola realtà imprenditoriale, Yamamay si trasforma rapidamente in un brand di riferimento per il settore dell'intimo, corsetteria, lingerie, costumi da bagno, abbigliamento e accessori. Oggi, Yamamay, è parte di un ecosistema più ampio: Inticom S.p.A. (proprietaria del marchio Yamamay), insieme a Kuvera S.p.A. (proprietaria del brand Carpisa) e Jamino costituiscono il **Gruppo Pianoforte** detenuto dall'azionista unico **Pianoforte Holding S.p.A.**. Inticom S.p.A., inoltre, controlla Pianoforte France, Pianoforte Middle East Fashion Trading LLC e YingLi Yang International Trading Co. Ltd., Yamamay Suisse SA., Pianoforte Croatia e Pianoforte Serbia, rafforzando così la sua presenza internazionale.

Sin dalle origini, Yamamay sceglie di ancorare la propria identità a un simbolo forte e suggestivo: la farfalla. Il nome stesso del brand deriva infatti dal *bombix Yamamay*, una rara specie che abita le alte colline dell'entroterra giapponese che può svilupparsi solo in ambienti puri e incontaminati. Questa metafora è diventata il filo conduttore della filosofia aziendale, ispirando ogni scelta in termini di qualità, innovazione e sostenibilità. Oggi, l'impegno di Yamamay va oltre il prodotto: la ricerca di un equilibrio tra estetica e responsabilità ambientale e sociale è al centro di un percorso che punta a ridefinire il concetto di moda con una visione sempre più consapevole e orientata al futuro.

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 impegnamo a rendere questo possibili 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 sempre.”

Nel corso del 2024, Yamamay ha intrapreso un percorso profondo e trasformativo per ridefinire il proprio Purpose, un processo di ascolto, analisi e co-creazione che ha risvegliato il senso di appartenenza aziendale e la consapevolezza del ruolo del Purpose come guida per il futuro. Partendo da una precedente visione più orientata al prodotto, il brand ha riscoperto la propria essenza nel creare esperienze di bellezza e gioia,

celebrando l'unicità delle persone non solo come clienti, ma come parte integrante di un ecosistema più ampio. Attraverso l'analisi della storia aziendale, le interviste ai *key stakeholder*, l'esperienza del trekking evolutivo di Faggè e le sessioni di lavoro con un gruppo di risorse, i Champions, dedicate alla definizione delle target personas, è emerso un Purpose più autentico e radicato. Questo nuovo impegno sposta l'attenzione dal prodotto all'emozione generata, valorizzando inclusività, benessere e positività. La bellezza viene intesa come un valore universale, non legato a standard rigidi, ma al sentirsi bene con sé stessi, mentre l'impatto del brand si estende oltre i confini del prodotto, diventando una filosofia di vita che trasmette fiducia ed energia. Questa ridefinizione non si limita a una nuova dichiarazione d'intenti, ma rappresenta una vera svolta culturale: un Purpose chiaro e condiviso che ispira le scelte strategiche e operative, rafforza la connessione emotiva con le persone e conferisce un significato più profondo al lavoro quotidiano di tutti coloro che contribuiscono alla crescita e al successo di Yamamay.

Mission

- ♦ Essere guidati dalla passione per la bellezza e dalla ricerca dell'eccellenza.
- ♦ Agire con consapevolezza e responsabilità, rispettando gli *stakeholder* e il Pianeta, fonte essenziale di risorse per le attività aziendali.
- ♦ Rendere il punto vendita il fulcro di una strategia dinamica e centrata sull'esperienza del cliente.
- ♦ Coltivare relazioni solide e trasparenti con la filiera, favorendo un dialogo costante e costruttivo.
- ♦ Diffondere energia positiva e creare connessioni autentiche con le persone, trasformando ogni acquisto in un'emozione.

Yamamay si impegna a ridefinire continuamente il design e le funzionalità dei propri prodotti, scegliendo materiali innovativi e responsabili. L'obiettivo è quello di creare un ecosistema in cui innovazione, collaborazione e sostenibilità si intrecciano, offrendo un'esperienza d'acquisto coinvolgente e gratificante, promuovendo il benessere e generando un impatto positivo che si estende nel tempo.

Vision

Yamamay mira ad essere un punto di riferimento nel settore della moda, riconosciuta per l'eccellenza dei suoi prodotti e per un impegno costante verso la sostenibilità e l'innovazione. L'Azienda inoltre guarda al futuro con l'ambizione di ridefinire il concetto di bellezza e autenticità, creando un mondo in cui stile e responsabilità coesistono armoniosamente. Attraverso collezioni pensate

per valorizzare l'individualità, Yamamay promuove la libertà di espressione, celebrando l'unicità di ogni persona senza mai compromettere il benessere del Pianeta. Un equilibrio tra estetica e consapevolezza, tra emozione e responsabilità, che guida ogni scelta e ispira un nuovo modo di vivere la moda.

I valori di Yamamay

- ♦ **Fiducia:** Favorire la collaborazione e l'ascolto attivo per generare impatti positivi e sostenibili, valorizzando la diversità come elemento di forza.
- ♦ **Passione:** Agire con motivazione e responsabilità, perseguendo gli obiettivi con determinazione e l'ambizione di distinguersi nel mercato.
- ♦ **Rispetto:** Creare un ambiente accogliente e inclusivo, promuovendo il benessere delle persone e riconoscendo le esigenze di ognuno.
- ♦ **Integrità:** Guidare ogni decisione con etica e trasparenza, mantenendo coerenza tra valori e azioni quotidiane.
- ♦ **Creatività e Innovazione:** Sperimentare con immaginazione e originalità, trasformando ogni sfida in un'opportunità di crescita e valorizzando l'innovazione come motore del cambiamento.



La storia di Yamamay

2001

- ◇ Nasce Inticom S.p.A., proprietaria esclusiva di Yamamay
- ◇ Apre il primo negozio Yamamay

2004

- ◇ Apre il primo negozio all'estero
- ◇ Yamamay riceve il premio "Franchisor dell'anno" in Italia

2005

- ◇ Apre il flagship store a Milano in Corso Vittorio Emanuele
- ◇ Inaugurazione della filiale di sourcing e controllo qualità a Hangzhou (Cina)

2007

- ◇ Avvio della partnership triennale con Jennifer Lopez
- ◇ Inaugurazione del nuovo headquarter a Gallarate
- ◇ Yamamay è sponsor e licenziatario del +39 Team, partecipando all'America's Cup di Valencia

2008

- ◇ Lancio di "Yamazonia", prima campagna sostenibile di Yamamay

2010

- ◇ Lancio di "GoGreen" in collaborazione con AzzeroCO₂, campagna volta a ridurre l'impronta carbonica

2011

- ◇ Le famiglie Cimmino e Carlino costituiscono Pianoforte Holding, in cui fanno confluire Inticom S.p.A. (Yamamay) e Kuvera S.p.A. (Carpisa)
- ◇ Spot con Isabella Ferrari diretto da Paolo Sorrentino





2012

- ♦ Intesa San Paolo acquisisce il 10% di partecipazione del capitale sociale di Pianoforte Holding
- ♦ La squadra di pallavolo femminile "Yamamay" vince il campionato italiano, la Coppa Italia, la Coppa Europa CEV e la Supercoppa Italiana

2013

- ♦ Distribuzione su Sky dello "Yamamay Fashion Show"
- ♦ Avvio della collaborazione in co-branding con Naomi Campbell

2014

- ♦ Lancio di Sculpt, primo prodotto di eco-design sviluppato con il tessuto Sensitive®

2016

- ♦ Lancio di "Yhome", collezione dedicata alla casa

2017

- ♦ Lancio di "Yamamay Beach", nuovo concept store

2018

- ♦ Apre il flagship store al Marina Mall di Dubai
- ♦ Firma di una sponsorship con Cristiano Ronaldo per il marchio CR7

2019

- ♦ Pubblicazione in forma volontaria del primo bilancio di sostenibilità
- ♦ Lancio del primo reggiseno con tecnologia Innergy dedicato alle donne in fase post-operatoria

2020

- ♦ Yamamay disegna e produce mascherine protettive con marchio CE
- ♦ Yamamay è il primo brand a sostenere gli ospedali Sacco di Milano, Spallanzani di Roma e Policlinico Federico II di Napoli attraverso una raccolta fondi

2021

- ◇ Lancio di una capsule collection con tessuto in polimero 100% riciclato e riciclabile, con certificazione di eco-design e circolarità
- ◇ Nomina per la prima volta di un consigliere indipendente donna all'interno del Consiglio di Amministrazione
- ◇ Apre il primo negozio Yamamay Man Standalone a Trapani

2022

- ◇ Partecipazione alla prima edizione del progetto M.A.R.E., in collaborazione con One Ocean Foundation OOF e Centro Velico Caprera
- ◇ Avvio della partnership del circuito di vela sostenibile RS21
- ◇ Adesione al programma Workplace Health Promotion di Regione Lombardia

2023

- ◇ Adesione al Patto Mondiale delle Nazioni Unite (UNGC)
- ◇ Partecipazione alla seconda edizione del progetto M.A.R.E.
- ◇ Yamamay è main sponsor del campionato mondiale RS21 a Porto Rotondo
- ◇ Decimo anniversario della linea Sculpt
- ◇ Yamamay riceve il premio "Leader della Sostenibilità" da Statista e Il Sole 24 Ore

2024

- ◇ Yamamay diventa membro fondatore di UNGC Italia
- ◇ Yamamay riceve per il secondo anno consecutivo il premio "Leader della Sostenibilità"
- ◇ Partecipazione alla terza edizione del progetto M.A.R.E.
- ◇ Yamamay è main sponsor del campionato italiano RS21

2025

- ◇ Yamamay riceve per il terzo anno consecutivo il premio "Leader della Sostenibilità"
- ◇ Partecipazione alla quarta edizione del progetto M.A.R.E.



La strategia

- ♦ **Corporate Social Responsibility:** deciso prosieguo di integrazione in tutta la catena del valore del brand oltre che nei processi aziendali, anche in tema di approccio risk based management e doppia materialità.
- ♦ **Ricerca & Sviluppo:** costante attenzione alle attività di R&D finalizzate alla continua ricerca di nuovi materiali a basso impatto ambientale ed ideazione di capi innovativi, nell'ambito dell'impegno per un'economia circolare.
- ♦ **Risorse Umane:** costante attenzione alle persone ed allo sviluppo organizzativo, con focus specifico su management, welfare e formazione ed un approccio data-driven.
- ♦ **Collection Management:** consolidamento del percorso intrapreso focalizzato sull'ottimizzazione del merchandising mix, sull'evoluzione

del demand planning e delle politiche distributive grazie all'adozione di un gestionale potenziato con logiche di AI.

- ♦ **Digitalizzazione:** accelerazione al percorso di digitalizzazione per la realizzazione della omni-canalità.
- ♦ **Sviluppo Retail:** sviluppo rete in Italia con il nuovo store concept sostenibile ed il format MAN.
- ♦ **Estero:** razionalizzazione delle consociate estere. Sviluppo internazionale mediante Franchising, e-commerce e Market Places Evoluzione CRM a presidio dei processi omnicanale

Nel corso del 2024, Yamamay ha definito il nuovo piano strategico 2025-2028 che incarna l'integrazione strutturale delle politiche e degli obiettivi di sostenibilità all'interno della strategia aziendale.

Il business model

Il *Business Model* di Yamamay è progettato per garantire qualità, efficienza e sostenibilità, definendo un framework strategico che guida le attività aziendali e il percorso di crescita a lungo termine. Un elemento centrale dell'attività è la produzione conto terzi, che permette all'Azienda di collaborare con fornitori specializzati per la realizzazione di capi di intimo, pigiama e moda mare, assicurando alti standard qualitativi e processi produttivi efficienti. Questo approccio è supportato da un forte impegno per la trasparenza e la tracciabilità, con una comunicazione chiara sul made-in, sull'origine dei materiali e sulle modalità di lavorazione, garantendo ai clienti prodotti responsabili e certificati studiati dal reparto Ricerca e Sviluppo.

Per ottimizzare la gestione operativa, Yamamay si avvale di un hub logistico centralizzato situato a Rescaldina, vicino a Gallarate, che consente un flusso rapido ed efficiente delle merci verso i negozi fisici e una distribuzione veloce degli ordini e-commerce. La strategia di vendita prevede una rete di negozi monomarca, affiancata da una presenza digitale sempre più forte, per raggiungere una clientela ampia e diversificata. Un altro pilastro del modello di business è il *franchising*, che consente a Yamamay di espandere la propria presenza sul territorio in modo capillare, consolidando la riconoscibilità del marchio e offrendo un servizio diffuso e accessibile. Grazie alla combinazione di una logistica efficiente e di una rete commerciale ben strutturata, l'Azienda è in grado di garantire un'esperienza d'acquisto fluida e competitiva, rafforzando il proprio posizionamento nel settore della moda intima.

Processi di supporto

◇ Finanza e accounting	◇ Risorse umane	◇ IT	◇ Customer Service
◇ Logistica e acquisti	◇ Ufficio Legale	◇ Infrastrutture	

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	◇ Forte consapevolezza del marchio ◇ Divulgazione esplicita del 'made-in' ◇ Elevati investimenti nel marketing ◇ Testimonial 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 al canale di 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	◇ Comunicazione trasparente	◇ EPR	◇ Certificazione ISO 45001
◇ Purpose	◇ Tracciabilità	◇ Materie prime sostenibili	◇ Riduzione di CO ₂ (scopo 2 e 3)
		◇ Certificazione di prodotto	◇ Packaging sostenibile



Perimetro esterno



Perimetro interno

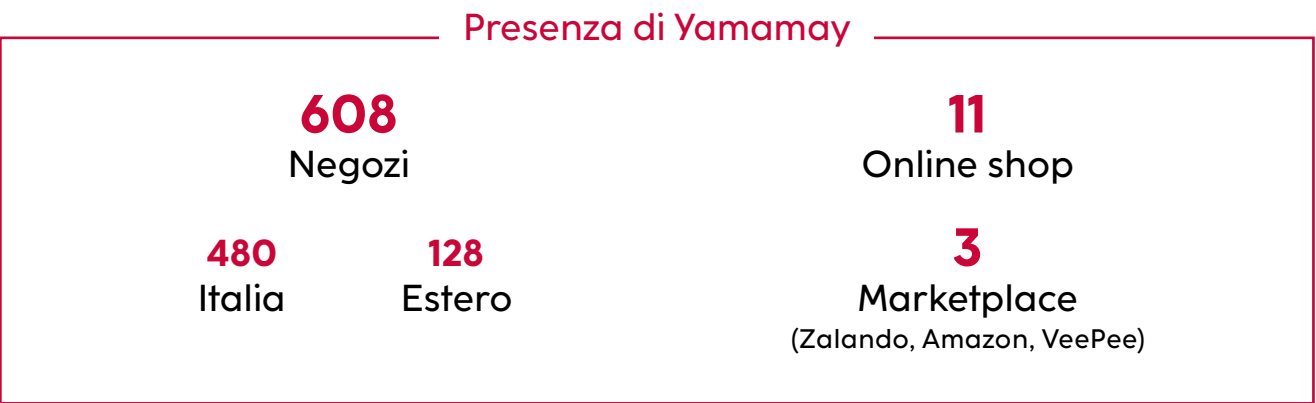
L'organizzazione

Fin dalla sua nascita, Yamamay ha scelto di radicarsi nel territorio lombardo, un'area storicamente legata al settore tessile. Inizialmente, la sede centrale era situata a Samarate, ma nel 2007, per rispondere alla continua crescita dell'Azienda, è stata trasferita a Gallarate. La sede di Gallarate, distribuita su 7 piani, ospita tutte le funzioni aziendali e offre ai dipendenti spazi pensati per il benessere e la condivisione, tra cui un ristorante aziendale, un ampio parcheggio e un'area relax con ping-pong e biliardino. A livello internazionale, la *supply chain* è gestita dalla controllata YingLi Yang International Trading Co., con sedi a Shanghai e Hangzhou, mentre le attività commerciali in Francia, Emirati Arabi Uniti, Croazia, Serbia e Svizzera sono affidate rispettivamente alle filiali Pianoforte France, Pianoforte Middle East, Pianoforte Croatia e Yamamay Suisse SA.

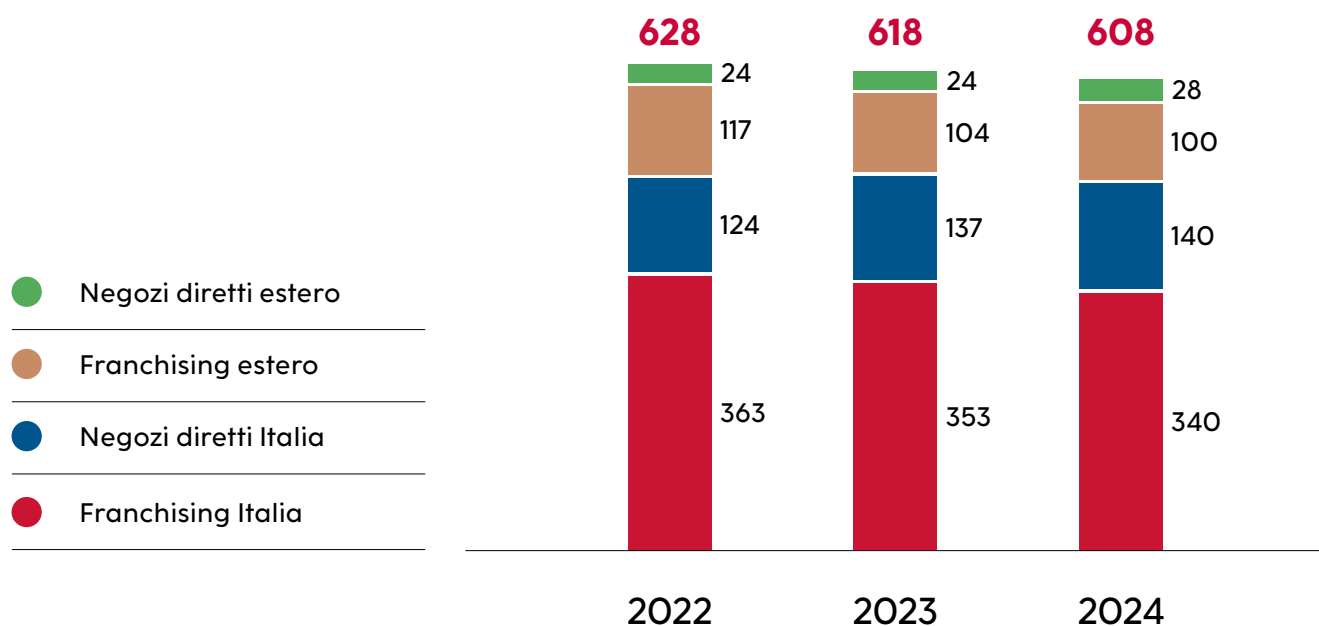
La presenza di Yamamay in Italia e nel mondo

Nel 2024, Yamamay ha consolidato la propria presenza sul mercato, con 608 store attivi tra Italia ed estero. La rete distributiva è per la maggior parte radicata in Italia, dove si contano 480 punti vendita.

Accanto alla rete fisica, Yamamay ha potenziato il canale digitale, offrendo ai clienti un'esperienza d'acquisto omnicanale. La combinazione tra retail tradizionale e vendite online riflette l'impegno dell'Azienda nell'innovare il proprio modello di business, adattandosi alle nuove abitudini di consumo e ampliando le opportunità di accesso ai suoi prodotti su scala globale.



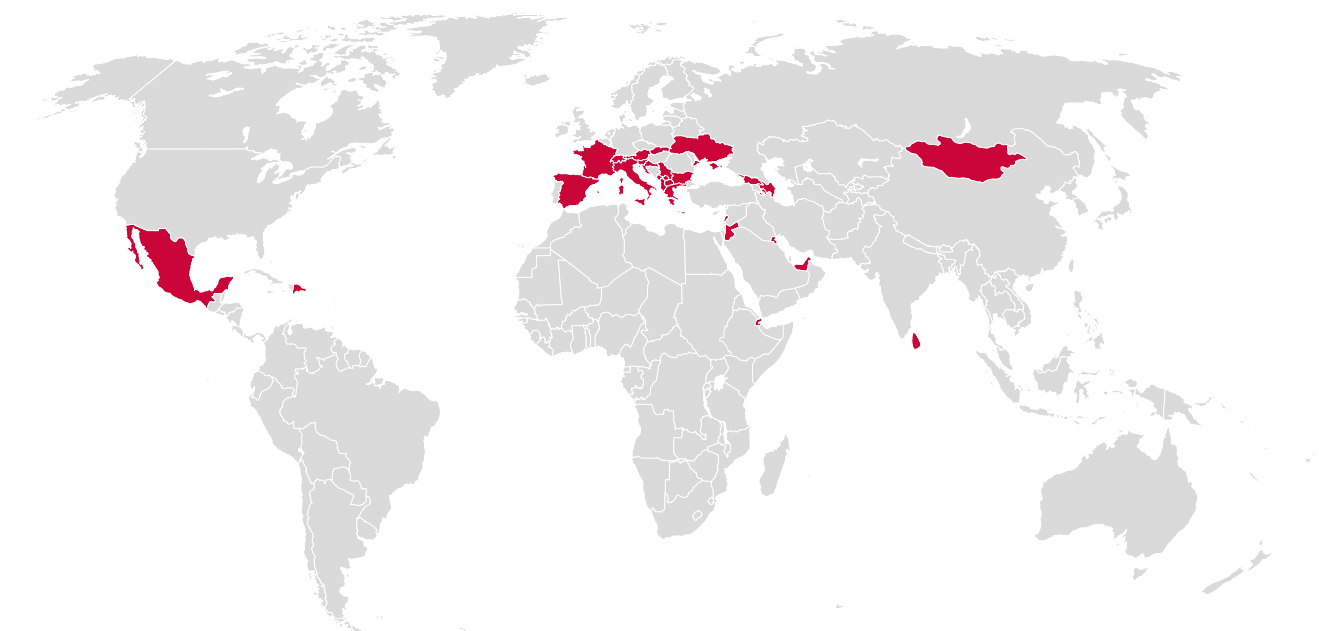
Nel triennio 2022-2024, la distribuzione dei negozi tra canali diretti e franchising, sia in Italia sia all'estero, evidenzia una sostanziale stabilità, con una lieve contrazione complessiva del numero totale di punti vendita. In Italia, il franchising rappresenta la quota più rilevante, pur mostrando una leggera flessione nel 2024. Parallelamente, i Direct Operated Store (DOS) in Italia mantengono una crescita moderata, raggiungendo i 140 punti vendita nel 2024. I DOS esteri, sebbene rappresentino una quota più contenuta, evidenziano un incremento graduale nel periodo osservato.



Nel 2024, Yamamay ha rafforzato la propria presenza con 23 nuove aperture sul territorio italiano e 14 all'estero. Nell'anno di rendicontazione sono stati chiusi 47 punti vendita nell'ambito di un'ottimizzazione strategica della rete commerciale.

Yamayay è presente in

30 mercati



America Latina

Messico
Repubblica
Dominicana

Asia

Azerbaijan
Georgia
Mongolia
Sri Lanka

Balceni

Albania
Bulgaria
Croazia
Macedonia del Nord
Montenegro
Serbia
Slovenia

Centro e Nord Europa

Austria
Francia
Italia
Moldavia
Monaco
San Marino
Slovacchia
Svizzera
Ucraina

Mediterraneo

Grecia
Malta
Spagna

Medio Oriente e Africa

Emirati Arabi Uniti
Gibuti
Giordania
Kuwait
Libano



Yamamay Man

Nel 2024, Yamamay ha proseguito l'**evoluzione della propria rete vendita, puntando sull'espansione del segmento maschile** con il consolidamento dei negozi stand-alone Yamamay Man. Al 31 dicembre 2024, il brand conta 82 store dedicati all'uomo, progettati per offrire un'esperienza d'acquisto esclusiva e su misura per la clientela maschile.

Questi spazi, accoglienti e dal design curato, rispondono alle esigenze di clienti di tutte le età, proponendo collezioni che coniugano stile, comfort e versatilità. Con questa strategia, Yamamay non si limita a essere un **referimento nella lingerie e nell'intimo femminile, ma si afferma sempre più come un brand completo, capace di accompagnare anche l'uomo moderno nella scelta di capi pensati per ogni momento della giornata.**

Yamamay Man

19

Arredo man

45

Arredo man con
doppio ingresso

18

Man stand-alone

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

La Performance Economica

Andamento economico della Capogruppo

Nel 2024 si registra una leggera flessione nel numero di pezzi venduti rispetto al 2023, passando da 13,6 a 13,3 milioni. Nonostante questa riduzione, il fatturato di Inticom S.p.A. si mantiene pressoché stabile, attestandosi a 144 milioni di euro contro i 145 milioni dell'anno precedente.

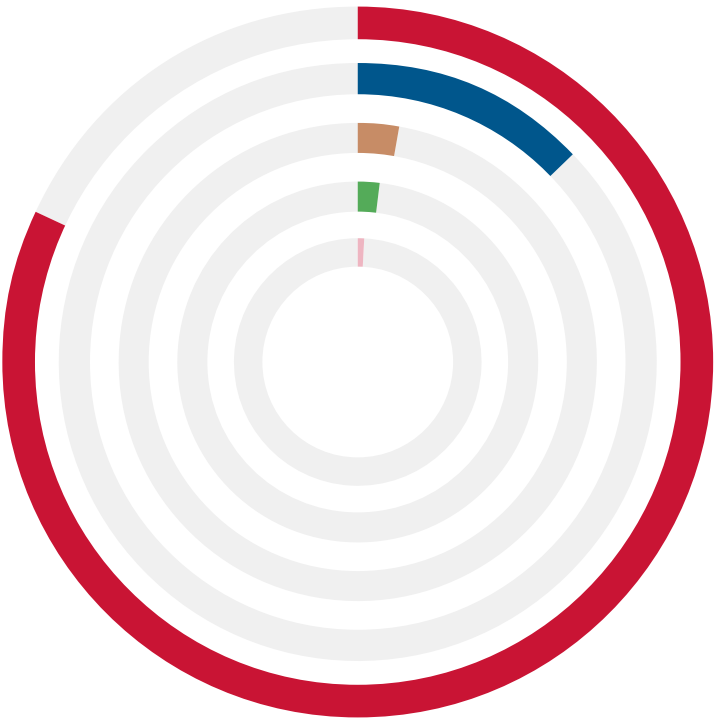
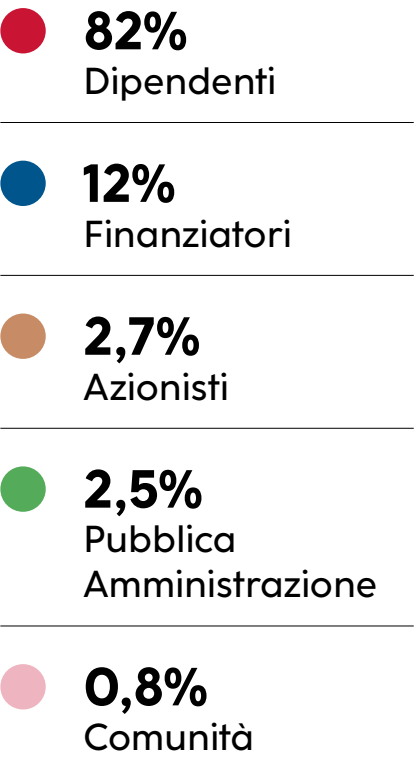
Highlights della Capogruppo

13,3 milioni
Pezzi venduti
(13,6 milioni nel 2023)

144 milioni €
Fatturato Inticom S.p.A.
(145 milioni € nel 2023)

Distribuzione del valore aggiunto consolidato

Nel 2024 Yamamay ha generato a livello consolidato un fatturato di 152 milioni di euro e un valore aggiunto netto di 40 milioni di euro. La quota maggiore è stata destinata ai dipendenti, con 31 milioni di euro distribuiti sotto forma di stipendi, salari e oneri correlati. La restante parte è stata suddivisa tra: finanziatori (12%), azionisti (2,7%), Pubblica Amministrazione (2,5%) e comunità (0,8%).



Distribuzione del valore aggiunto consolidato (in migliaia di €)

Prospetto di determinazione del valore aggiunto	2024
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	152.357
Altri ricavi e proventi	12.731
Proventi finanziari	3
Valore della produzione	165.091
A dedurre costi esterni	-117.983
materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	-58.250
servizi	-30.452
godimento di beni terzi	-29.281
Accantonamenti per rischi	-167
Oneri diversi di gestione	-2.564
Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	5.136
Utile/perdite su cambi	-704
Valore Aggiunto Lordo	48.808
Ammortamenti e svalutazioni	-9.284
Valore Aggiunto Netto	39.524

Prospetto di riparto del valore aggiunto	2024
Valore Aggiunto Netto generato (A)	39.524
Valore Aggiunto distribuito (B)	37.670
di cui a dipendenti (stipendi, salari, oneri, TFR, costi per servizi al personale)	30.908
di cui Finanziatori (interessi sul debito)	4.538
di cui Azionisti (*)	1.000
di cui Pubblica Amministrazione (imposte dirette, indirette e tasse)	931
di cui Comunità (liberalità e sponsorizzazioni)	293
Valore Aggiunto trattenuto nella Società (A-B)	1.854

Partecipazione ad associazioni e iniziative

La partecipazione attiva alle associazioni di categoria rappresenta per Yamamay un'opportunità strategica per contribuire alle decisioni politiche ed economiche a livello europeo e nazionale, influenzando il dibattito su temi chiave come la sostenibilità e l'innovazione. Essere parte di queste reti consente di colmare il divario nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU, favorendo un contesto sociale ed economico più equo e resiliente. Attraverso il confronto con altri attori dell'industria e del retail, e partecipando a progetti concreti che generano impatti positivi, Yamamay promuove un modello di business sempre più sostenibile e digitale. Inoltre, l'adesione alle associazioni crea un terreno fertile per lo sviluppo di iniziative di *Open Innovation*, dove la condivisione di idee e soluzioni favorisce il posizionamento competitivo e la crescita dell'intero settore. Innovare significa accettare la sfida del cambiamento, adottando nuove strategie per un futuro che coniughi progresso economico, tutela dell'ambiente e benessere sociale.



Confindustria Varese

Associazione di riferimento per le imprese manifatturiere e di servizi, impegnata a promuovere la competitività aziendale e lo sviluppo sostenibile del territorio.

Obiettivo: Essere parte di Confindustria Varese significa contribuire attivamente al dialogo tra imprese e istituzioni, delineando strategie per il futuro del settore.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Rappresentanza aziendale con un vicepresidente nel 2023.
- ◇ Partecipazione alla definizione del Piano Strategico per la competitività aziendale fino al 2050.
- ◇ Presenza attiva a webinar ed eventi dell'associazione.



Confindustria Moda

Ex Sistema Moda Italia, Confindustria Moda è la federazione nazionale di Confindustria dedicata al settore tessile e moda, con l'obiettivo di tutelare e promuovere gli interessi degli industriali italiani nel panorama internazionale.

Obiettivo: Yamamay si unisce a SMI per rafforzare il dialogo con le istituzioni e sostenere politiche industriali che promuovano innovazione e sostenibilità.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Rappresentanza attiva nel Consiglio Direttivo e Collegio dei Provvisori.
- ◇ Promozione di politiche di economia circolare, con focus sulla raccolta differenziata tessile, in linea con la *EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles*.



United Nations
Global Compact

Retex.Green

Consorzio di riferimento per la moda sostenibile, anticipando le normative sul riciclo e offrendo soluzioni operative per migliorare la gestione dei rifiuti tessili.

Obiettivo: In qualità di socio fondatore, Yamamay si impegna a promuovere pratiche di riciclo efficaci, contribuendo a rendere l'intero settore più sostenibile.

Iniziative e impatti concreti:

- ♦ Partecipazione attiva a convegni dedicati, inclusi eventi istituzionali presso il Senato della Repubblica.

Euratex

Euratex rappresenta il settore tessile e dell'abbigliamento in Europa, lavorando per creare un ambiente favorevole alla crescita sostenibile dell'industria.

Obiettivo: La collaborazione con Euratex permette di influenzare politiche e regolamenti europei, contribuendo alla transizione verso un modello più circolare.

Iniziative e impatti concreti:

- ♦ Partecipazione nel consiglio Euratex e nel Gruppo di lavoro sulla direttiva UE per prodotti circolari.
- ♦ Contributo attivo in eventi e tavole rotonde su sostenibilità, formazione ed ecodesign.

UN Global Compact

Il Global Compact delle Nazioni Unite è la più ampia iniziativa di sostenibilità aziendale al mondo, che invita le imprese ad allineare le proprie strategie a 10 principi universali su diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione.

- ♦ Yamamay ha aderito il 24 febbraio 2023, integrando questi principi nei processi aziendali con un impegno concreto verso sostenibilità e responsabilità sociale.
- ♦ A ottobre 2024, il team CSR ha partecipato all'Italian Business and SDGs Annual Forum, rafforzando il dialogo con altre imprese su strategie sostenibili.
- ♦ A novembre 2024, Yamamay è diventata socio fondatore del UNGC Network Italy, assumendo un ruolo attivo nella governance e consolidando la sua leadership in ambito ESG.



Confimprese

Associazione che rappresenta le aziende del retail specializzato, supportandole nella crescita e nella transizione verso modelli sostenibili.

Obiettivo: Yamamay si impegna nella definizione di strategie di sostenibilità per il retail, contribuendo a innovare il settore.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Partecipazione nel Comitato Esecutivo e nel Consiglio Direttivo.
- ◇ Coordinamento del team di sostenibilità nell'individuazione degli SDGs più rilevanti.
- ◇ Co-redazione del *Manifesto Confimprese per la Sostenibilità nel Retail*.
- ◇ Produzione di video pillole di sensibilizzazione per collaboratori e clienti (disponibili da maggio 2024).

Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile

AsviS, network con oltre 300 membri, impegnato a promuovere l'Agenda 2030 dell'ONU e i suoi 17 SDGs.

Obiettivo: Grazie a Confimprese, Yamamay contribuisce alla diffusione della cultura della sostenibilità, influenzando il dibattito nazionale.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Ricerca e analisi sui consumi sostenibili.
- ◇ Campagne di advocacy e lobbying per promuovere modelli di consumo responsabile.
- ◇ Monitoraggio dei progressi su sostenibilità e consumi.
- ◇ Video pillole educative per dipendenti e clienti, disponibili da maggio 2024.

Istituto per i Valori di Impresa

ISVI è un'organizzazione che sostiene le imprese nell'integrazione della sostenibilità nei loro modelli di business, promuovendo innovazione e responsabilità aziendale.

Obiettivo: Aderendo a ISVI, Yamamay rafforza il proprio impegno nella gestione sostenibile, affrontando tematiche economiche, sociali e ambientali.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Accoglienza di una delegazione ISVI per presentare la storia, i valori e le sfide di Yamamay nel mercato attuale.



Comitato Leonardo

Comitato Leonardo - Italian Quality Committee è un'istituzione che promuove l'eccellenza italiana a livello internazionale, integrando arte, scienza e tecnologia.

Obiettivo: Entrando a far parte del Comitato, Yamamay può promuovere in un network consolidato il proprio impegno verso la qualità e l'innovazione.

Iniziative e impatti concreti:

- ♦ Adesione in qualità di socio effettivo del Comitato nel 2024.

Associazione Italiana per la Formazione Manageriale

Associazione che da oltre 50 anni sviluppa e certifica standard di alta qualità nella formazione manageriale, favorendo la crescita delle competenze nel mondo del lavoro.

Obiettivo: Partecipare ad ASFOR significa investire nelle persone, rafforzando il capitale umano e valorizzando il ruolo della leadership etica.

Iniziative e impatti concreti:

- ♦ Partecipazione a convegni ed eventi di formazione.
- ♦ Conferimento dell'Asfor-ISVI Award "Excellence Innovation 2023" a Barbara Cimmino, Head of CSR & Innovation di Yamamay, per il suo contributo all'innovazione sociale e aziendale.

Sustainability Makers

Network che riunisce esperti di sostenibilità aziendale, facilitando il confronto su strategie ESG e promuovendo il cambiamento nelle imprese.

Obiettivo: Essere parte di Sustainability Makers consente a Yamamay di scambiare conoscenze e best practice, rafforzando le competenze in ambito socio-ambientale.

Iniziative e impatti concreti:

- ♦ Partecipazione attiva a workshop, convegni e dibattiti.
- ♦ Adesione dell'intero team CSR al network dell'associazione.



Consumerlab

Iniziativa dedicata allo studio delle abitudini e delle esigenze dei consumatori, con particolare attenzione alla sostenibilità e al consumo consapevole.

Obiettivo: L'adesione a ConsumerLab permette di raccogliere insight fondamentali per migliorare prodotti e servizi in base alle evoluzioni del mercato.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Partecipazione al progetto "Lettera al Consumatore", che analizza le tematiche chiave per il retail.
- ◇ Selezione tra le *50 imprese finaliste* dell'Index di Future Respect 2023.

TCLF Skills Alliance

Iniziativa dell'Unione Europea per affrontare la carenza di competenze nei settori tessile, abbigliamento, pelle e calzature, supportando la transizione digitale e sostenibile.

Obiettivo: Yamamay partecipa attivamente per migliorare e aggiornare le competenze dei professionisti del settore, contribuendo alla competitività e all'innovazione.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Sottoscrizione al *Pact for Skills* della Commissione Europea.
- ◇ Accesso a contenuti formativi e scambio di competenze con altre organizzazioni firmatarie.

Health Friendly Company

Organizzazione che supporta le aziende nella creazione di ambienti di lavoro più sani e inclusivi, attraverso politiche mirate al benessere psicofisico dei dipendenti.

Obiettivo: L'adesione a HFC rafforza l'impegno di Yamamay nella cura delle proprie risorse umane, promuovendo il benessere lavorativo.

Iniziative e impatti concreti:

- ◇ Partecipazione al network HFC dal 2023.
- ◇ Offerta di percorsi formativi con webinar, video informativi e decaloghi per la salute sul lavoro.



Workplace Health Promotion

Programma delle ATS volto a promuovere la salute nei luoghi di lavoro attraverso interventi organizzativi e la diffusione di stili di vita sani, riducendo i rischi di malattie croniche e degenerative.

Obiettivo: Yamamay partecipa attivamente al programma WHP, promuovendo un ambiente di lavoro sano e sostenibile e incentivando altre imprese ad aderire alla Rete regionale WHP.

Iniziative e impatti concreti:

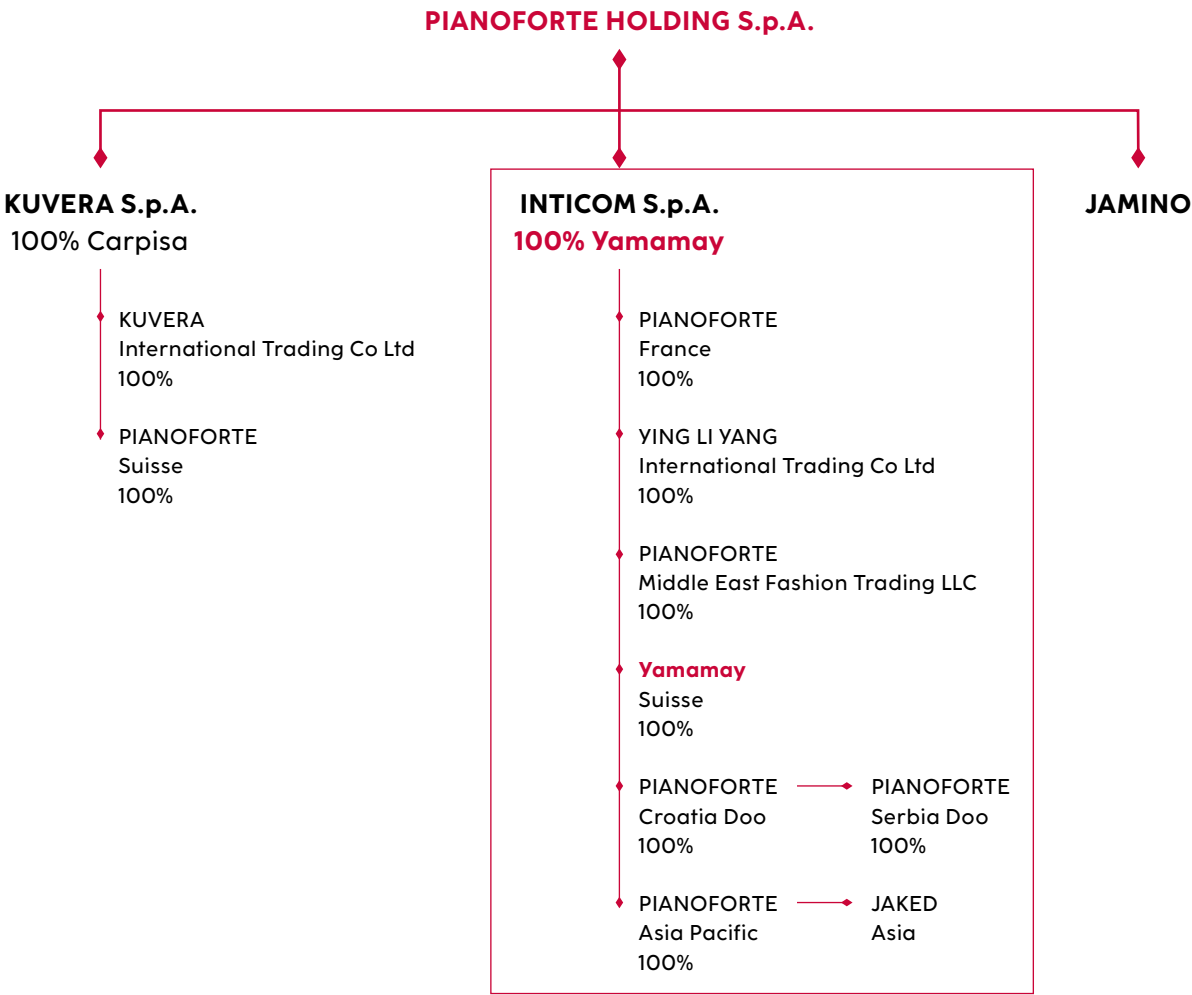
- ♦ Promozione di una corretta alimentazione attraverso iniziative mirate alla consapevolezza nutrizionale e all'offerta di opzioni equilibrate nei servizi aziendali.
- ♦ Integrazione di attività di benessere psicofisico, come momenti di movimento e gestione dello stress.
- ♦ Sensibilizzazione su tematiche di prevenzione sanitaria e contrasto a comportamenti dannosi per la salute.
- ♦ Coinvolgimento dei dipendenti in percorsi formativi e incontri dedicati alla promozione di stili di vita salutari.



1.2 LA GOVERNANCE DI YAMAMAY

Struttura societaria ed organizzativa di Inticom S.p.A. (Yamamay)

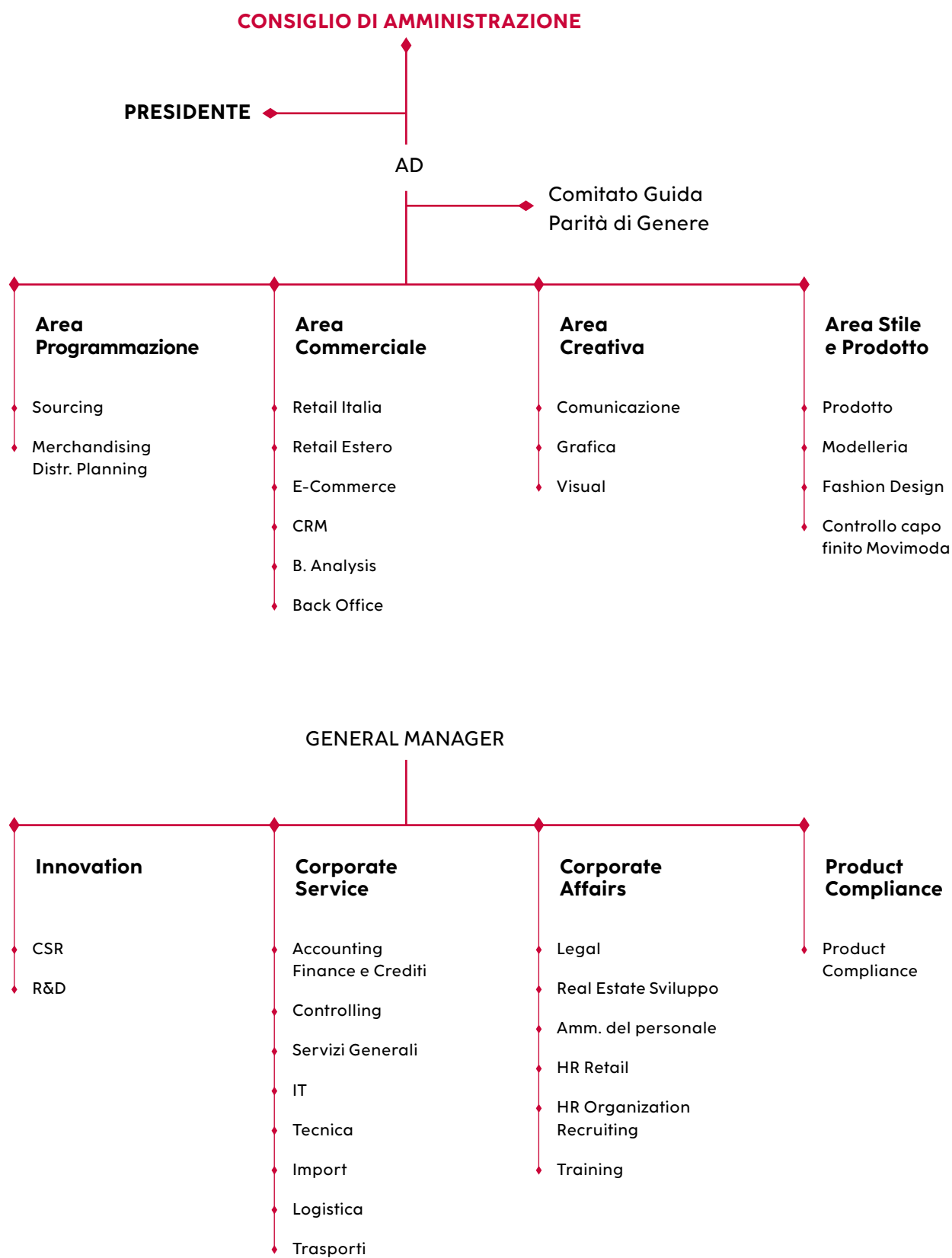
Perimetro del Gruppo Pianoforte al 31 dicembre 2024



Rispetto al perimetro del Bilancio di sostenibilità del 2023 la struttura del Gruppo si è così modificata: sono entrate a far parte di Inticom S.p.A. con effetto retroattivo dal 1° gennaio 2024, Pianoforte Croatia con la controllata Pianoforte Serbia, Pianoforte Asia Pacific. Yamamay Suisse SA, invece, è stata costituita il 3 dicembre 2024 ed è entrata nel perimetro a partire dal 1° gennaio 2025.

Per la prima volta Yamamay rendiconta la sostenibilità sul perimetro consolidato. Questo rappresenta un capitolo importante per il Gruppo in quanto a partire dal 2028 dovrà affrontare la rendicontazione di sostenibilità secondo i requisiti della direttiva CSRD. Pertanto, a partire da questo esercizio ha avviato un processo di avvicinamento che consentirà al brand di operare secondo le best practice in tema di rendicontazione di sostenibilità.

Struttura organizzativa di Inticom S.p.A. al 31 dicembre 2024



La governance di Yamamay

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*, per riflettere le modifiche legislative sul Modello. Tali documenti, riferiti esclusivamente ad Inticom, 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*).

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

Con l'esercizio 2024 è scaduto il mandato del Consiglio di Amministrazione precedentemente in carica ed in data 10 maggio 2024 è stato nominato il nuovo consiglio per il successivo triennio che scadrà con l'Assemblea che approverà il Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2026.

L'Assemblea ha confermato il Presidente Francesco Pinto e l'Amministratore Delegato Gianluigi Cimmino, mentre ha proceduto alla nomina del membro indipendente Ariela Caglio e Carlo Palmieri in qualità di istitutore.

Composizione Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre 2024



Francesco Pinto *Presidente (1967)*

Leader internazionale nel mondo del business, dirigente di livello direttivo e imprenditore seriale con una solida esperienza nel general management, nella governance aziendale e nel retail della moda. Impegnato nella promozione di modelli di business sostenibili, eccelle nel valorizzare i team attraverso un approccio visionario e orientato alla tecnologia.



Gianluigi Cimmino *CEO (1973)*

Laureato con lode a Napoli e con un Master alla Cornell, Gianluigi Cimmino fonda Yamamay nel 2001, guidandone la crescita creativa nel mondo dell'intimo. È CEO di Inticom e Kuvera, a capo dei marchi Yamamay e Carpisa, oggi presenti in 1.200 store nel mondo.



Carlo Palmieri *Membro del Board (1961)*

Imprenditore e dirigente di spicco nel settore della moda italiana. Attualmente ricopre il ruolo di Vicepresidente di Pianoforte Holding, la società che controlla i marchi Yamamay, Carpisa e Jaked.



Ariela Caglio *Membro indipendente (1973)*

Associate Professor di Management Accounting presso l'Università Bocconi, Direttrice del Double Degree Bocconi-ESSEC e Direttrice della Knowledge Area Accounting della SDA Bocconi School of Management. Esperta di misurazione delle performance, sostenibilità e controllo di gestione, ha insegnato in prestigiose università internazionali, è stata consulente UNCTAD e siede in diversi Board. Ha ricevuto diversi riconoscimenti accademici e pubblicato su prestigiose riviste nazionali e internazionali.

Sempre ad aprile 2024 l'assemblea ha proceduto al rinnovo del Collegio Sindacale per un altro triennio.

Composizione Collegio Sindacale al 31 dicembre 2024

	Fascia d'età	Ruolo
Marcello Esposito	Over 50 anni	Presidente
Francesco Amyas D'Aniello	Over 50 anni	Sindaco effettivo
Antonio D'Angelo	Over 50 anni	Sindaco effettivo
Gaetano Napolitano	Under 50 anni	Sindaco supplente
Luigi Princigalli	Over 50 anni	Sindaco supplente

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 all'interno dell'Azienda 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 2025, attraverso la piattaforma Yamapp, portale dedicato alla formazione di tutti i dipendenti, verrà erogato un corso su whistleblowing, codice etico e modello 231. 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”¹. 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 di tutti gli *stakehold-*

er, il cosiddetto whistleblowing, accessibile dal sito corporate di Yamamay. Il sistema di whistleblowing adottato dall'Azienda assicura quindi l'anonimato e la privacy del segnalante. A fine 2024 sono state pubblicate sul sito le linee guida whistleblowing, avendo esteso il sistema anche per le eventuali segnalazioni di molestie sul luogo di lavoro, in preparazione all'ottenimento della certificazione della parità di genere.

Le segnalazioni possono essere anche consegnate personalmente presso lo studio del componente monocratico dell'Organismo di Vigilanza. 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 cassetta 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 2024 non sono state ricevute segnalazioni.

¹ Global Compact Network Italia, I Dieci Principi, <https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/i-dieci-principi/introduzione/2-i-dieci-principi.html>

La governance di sostenibilità

Fin dalle sue origini, Yamamay ha posto la sostenibilità al centro della propria visione aziendale, avviando un programma di rendicontazione volontaria nel 2019. Per rafforzare ulteriormente questo impegno e garantire un monitoraggio efficace, è stato istituito un gruppo di lavoro dedicato, con un dipartimento CSR incaricato di presidiare le tematiche ESG e di valutare gli impatti ambientali e sociali delle attività aziendali.

Alla guida della funzione vi è un Direttore CSR, responsabile della supervisione delle attività e dell'innovazione di processo e prodotto. In un contesto di trasformazione epocale per il settore, il dipartimento lavora per integrare principi di eco-design, sviluppare processi circolari e ridurre gli impatti ambientali, garantendo un approccio sostenibile lungo tutta la catena del valore. Il Team CSR ha inoltre il compito di definire linee guida e politiche di sostenibilità, da sottoporre al

Consiglio di Amministrazione, con l'obiettivo di incorporare la sostenibilità in tutti i processi aziendali e creare valore per gli *stakeholder*.

Questo percorso trova concreta espressione nel Bilancio di Sostenibilità 2024, approvato dal Consiglio di Amministrazione il 30 giugno 2025.

In ottobre 2024 è stato nominato il Comitato Guida per la parità di genere come previsto dal Sistema di Gestione della Parità di Genere (SGPG) in conformità alla UNI/PdR 125:2022, con il compito di coadiuvare la Direzione nella definizione della Politica di parità di genere, garantire l'efficace adozione e la continua applicazione della suddetta politica, formalizzare, implementare un piano strategico, effettuare il monitoraggio e l'analisi dei KPI definiti, verificare la necessità di eventuali aggiornamenti e modifiche, anche a seguito di cambiamenti normativi significativi e di esigenze formative.

Governance della sostenibilità di Yamamay al 31 dicembre 2024

Consiglio di amministrazione

- ♦ Presidente: Francesco Pinto
- ♦ Amministratore Delegato: Gianluigi Cimmino
- ♦ Consigliere: Carlo Palmieri
- ♦ Membro indipendente: Ariela Caglio

Ruolo

- ♦ Definizione della strategia sostenibile: Elaborazione delle direttive, dei principi e degli obiettivi di sostenibilità per guidare Yamamay verso un modello di business responsabile e innovativo.
- ♦ Supervisione e monitoraggio: Presidio delle tematiche ESG in tutte le attività aziendali e nelle interazioni con gli *stakeholder*, garantendo coerenza con gli impegni sostenibili e approvando il Bilancio di Sostenibilità.
- ♦ Dialogo e aggiornamenti periodici: Confronto costante attraverso incontri trimestrali per valutare i progressi, rafforzare le strategie e adattare le azioni alle sfide emergenti.

Comitato CSR e Diversity & Inclusion

- ◇ Paolo Masciandaro
- ◇ Massimiliano Russo
- ◇ Barbara Cimmino
- ◇ Francesco Marinelli
- ◇ Mattia Tundo
- ◇ Camilla Cusi

Ruolo

- ◇ Aggiornamento sull'attività di rendicontazione ESG e piano di sostenibilità
- ◇ Definizione di politiche in materia di sostenibilità
- ◇ Monitoraggio normativo e di compliance
- ◇ Valutazione e implementazione di politiche di Diversity & Inclusion

Gruppo di lavoro Rischi*

- ◇ Barbara Cimmino
- ◇ Ariela Caglio
- ◇ Camilla Cusi
- ◇ Miriam De Vita

Ruolo

- ◇ Strutturazione del modello di rischio: Definizione di un framework chiaro per l'individuazione, l'analisi e la gestione dei rischi aziendali, con ruoli e responsabilità ben delineati.
- ◇ Implementazione di un sistema di gestione e controllo: Adozione di un modello efficace per monitorare e mitigare i rischi, garantendo resilienza e continuità operativa.
- ◇ Valutazione e analisi dell'impatto: Identificazione dei rischi attraverso un approccio basato sulla probabilità di accadimento e sulla misurazione degli effetti potenziali, per sviluppare strategie di prevenzione e risposta.

*Il Gruppo Rischi è stato nominato a marzo 2025.



Dipartimento CSR

- ◊ Direttore CSR: Barbara Cimmino
- ◊ Team CSR: Riccardo Tangredi (in carica fino a Giugno 2025), Elisa Galmarini (in carica fino a Giugno 2025)

Ruolo

- ◊ Piani di sostenibilità integrati: Sviluppo di strategie sostenibili allineate agli obiettivi aziendali, per un impatto concreto e misurabile.
- ◊ Monitoraggio e *stakeholder engagement*: Supervisione dell'interazione tra i progetti CSR e le politiche aziendali, garantendo coerenza e valore condiviso con gli *stakeholder*.
- ◊ Presentazione e valutazione strategica: Analisi delle iniziative e dei progetti di sostenibilità da sottoporre al Consiglio di Amministrazione, per un efficace processo decisionale.
- ◊ Coordinamento operativo: Supervisione dell'implementazione delle attività da parte del Gruppo di Lavoro CSR, assicurando esecuzione e impatto.
- ◊ Gestione della comunicazione sostenibile: Definizione delle strategie di comunicazione per valorizzare l'impegno aziendale in ambito ESG.
- ◊ Revisione e pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità - Controllo, aggiornamento e diffusione del Rapporto di Sostenibilità, consolidando la trasparenza aziendale.
- ◊ Confronto e aggiornamento periodico: Incontri con il Comitato Direttivo ogni 2 mesi per monitorare progressi e definire nuove priorità.

Ambassador della Sostenibilità

- ◊ Reporting team composto da 28 membri

Ruolo

- ◊ Implementazione delle iniziative sostenibili: Attuazione e gestione operativa dei progetti definiti dal Comitato di Sostenibilità, garantendo coerenza con la strategia aziendale.
- ◊ Collaborazione interfunzionale: Coordinamento con le diverse unità aziendali per sviluppare e realizzare iniziative di sostenibilità con impatti concreti.
- ◊ Rendicontazione trasparente: Reporting conforme agli Standard GRI, assicurando misurabilità, trasparenza e allineamento alle best practice internazionali.
- ◊ Monitoraggio costante: Incontri mensili con tutti i responsabili della rendicontazione per verificare i progressi e ottimizzare le attività.
- ◊ Team dedicato alla sostenibilità: Struttura composta dai referenti della rendicontazione, con ruoli chiave per la raccolta e l'analisi dei dati ESG.



Certificazioni e standard

Yamamay integra la sostenibilità nella propria strategia attraverso l'adesione a standard e certificazioni riconosciuti a livello internazionale. Dal 2022, la sede centrale e i negozi a gestione diretta in Italia sono certificati ISO 45001, garantendo elevati standard di salute e sicurezza sul lavoro. L'Azienda promuove un approccio trasparente e responsabile lungo tutta la filiera, richiedendo ai propri fornitori l'adesione a certificazioni di settore per migliorare continuamente le performance

di sostenibilità. Nel 2023, Yamamay ha ottenuto la certificazione OEKO-TEX Standard, a tutela della sicurezza dei prodotti per i clienti. Nel 2024, ha avviato il processo per l'ottenimento della Certificazione per la Parità di Genere e l'assessment preliminare per la certificazione OEKO-TEX Responsible Business, rafforzando il proprio impegno verso un modello di business più inclusivo e sostenibile.

L'analisi dei rischi

Risultati del global risk report 2025

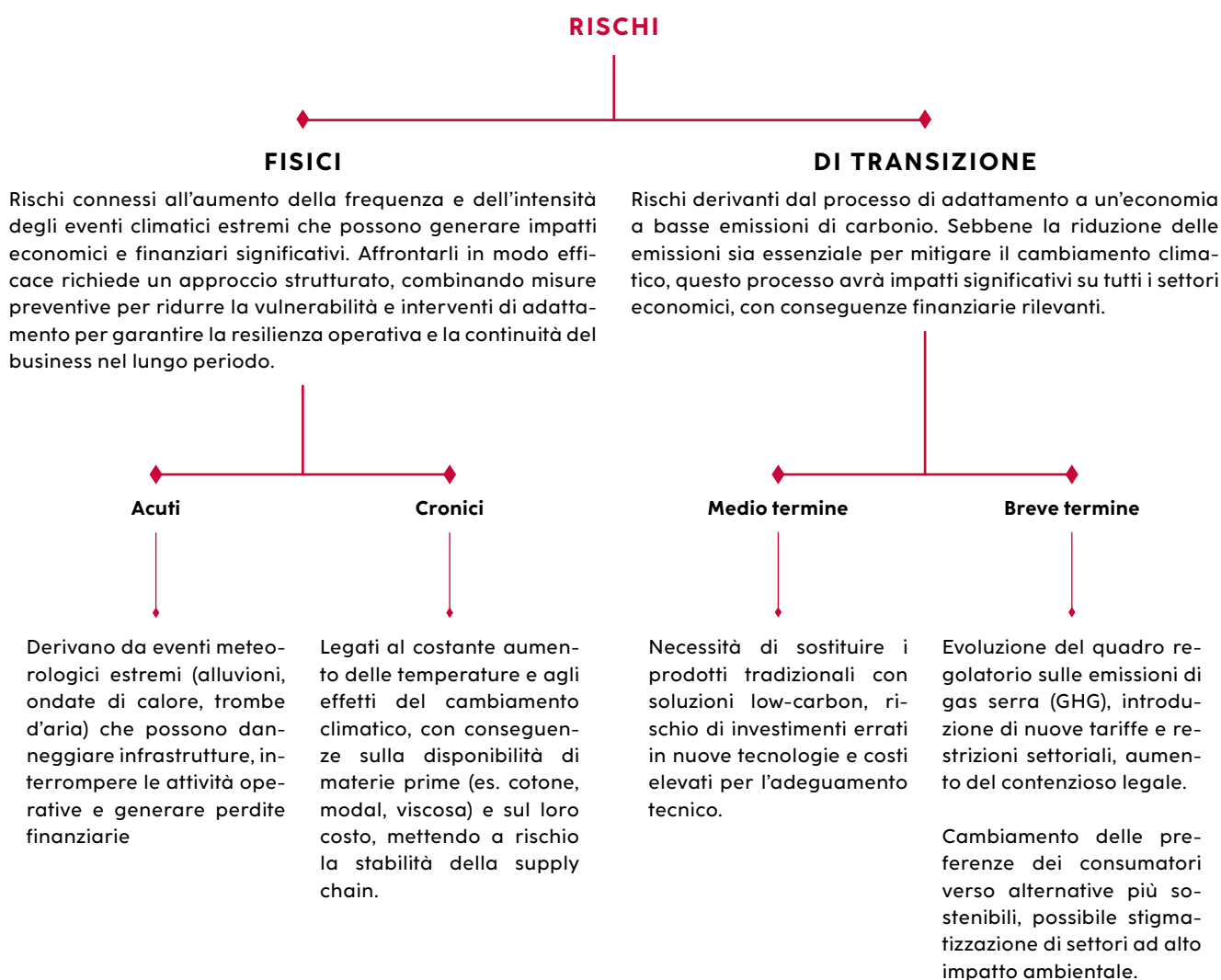
Il *Global Risks Report 2025* descrive un mondo sempre più frammentato, in cui sfide geopolitiche, ambientali, sociali, economiche e tecnologiche minacciano stabilità e progresso. Il rapporto analizza i rischi su tre orizzonti temporali - breve (2025), medio (fino al 2027) e lungo termine (fino al 2035) - permettendo ai decisori di sviluppare strategie di resilienza capaci di rispondere sia alle urgenze immediate sia alle trasformazioni globali di lungo periodo.

- ♦ Declino dell'ottimismo e aumento dell'incertezza: il 62% degli esperti prevede un futuro turbolento nei prossimi dieci anni.
- ♦ Crescente instabilità geopolitica e geoeconomica: il rischio di conflitti armati tra Stati è salito in classifica, riflettendo l'escalation delle tensioni globali.
- ♦ Misinformation e disinformation come minacce principali: la disinformazione viene identificata come il rischio più critico nel 2027, evidenziando il suo impatto sulla geopolitica, sulla fiducia pubblica e sulla sicurezza globale.
- ♦ Frammentazione sociale: Disuguaglianza, polarizzazione sociale e migrazioni forzate emergono come fattori di instabilità, contribuendo alla fragilità politica e alla volatilità economica.
- ♦ Emergenza climatica in peggioramento: eventi meteorologici estremi e collasso degli ecosistemi sono tra i principali pericoli nel lungo termine. Le giovani generazioni mostrano maggiore preoccupazione per l'inquinamento rispetto agli *stakeholder* più anziani.
- ♦ Rischi tecnologici sottovalutati: sebbene al momento la percezione del rischio legato all'intelligenza artificiale sia bassa, nel lungo termine cresce la preoccupazione per i suoi potenziali impatti negativi, inclusi deepfake, cyber warfare e manipolazione delle informazioni.
- ♦ Governance globale sempre più fragile: il 64% degli esperti prevede un futuro multipolare o frammentato, con una crescente competizione tra potenze regionali e il declino dell'ordine internazionale guidato dall'Occidente.

Breve termine (2 anni)	Lungo termine (10 anni)
1 Disinformazione e misinformazione	1 Disastri naturali e meteorologici estremi
2 Disastri naturali e meteorologici estremi	2 Perdita di biodiversità e collasso degli ecosistemi
3 Conflitti armati	3 Alterazione profonda degli equilibri del sistema terrestre
4 Polarizzazione della società	4 Crisi delle risorse naturali
5 Spionaggio e guerra informatica	5 Disinformazione e misinformazione
6 Inquinamento	6 Rischi correlati all'intelligenza artificiale
7 Disuguaglianza	7 Ingiustizia
8 Migrazione o sfollamento involontario	8 Polarizzazione della società
9 Confronto geoeconomico	9 Spionaggio e guerra informatica
10 Limitazione delle libertà personali e dei diritti umani	10 Inquinamento

La valutazione del rischio climatico

Il cambiamento climatico e la crescente attenzione alla tutela dell'ambiente stanno ridefinendo il modo in cui le aziende operano, imponendo una revisione dei processi per ridurre gli impatti ambientali e garantire un futuro sostenibile. In questo scenario in evoluzione, Yamamay ha avviato un'analisi approfondita dei rischi climatici, adottando la metodologia della *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures* (TCFD) per strutturare un approccio proattivo e orientato alla resilienza. Attraverso questa strategia, Yamamay identifica e gestisce sia i rischi fisici (acuti o cronici), sia quelli di transizione (breve o medio termine), derivanti da nuove normative e cambiamenti di mercato.



Inoltre, tra i rischi individuati da Yamamay vi sono:

- ♦ **Rischi normativi**, derivanti dall'evoluzione delle regolamentazioni ambientali e dai meccanismi di *carbon pricing*, con impatti diretti sulle operazioni aziendali e sulla conformità legislativa.
- ♦ **Rischi reputazionali e di mercato**, legati alle crescenti aspettative dei consumatori e alla necessità di mantenere un posizionamento competitivo in un mercato sempre più orientato alla sostenibilità.
- ♦ **Rischi tecnologici**, connessi all'adozione di soluzioni *low-carbon*, agli investimenti in innovazione e ai costi di adeguamento ai nuovi standard produttivi.

Attività del Gruppo di Lavoro Rischi

L'attività del Gruppo di Lavoro Rischi, avviata nel 2022, si basa su un approccio metodologico strutturato per garantire un'analisi approfondita e una gestione efficace delle criticità aziendali. Il percorso ha previsto tre fasi progettuali, ognuna finalizzata a rafforzare la capacità di Yamamay di identificare, valutare e mitigare i rischi emergenti.

Dando seguito alla Fase Progettuale in corso dal 2022, il Gruppo di Lavoro ha iniziato l'anno proseguendo le attività già avviate nel corso dell'ultimo trimestre del 2023 relativamente all'Analisi di Ruoli e Responsabilità delle funzioni coinvolte nel processo di gestione dei rischi e alla formalizzazione dei più adeguati strumenti per l'implementazione ed il monitoraggio del modello definito, quest'ultimo rappresentante l'obiettivo del Gruppo di lavoro per l'anno 2024.

Nel corso dell'anno, tuttavia, le attività hanno avuto rallentamento derivante dalla necessità di un riallineamento di scopo e metodo della vigente fase progettuale anche e soprattutto in funzione del rapido mutare del quadro normativo e di *compliance* in ambito ESG (direttiva CSRD) e conseguenti sempre più stringenti obblighi di rendicontazione in ambito di Sostenibilità.

A inizio 2025 è stata avviata quindi una rapida fase di *assessment* dello stato dell'arte che, partendo dall'importante lavoro già fatto, porterà ad una ricca e approfondita mappatura dei rischi aziendali secondo l'approccio della doppia materialità e della logica IRO (Impatti-Rischi-Opportunità), finalizzata a ridare slancio alla progettualità.



1.3 IL CONTESTO ESG NEL SETTORE DI RIFERIMENTO

Nel panorama contemporaneo, l'integrazione dei principi ESG (Environmental, Social, Governance) rappresenta un elemento imprescindibile per le aziende che intendono coniugare la crescita economica con la responsabilità sociale e ambientale.

Questo approccio non si limita a soddisfare le aspettative degli *stakeholder*, ma si traduce in un motore di innovazione e competitività a lungo termine. L'evoluzione normativa, unita alla crescente consapevolezza dei consumatori, richiede un impegno sempre più concreto e trasparente, volto a ridurre l'impatto ambientale, promuovere il benessere delle persone e garantire processi decisionali etici e inclusivi.

A livello europeo, il contesto normativo si sta evolvendo rapidamente, con ben **16 legislazioni specifiche** che avranno un impatto significativo sul settore tessile e dell'abbigliamento. Queste normative coprono un ampio spettro di tematiche ambientali, sociali ed economiche, delineando un nuovo paradigma di sostenibilità che richiede alle aziende un approccio proattivo e integrato.

Sul fronte ambientale, l'**Ecodesign** e il **Digital Product Passport** rappresentano un pilastro fondamentale per promuovere una progettazione sostenibile e trasparente lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. L'introduzione del passaporto digitale consentirà ai consumatori di accedere a informazioni dettagliate sulla composizione, la provenienza e la sostenibilità dei capi d'abbigliamento, incentivando scelte di consumo più consapevoli. Parallelamente, la **Extended Producer Responsibility (EPR)** mira a responsabilizzare i produttori nella gestione del fine vita dei propri articoli, promuovendo pratiche di riciclo e riduzione dei rifiuti. La **Waste Legislation** e la **Waste Shipment Regulation** rafforzano questo impegno, imponendo standard più rigorosi per la gestione e il trasporto dei rifiuti, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale del settore. Un altro aspetto cruciale

riguarda la riduzione dell'inquinamento industriale, con normative specifiche sulle emissioni di CO₂ e sulle microplastiche. La regolamentazione delle microplastiche, in particolare, assume un ruolo chiave per il settore tessile, data la presenza di fibre sintetiche nei capi d'abbigliamento. La revisione del **regolamento REACH** introduce ulteriori restrizioni sull'uso di sostanze chimiche nocive, tra cui il Bisfenolo, gli Skin Sensitisers e i PFAS, noti per il loro impatto negativo sulla salute umana e sull'ambiente. La restrizione del PFHxA, un composto chimico utilizzato nei trattamenti idrorepellenti dei tessuti, rappresenta un ulteriore passo avanti verso una moda più sicura e sostenibile.

Sul piano della governance, la **Corporate Sustainability Due Diligence Directive** (CSDDD) impone alle aziende di monitorare e prevenire gli impatti negativi delle proprie attività lungo l'intera catena del valore, garantendo il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro. La **Corporate Sustainability Reporting Directive** (CSRD), invece, introduce nuovi obblighi di rendicontazione, richiedendo alle aziende di comunicare in modo trasparente il proprio impatto ambientale, sociale ed economico. Questa maggiore trasparenza non solo rafforza la fiducia degli *stakeholder*, ma contribuisce anche a promuovere una cultura aziendale basata sulla responsabilità e sull'etica.

Dal punto di vista economico, la **Sustainable Finance Taxonomy** definisce criteri chiari per identificare le attività economiche sostenibili, facilitando l'accesso a finanziamenti green e incentivando gli investimenti in soluzioni a basso impatto ambientale. Il **Green Public Procurement** (GPP) incoraggia le amministrazioni pubbliche a privilegiare fornitori che rispettano elevati standard di sostenibilità, creando nuove opportunità di mercato

per le aziende che adottano pratiche responsabili. Infine, la normativa sui **Green Claims** e il textile labelling mira a contrastare il fenomeno del greenwashing, garantendo che le dichiarazioni di sostenibilità siano supportate da prove concrete e verificabili. Per Yamamay, questo quadro normativo rappresenta non solo una sfida, ma anche un'opportunità per rafforzare il proprio impegno verso una moda più etica e sostenibile. La conformità a tali regolamentazioni si traduce in una maggiore qualità e sicurezza dei prodotti, una gestione più efficiente delle risorse e una riduzione dell'impatto ambientale, contribuendo a consolidare la fiducia dei consumatori e la reputazione del brand. L'integrazione dei principi ESG non è dunque un obiettivo isolato, ma un elemento strategico che guida ogni scelta aziendale, trasformando le sfide globali in opportunità di crescita sostenibile e creando valore condiviso per tutti gli *stakeholder*.

Negli ultimi aggiornamenti normativi, la direttiva europea soprannominata "**Stop the Clock**" ha giocato un ruolo centrale, introducendo una **proroga di 12 mesi** per l'implementazione della CSRD da parte delle aziende non quotate. Questa decisione è stata presa per permettere alle aziende di prepararsi meglio alla complessità delle nuove regole di rendicontazione, soprattutto quelle di piccole e medie dimensioni che rischiavano di non riuscire ad adeguarsi nei tempi previsti. Parallelamente, il **Pacchetto Omnibus**, la cui adozione è prevista entro la fine del 2025 prevede una serie di **semplificazioni e misure transitorie**, con l'obiettivo di ridurre il carico amministrativo e offrire linee guida più chiare, consentendo alle imprese di allinearsi progressivamente senza compromettere la qualità della rendicontazione.

1.4 LA SOSTENIBILITÀ PER YAMAMAY

La sostenibilità è parte integrante del modello di business di Yamamay, che nel 2024 celebra il sesto anno di rendicontazione volontaria. L'azienda si impegna attivamente nella promozione della cultura della sostenibilità, attraverso ricerca, advocacy e monitoraggio, contribuendo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. La sostenibilità in Yamamay non si limita a un impegno ambientale, ma si traduce in un approccio integrato che coinvolge sia i dipendenti sia i clienti lungo un'employee e customer journey sempre più consapevole e in linea con le normative europee e nazionali. Per rafforzare ulteriormente questo posizionamento, nel 2024 l'Azienda ha avviato un'analisi di *brand reputation* con un focus sulla sostenibilità, raccogliendo le prospettive di clienti e collaboratori. Questo percorso permette di allineare ancora di più l'identità del marchio ai valori

ESG, consolidando un dialogo attivo con gli *stakeholder* e rafforzando la fiducia verso un modello di business sempre più responsabile e innovativo. Nel corso del 2024 l'approccio alla sostenibilità si è concretizzato con iniziative mirate, principalmente legate al prodotto e al monitoraggio dei consumi energetici, con l'obiettivo di accelerare la transizione verso modelli di produzione e distribuzione più responsabili. L'Azienda investe in strumenti innovativi come il PLM (*Product Lifecycle Management*) per ottimizzare la progettazione e il LCA (*Lifecycle Assessment*) per misurare l'impatto ambientale dei materiali, consolidando così una *supply chain* più sostenibile. Nel 2024, Yamamay ha portato a termine una *gap analysis* tra GRI e ESRS, permettendo di definire un indirizzamento strategico alla strategia di reporting e garantire la conformità ai nuovi standard di rendicontazione.



Principali iniziative di sostenibilità del 2024

Gennaio

◆ Yamamay viene confermata per il terzo anno consecutivo partner di RS21, classe di vela sostenibile.

Marzo

◆ Yamamay, Archivio Spadacini e Accademia Aldo Galli presentano la mostra “Beppe Spadacini: il fascino dello stile tropical sulle rive del lago di Como”.

◆ L'Azienda ottiene il riconoscimento “Luoghi di Lavoro che Promuovono la Salute - Rete WHP Lombardia” relativo alle attività svolte nel 2023.

◆ L'headquarter di Yamamay ospita alcuni studenti della London Business School in occasione del Milan Retail & Luxury Trek 2024. Durante l'incontro, si è tenuta la presentazione “Reshaping Business Through Digital and Sustainability - il caso Yamamay”, raccontando l'evoluzione del brand dalla sua nascita fino a oggi, tra innovazione digitale e sostenibilità.

◆ In occasione della Giornata Mondiale dell'acqua, il sito e-commerce promuove il packaging riutilizzabile Movo.

◆ Yamamay accoglie gli studenti del corso MABE della Chulalongkorn University di Bangkok. La visita è stata un'opportunità di esplorare la transizione digitale e sostenibile nel settore fashion, raccontando il caso di studio di Yamamay, la sua storia e la strategia ESG.

◆ Per celebrare la Giornata Internazionale delle Foreste, Yamamay partecipa al progetto “Think Forestry” di Intesa Sanpaolo e Rete Clima, piantumando 100 alberi nel Parco del Campo dei Fiori.

Aprile

◆ Con l'Act 1 a Porto Rotondo inizia ufficialmente il campionato italiano RS21, il quale vedrà il susseguirsi di 5 tappe tra aprile e settembre.

◆ In conferenza stampa Yamamay ufficializza per il terzo anno consecutivo la sua partecipazione al progetto M.A.R.E.

◆ Presso il Circolo Ufficiali della Marina Militare Italiana di La Maddalena, si tiene l'evento inaugurale del progetto M.A.R.E. Durante l'incontro vengono presentati i risultati scientifici delle edizioni precedenti, con un focus particolare sulla regione Sardegna.

◆ Il catamarano One salpa per dare avvio alla missione M.A.R.E. 2024, avente come obiettivo il monitoraggio dello stato di salute delle acque del Mar Mediterraneo del Nord.

Maggio

Giugno

Yamamay partecipa, insieme a Confimprese, all'evento di apertura del Festival dello Sviluppo Sostenibile di ASviS ad Ivrea, dal titolo "Guardare al futuro per cambiare il presente: le imprese e la finanza davanti alla sfida della sostenibilità", durante il quale è stato presentato il Rapporto di Primavera 2024.

Il catamarano One raggiunge Montecarlo per il primo evento scientifico della missione M.A.R.E. 2024, con lo scopo di divulgare il progetto e sensibilizzare sulle tematiche ambientali, coinvolgendo bambini e ragazzi delle scuole e scuole di vela di Montecarlo.

Yamamay è nel ranking delle aziende "Leader della Sostenibilità 2024" di Il Sole 24 Ore e Statista. Questo riconoscimento premia l'impegno di Yamamay nel promuovere e rendicontare un'economia rispettosa e sostenibile verso l'ambiente, le persone ed i territori nei quali l'Azienda opera.

L'IPE Business School di Napoli accoglie parte del team CSR di Yamamay per discutere di come la sostenibilità possa rappresentare un vantaggio competitivo per le aziende.

Grazie al sostegno di Diana ODV e in collaborazione con LILT, le collaboratrici di Yamamay si possono sottoporre a visite senologiche ed ecografie al seno gratuite, organizzate direttamente presso la sede aziendale.

La visita alla Olivetti di Ivrea rappresenta per Yamamay una fonte di ispirazione. L'innovazione e la ricerca in ogni processo aziendale sono elementi chiave per stimolare la creatività, favorire lo sviluppo di nuove idee e promuovere un modello di crescita sostenibile.

A Barcellona si tiene il secondo evento scientifico della missione M.A.R.E. 2024, con lo scopo di presentare agli studenti dell'Universitat Politècnica de Catalunya i progetti scientifici condotti a bordo del catamarano.

Yamamay partecipa al Blue Economy Summit 2024 organizzato da One Ocean Foundation, raccontando nel panel il proprio impegno nel difendere l'ambiente, salvaguardare la biodiversità, ridurre gli sprechi e le emissioni.

Il team CSR di Yamamay è presente al terzo Act RS21 presso Riva del Garda con lo scopo di illustrare le iniziative aziendali a favore della sostenibilità e le iniziative dell'ufficio CSR.

In occasione della Giornata Mondiale degli Oceani, Yamamay presenta Fish Tale, un tessuto innovativo per costumi da bagno realizzato interamente con nylon riciclato post-consumo al 100% ed elastan riciclato.

Presso il negozio di Milano Corso Vercelli viene avviato uno studio pilota per il monitoraggio dei consumi energetici e delle emissioni GHG.

Presentazione ufficiale del Bilancio di Sostenibilità 2023 ai collaboratori Yamamay e al team di Ambassador della sostenibilità.

Luglio

Il progetto M.A.R.E. viene presentato nella trasmissione Linea Blu di Rai - Radiotelevisione Italiana.

Yamamay viene inclusa nel libro "Governance delle organizzazioni sportive. Verso un modello di inclusione sociale e sostenibilità", sostenendo il legame tra sport, sostenibilità e inclusività.

Agosto

Avvio del piano di formazione sulla sostenibilità costituito da 5 moduli: "La nuova CSRD", "Oeko-Tex Responsible Business", "Green Economy", "Sostenibilità e requisiti di progettazione", "Lo sviluppo sostenibile e circolare nella filiera della moda" e "Ecodesign".

Settembre

In occasione del quinto Act RS21 a Scarlino si conclude il campionato italiano. L'edizione del 2024 ha visto la partecipazione di 57 barche, provenienti da 6 Paesi.

Yamamay riceve il premio "Insegna dell'Anno 2024-2025", il quale riflette l'impegno del brand nell'ascoltare i propri clienti per migliorare costantemente l'esperienza di shopping, sia in negozio sia online.

Il Financial Times pubblica un approfondimento su Yamamay, con un'intervista all'Head of CSR & Innovation sulle sfide legate all'implementazione delle nuove normative del Green Deal Europeo.

Durante l'evento "Style3D | ASSYST: Innovation - Inspiration - Transformation", il dipartimento Ricerca e Sviluppo di Yamamay illustrato come l'intelligenza artificiale e le tecnologie 3D sono state integrate nella progettazione e promozione della linea Be You.

Yamamay entra a far parte del "Patto per le Arti", progetto promosso dal Museo MA*GA di Gallarate e Confindustria Varese per favorire il dialogo tra cultura e industria, sostenendo lo sviluppo artistico e la sostenibilità economica del territorio.

Ottobre

Novembre

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

◆ In occasione della Giornata Mondiale della Salute Mentale, l'headquarter di Yamamay ospita il team di Peso Positivo per un incontro di sensibilizzazione sui Disturbi della Nutrizione e dell'Alimentazione (DNA).

◆ Grazie alla collaborazione con Fondazione ANT Italia Onlus, Diana ODV organizza visite dermatologiche gratuite per i dipendenti di Yamamay nell'ambito del Progetto Melanoma.

◆ Yamamay viene inserita nella classifica "Top 100 ESG Excellence e ESG Integrated Finance 2024" del Sustainability Award e sarà premiata a Gennaio 2025.

◆ Inizio percorso per il conseguimento della Certificazione della Parità di Genere.

◆ Yamamay partecipa al corso MBA "Sustainable Transformation Made in Italy" dell'Imperial College Business School e Luiss Business School, invitando gli studenti ad un project work dal titolo "Innovation and Sustainability in Yamamay Strategy Development for Brand Positioning and Customer Engagement".

◆ Yamamay partecipa a "La Fabbrica del Futuro", evento organizzato da Elmec Solar e MC Prefabbricati spa, per parlare dell'impiego delle energie rinnovabili per promuovere l'efficienza delle sedi e il benessere delle persone.

◆ In occasione della Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, Yamamay si unisce all'iniziativa di Diana ODV per supportare il progetto Cascina Ri-Nascita di SVS Donna Aiuta Donna.

◆ Yamamay entra ufficialmente a far parte dei membri fondatori di UN Global Compact Network Italia.

Dicembre

◆ Con il Welcome Ambassador Day, Yamamay inaugura il percorso di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità 2024, un appuntamento che ogni anno offre l'occasione per riflettere su obiettivi, sfide e opportunità del cammino verso una crescita sostenibile.

Gli Stakeholder di Yamamay

Il coinvolgimento degli *stakeholder* rappresenta un momento strategico per Yamamay, essenziale per garantire il successo e la sostenibilità a lungo termine dell'Azienda. Attraverso l'identificazione di **dieci categorie chiave di stakeholder**, Yamamay adotta un approccio strutturato basato sulla metodologia AA1000 *Stakeholder Engagement*, che consente di mappare e comprendere le esigenze, le aspettative e le potenzialità di collaborazione con le parti interessate. Questa analisi continua permette di anticipare i cambiamenti del mercato e di integrare la sostenibilità nelle decisioni aziendali, trasformando i feedback ricevuti in opportunità concrete di crescita e innovazione. Il dialogo aperto con dipendenti, clienti, fornitori e comunità locali non solo rafforza la reputazione aziendale, ma favorisce la creazione di valore condiviso, allineando gli obiettivi aziendali alle reali esigenze del contesto sociale e ambientale.

Stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Aspettative
Consumatori e clienti 	♦ Negozi, e-commerce, social media, reputazione del brand, sondaggi, sito web aziendale	♦ Esperienza d'acquisto positiva, qualità del prodotto, comunicazione sul prodotto
Collaboratori 	♦ Corsi di formazione, Intranet, incontro annuale con gli Ambasciatori, sondaggi climatici, sondaggi sui singoli prodotti, piattaforma Welfare, Green Trend Review, Yamapp	♦ Informazioni sui risultati finanziari e strategici del Gruppo, consapevolezza degli obiettivi di sostenibilità, sviluppo professionale, impegno dell'azienda per salute e sicurezza dei dipendenti
Fornitori 	♦ Piattaforma dedicata per la raccolta di dati ambientali, sociali e qualitativi, audit, QC, ISPE, profilo personale sul sito Yamamay, sito web aziendale, accordo di produzione	♦ Chiarezza sulla strategia e sugli obiettivi di sostenibilità, visibilità delle condizioni di produzione, sviluppo dei prodotti e pratiche sostenibili dei fornitori
Franchisees 	♦ Workshop, attività di lobbying, webinar, partecipazione a organi di governance	♦ Chiarezza su strategia commerciale, margini di profitto, rapporto fiduciario, consegna puntuale della merce
Associazioni di categoria 	♦ Workshop, attività di lobbying, webinar, partecipazione a organi di governance	♦ Collaborazione sui temi della sostenibilità



Stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Aspettative
Comunità scientifica e università 	♦ Webinar, conferenze, testimonianze, partnership, social media, sito aziendale, workshop tecnici	♦ Visibilità, partnership, supporto all'innovazione e alla sostenibilità, riconoscimento del contributo alla sostenibilità
Organizzazioni non governative (ONG) 	♦ Incontri, organizzazione eventi, sito web aziendale	♦ Visibilità, partnership, iniziative di sostenibilità, collaborazione sui temi della sostenibilità
Istituzione e comunità locale 	♦ Incontri, workshop, webinar, seminari tecnici, partecipazione a organi di governance, supporto alla sostenibilità nella governance	♦ Visibilità, partnership, iniziative di volontariato, collaborazione sui temi della sostenibilità
Nuove generazioni 	♦ Eventi nelle scuole, tirocini e percorsi di formazione	♦ Collaborazione sui temi della sostenibilità, opportunità di lavoro
Media 	♦ Interviste, sponsorizzazioni, campagne pubblicitarie online e offline, social media, organizzazione eventi	♦ Comunicazione trasparente
Agenti di vendita 	♦ Incontri presso la sede, supporto operativo continuativo e assistenza, corsi di formazione dedicati	♦ Supporto operativo e formazione continua, sostenibilità economica e margini competitivi, comunicazione e collaborazione trasparenti

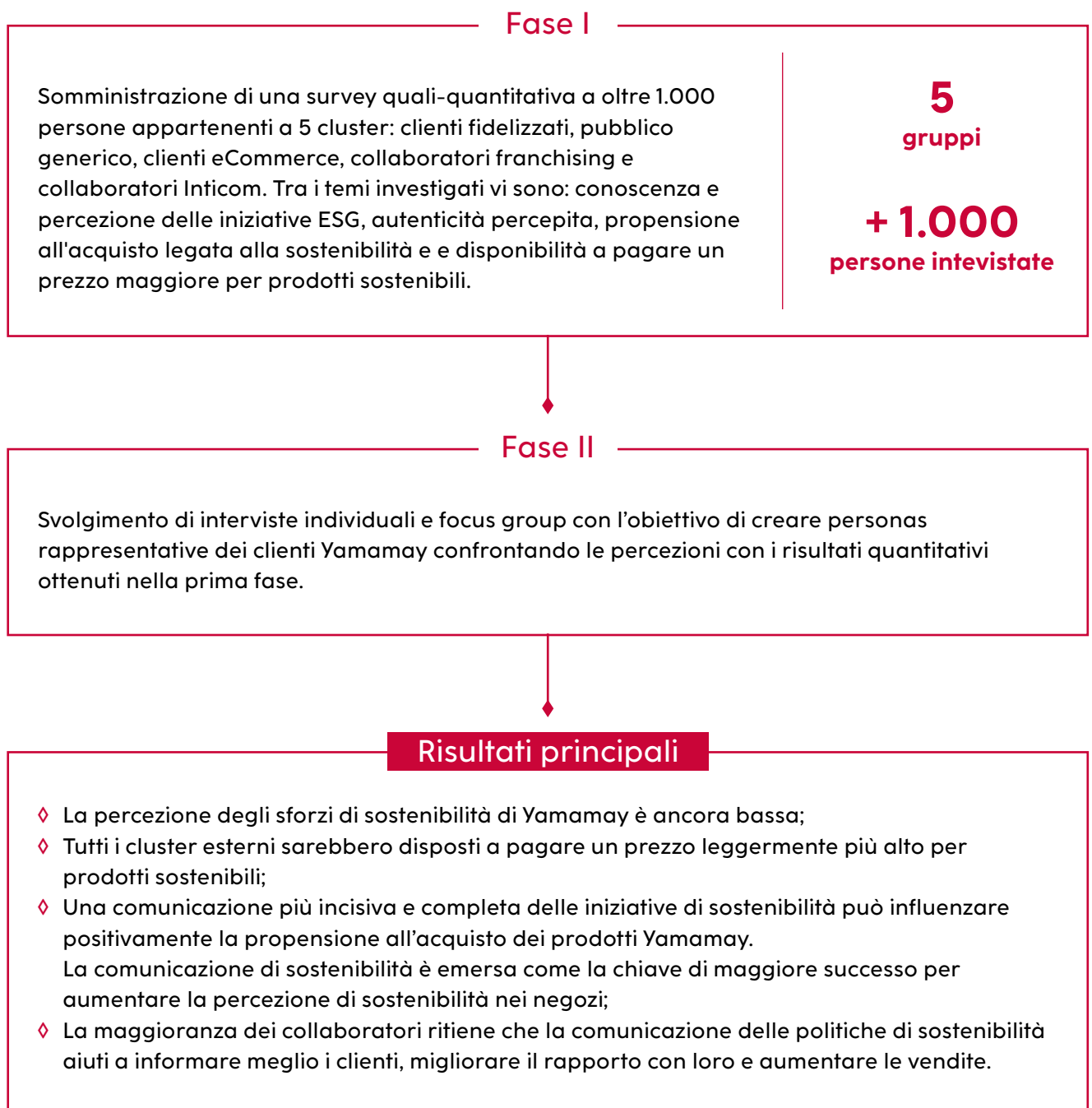
Analisi di brand reputation 2024

Nel corso del 2024, in occasione di un'analisi di *brand reputation*, è stata data voce ad alcuni gruppi di *stakeholder* di Yamamay.

L'obiettivo del progetto è stato quello di costruire uno strumento scientificamente solido per valutare la percezione della reputazione del brand Yamamay tra diversi *stakeholder*, con un focus specifico sulle iniziative ESG.

Metodo

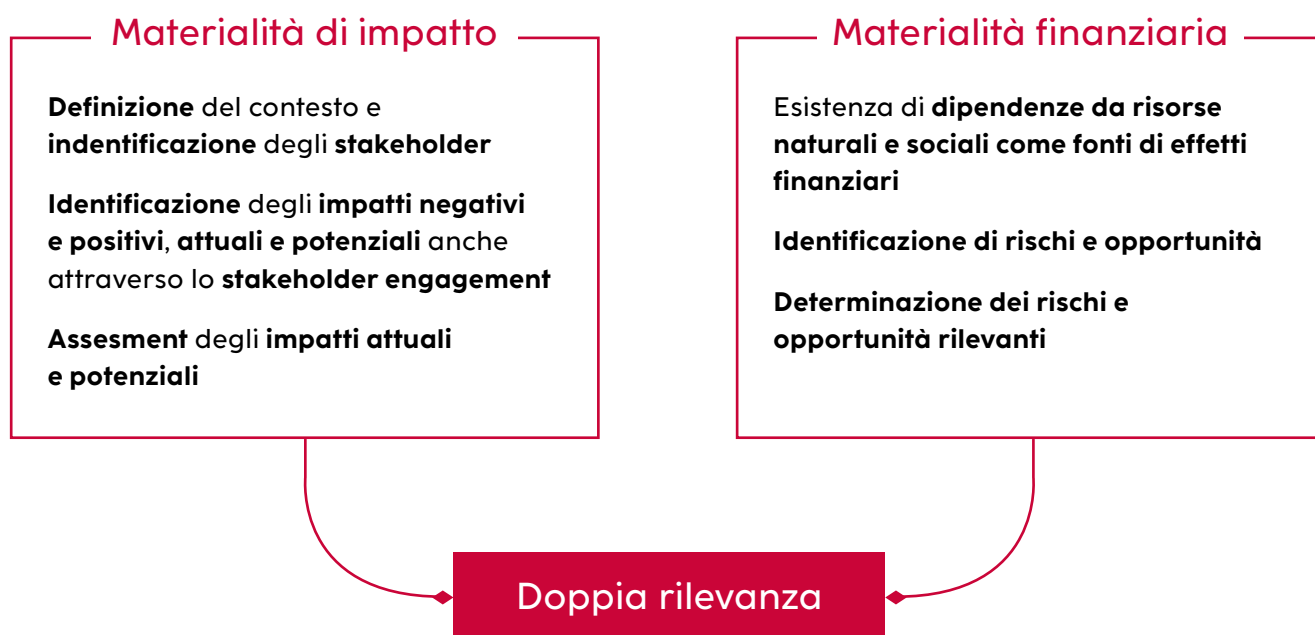
L'indagine è stata suddivisa in due fasi:



L'analisi di doppia materialità

L'analisi è stata condotta sulla base di quanto è previsto dal framework dei GRI 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 rilevanza** 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.

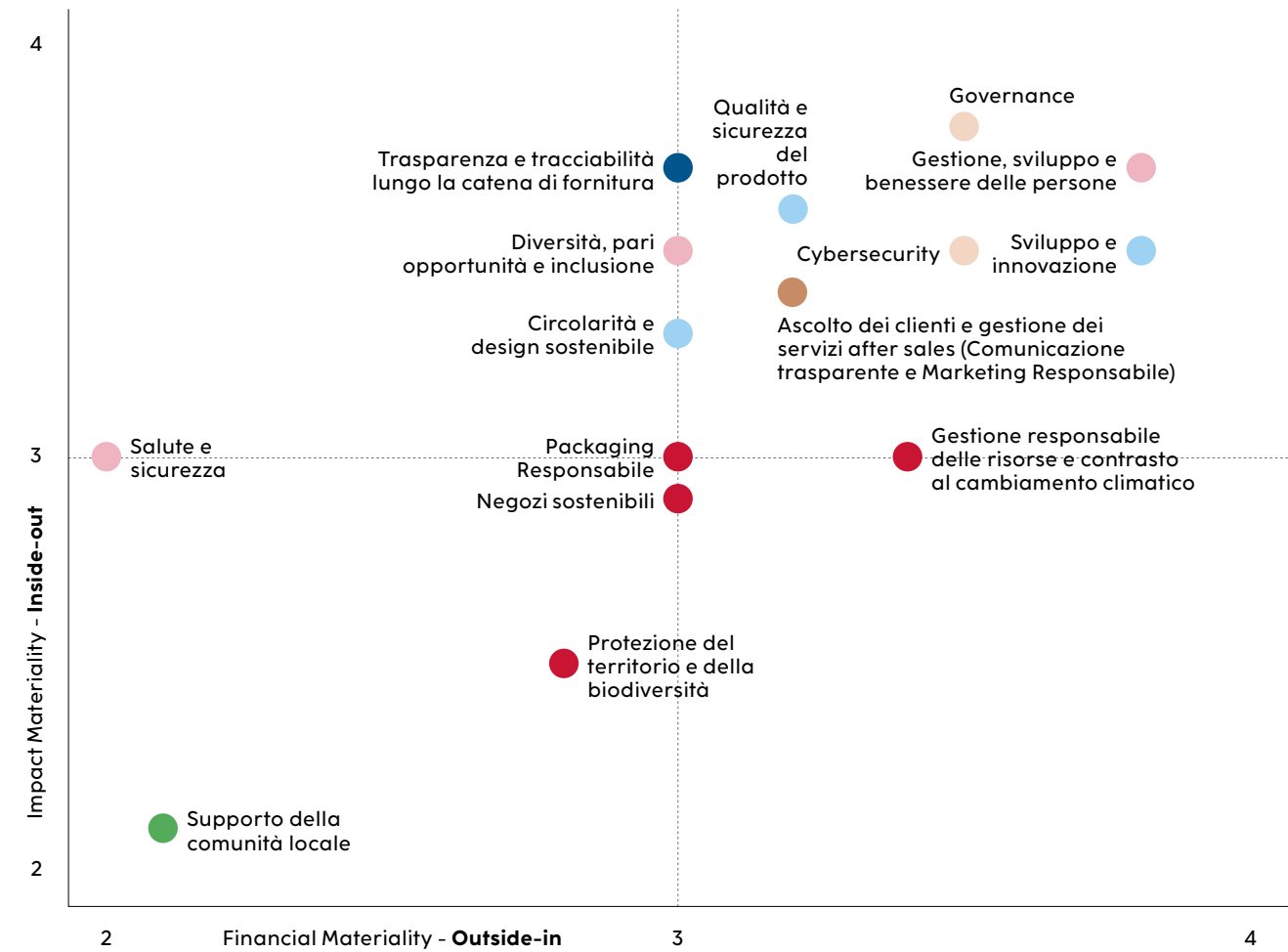


In occasione della redazione del Bilancio di Sostenibilità 2024, Yamamay ha aggiornato la matrice di materialità precedentemente pubblicata, conducendo un'analisi approfondita degli impatti alla luce del mutato contesto macroeconomico, dell'evoluzione dello scenario dei rischi e dell'avvicinamento al nuovo quadro normativo in materia di sostenibilità.

Tale processo ha previsto il coinvolgimento del management attraverso interviste dedicate e la condivisione del risultato finale. In prospettiva futura, l'obiettivo è quello di estendere il coinvolgimento anche a tutti gli *Stakeholder* rilevanti, al fine di garantire una rappresentazione sempre più inclusiva e trasparente delle tematiche materiali.

Rispetto alla matrice di materialità dell'anno scorso è stato aggiunto il seguente tema materiale: Cybersecurity.

Matrice di materialità



- Ambiente

Clienti

Persone

Governance
- Catena di fornitura

Comunità

Prodotto

Il piano di sostenibilità di Yamamay

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

Il piano di sostenibilità di Yamamay è stato integrato nel nuovo piano strategico con validità 2025-2028. Questo schema si articola su **sei pilastri fondamentali**, che guidano l'Azienda nell'adozione di pratiche sostenibili a livello ambientale, sociale ed economico. Ogni pilastro è progettato per affrontare le sfide globali della sostenibilità, promuovendo l'innovazione, la trasparenza e il coinvolgimento degli *stakeholder*, con l'obiettivo di creare un modello di business resiliente, capace di generare valore condiviso e di adattarsi alle trasformazioni del contesto globale.

Linee di azione ESG



RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO

Adozione di soluzioni innovative per limitare l'impatto ambientale e favorire una transizione verso un futuro a basse emissioni.



SCELTA DI MATERIALI SOSTENIBILI

Riduzione dell'uso di risorse naturali, promuovendo materiali durevoli, sostenibili e certificati, con un impatto ambientale ridotto.



ECONOMIA CIRCOLARE

Implementazione di un modello economico che riduce sprechi e rifiuti, ottimizzando il riutilizzo e il riciclo di risorse e prodotti.



TRASPARENZA DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

Garanzia di processi produttivi etici e sostenibili, con il rispetto di rigorosi standard ambientali lungo tutta la filiera.



ATTENZIONE ALLA COMUNITÀ ED AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Promozione di una cultura inclusiva e sostenibile, attraverso iniziative sociali e il supporto alle comunità locali, valorizzando la diversità in azienda e nel territorio.



FORMAZIONE E SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

Investimento nella crescita professionale e personale delle persone, per valorizzare i talenti e contribuire al successo aziendale.

Tem materiali	Descrizione della tematica	Azioni 2024	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. 33.158 ore di formazione. ◊ Indice di soddisfazione dei dipendenti: di sede 57%, dei negozi 75%. ◊ 15.987 ore di formazione erogata attraverso Yamapp. ◊ Smart working e flessibilità oraria ai dipendenti di sede. ◊ Corso Hatha Yoga. ◊ 38 Testimonianze qualificate a convegni.	◊ Indice di soddisfazione dei dipendenti: 67%. ◊ Smart working e flessibilità oraria ai dipendenti di sede. ◊ Iniziative per i dipendenti.	2025	 
				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.	◊ 1.916 ispezioni prima dell'invio ai punti vendita.			 

Temi materiali	Descrizione della tematica	Azioni 2024	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.	◆ Manufacturing Agreement sottoscritto dall'intera catena di fornitura. ◆ 86% dei fornitori strategici valutati con assessment di sostenibilità.	◆ 100% assessment qualitativi. ◆ 50% assessment quantitativi.	2025	   
SCelta DI MATERIALI SOSTENIBILI					
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.	◆ 60% prodotti sostenibili o innovativi ordinati. ◆ 60% di cotone BCI utilizzato.	◆ 65%: prodotti sostenibili e innovativi.	2025	  

Tem materiali	Descrizione della tematica	Azioni 2024	Obiettivi	Anno	SDGs
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.	◇ 128 prodotti forniti di Product ID Card per la tracciabilità e trasparenza sugli impatti.	◇ 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 ecodesign e utilizzare materiali innovativi e sostenibili.	◇ 38% kg di CO₂ eq ridotti nella serie Basic dei costumi Essential utilizzando tessuto Fish Tale. ◇ 44% di Nylon riciclato. ◇ Progetto pilota sul take-back.			  
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.	◇ 53% carta FSC nel packaging. ◇ 77% di plastica riciclata nel pakaging. ◇ 6,8% dei clienti online hanno scelto Movopack nel 2024. ◇ Il return rate delle buste è stato pari al 18,2%.	◇ Eliminazione uso di carta vergine non FSC. ◇ Almeno 50% packaging plastica riciclata.	2025	 

Tem materiali	Descrizione della tematica	Azioni 2024	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.	Tempo medio di Prima Risposta: 22,5 ore.	N. fidelity card 280.000.		
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% collaboratrici donne. 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. 86 visite di prevenzione LILT, 104 visite di prevenzione ANT. - Ottenimento della certificazione della Parità di Genere.			  

Temi materiali	Descrizione della tematica	Azioni 2024	Obiettivi	Anno	SDGs
RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO					
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 da fonti rinnovabili: 75%. N. auto full hybrid/ totale auto aziendali: 75%.	100% energia da fonti rinnovabili.	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 sul negozio di Corso Vercelli per il monitoraggio dei consumi e definizione di un piano di coinvolgimento di 15 negozi per il monitoraggio dei consumi nel 2025.	Implementazione Piano.		  
ATTENZIONE AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE					
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: 345. - Numero infortuni in itinere: 3 vs 7 nel 2023. - Numero infortuni: 10.	- Riduzione infortuni: 30 %. - Sensibilizzazione dei dipendenti con l'obiettivo di ridurre gli incidenti in itinere. - Segnalazione di almeno 10 near miss all'anno.		 

Temi materiali	Descrizione della tematica	Azioni 2024	Obiettivi	Anno	SDGs
RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO					
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. 2024: - Miglia navigate 1.200 - 45 PCB analizzati - 15 elementi in tracce - 45 campioni zooplankton raccolti.	◇ Progetto M.A.R.E.	2025	    
ATTENZIONE AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE					
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. 7 eventi benefici Diana ODV Luisa Romano. ◇ N. 177 ore di volontariato. ◇ 106.252 € Ricavi complessivi.	◇ Progressivo coinvolgimento degli Stakeholder nell'attività di Diana ODV.		  

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

Promuovere società pacifiche e inclusive, garantire l'accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli.



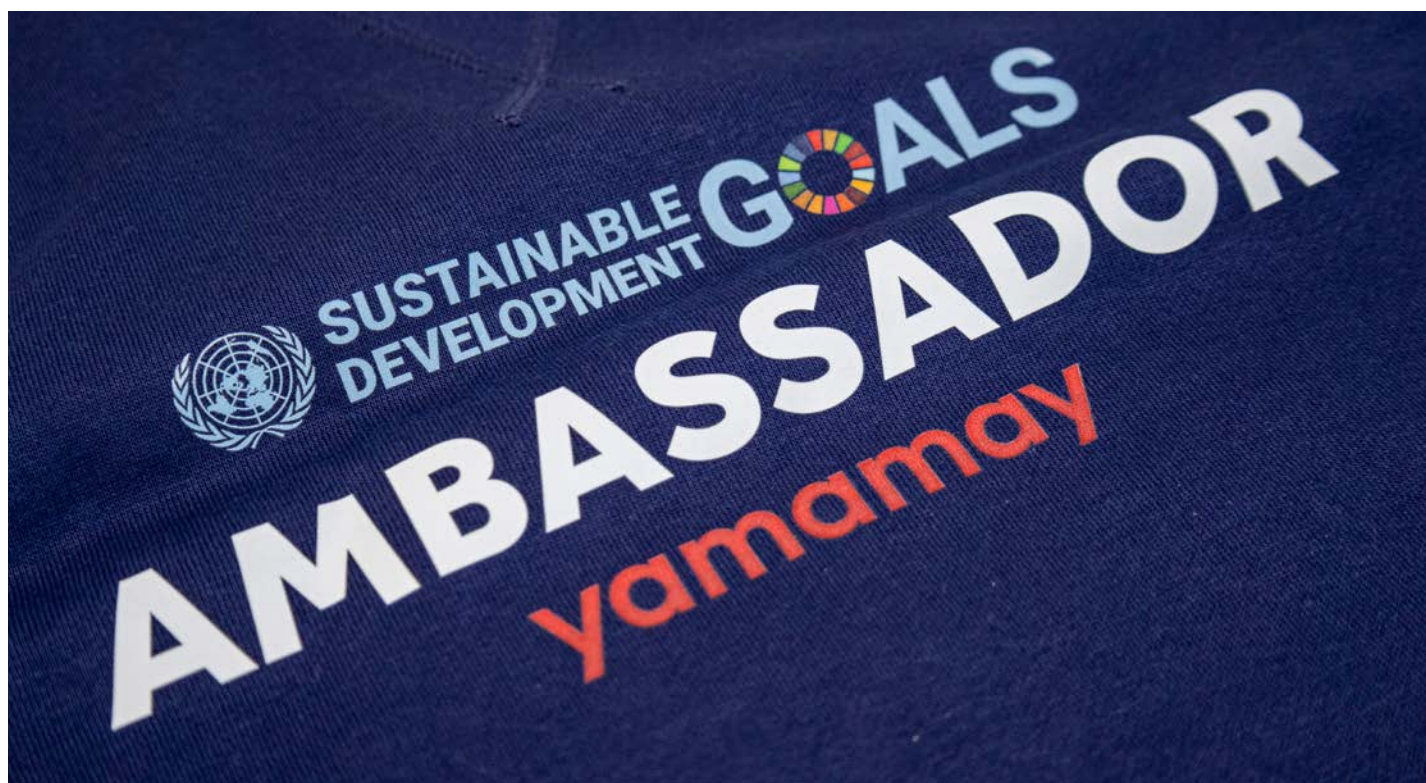
OBIETTIVO 8

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

La *Sustainability Balanced Scorecard* (SBSC) è uno strumento strategico utilizzato per integrare le dimensioni ESG nei processi decisionali aziendali. Questo approccio olistico consente a Yamamay di misurare le proprie performance attraverso KPI mirati, valutando l'interconnessione tra risultati economici e impatto sull'ambiente e sulla società.

35

membri del gruppo
di lavoro

4

incontri annuali

27

KPI rendicontati

Avviato nel 2021, il progetto arriva nel 2024 al completamento della sua prima fase, con la valutazione della performance di ciascun KPI rispetto ai target fissati a inizio progetto e definiti in base al piano strategico 2020-2024. Tra le iniziative più rilevanti di quest'anno vi sono:

- ♦ Integrazione di due nuove aree di rendicontazione (emissioni e prodotti innovativi e sostenibili) completando la scorecard con la prospettiva "sostenibilità".
- ♦ Quattro incontri trimestrali per la presentazione e l'analisi delle performance aziendali, favorendo un monitoraggio continuo e trasparente.
- ♦ Integrazione dei risultati del progetto di *brand reputation* con gli altri KPI della SBSC, per una visione più completa delle performance aziendali.



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



PROSPETTIVA SOSTENIBILITÀ

- ◇ Emissioni GHG
- ◇ Prodotti innovativi e sostenibili

Nei primi mesi del 2025, l'Executive team è stato coinvolto nella definizione dei nuovi target da raggiungere entro la fine del piano strategico 2025-2028, con una chiara suddivisione degli obiettivi per ciascun anno. Come avvenuto nel ciclo precedente, questi target sono allineati alle priorità e alle linee guida del nuovo piano strategico, garantendo coerenza e continuità nel percorso di crescita e sostenibilità aziendale.

1.5 DICONO DI NOI

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

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. ”



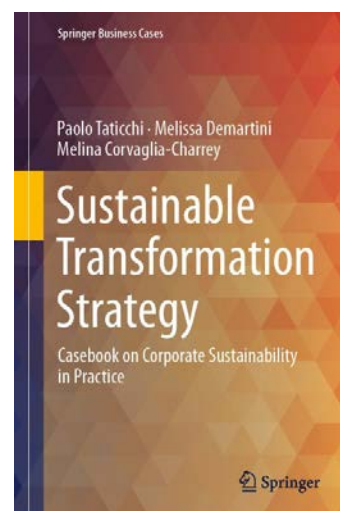
Paolo Taticchi, Melissa Demartini, Melina Corvaglia-Charrey

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.”



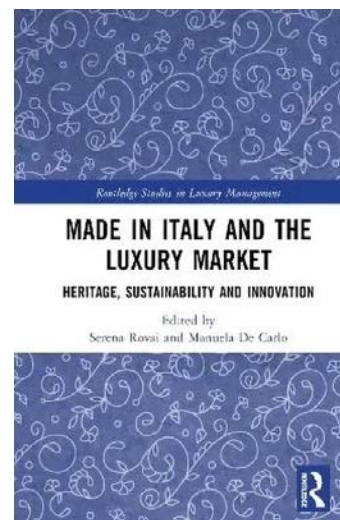
Serena Rovai, Manuela De Carlo

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. ”



Patrizia Tettamanzi, Michael Murgolo

GOVERNANCE DELLE ORGANIZZAZIONI SPORTIVE

Verso un modello di inclusione sociale e sostenibilità

gueriniNEXT, 2024

“ Nel 2023, Yamamay e RS21 Italian Class hanno sviluppato e realizzato una capsule collection in materiali riciclati che è andata sold out nel network degli store: gli incassi derivanti dalle royalties per l'uso del marchio RS21 CUP sono stati devoluti in beneficenza a due fondazioni. ”



Andrea Urbinati

LA TRANSIZIONE DELLE IMPRESE VERSO L'ECONOMIA CIRCOLARE

Buone pratiche e fattori abilitanti

gueriniNEXT, 2024

“ Dal punto di vista ambientale le iniziative di Yamamay hanno contribuito significativamente alla riduzione dei rifiuti e alla promozione dell'economia circolare. ”



Dalla rassegna stampa 2024

Ecco le testate e le pubblicazioni che hanno dato spazio alle iniziative di sostenibilità di Yamamay. La rassegna stampa completa è disponibile sul sito Corporate di Yamamay.



RASSEGNA STAMPA

corporate.yamay.com/it/media/rassegna-stampa

F

Secondo Natura

11 gennaio 2024

F

La Provincia di Como

Mostra Beppe Spadaccini - Il fascino dello stile tropicale sulle rive del lago di Como

18 marzo 2024

La Provincia

F

Yamay Frontrunner del Design Eco

22 aprile 2024

F

Grazia

In difesa del Mare

30 maggio 2024

G R A Z I A

Vanityfair

Missione nel Mediterraneo Occidentale: insieme a Yamay per monitorare la biodiversità

10 giugno 2024

VANTY FAIR



Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

F

Amare il Mare

24 giugno 2024

F

La Gazzetta dello Sport

L'estate addosso

24 giugno 2024

La Gazzetta dello Sport
Tutto il rosa della vita

Financial Times

Is red tape strangling Europe's growth?

9 settembre 2024

FT FINANCIAL
TIMES



02

Prodotto

- 75** 2.1 Sviluppo e innovazione
- 88** 2.2 Qualità e sicurezza del prodotto
- 93** 2.3 Trasparenza e tracciabilità della catena di fornitura
- 109** 2.4 Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales

Highlights 2024

60%

Di prodotti innovativi e/o sostenibili (40% nel 2023)

38%

Kg di CO₂eq risparmiati nella serie Basic di costumi ESSENTIAL utilizzando il tessuto FishTale

128

ID Card di prodotto rilasciate (15 nel 2023)

86%

Fornitori strategici valutati con assesment di sostenibilità (70% nel 2023)

60%

Di cotone BCI utilizzato (26% nel 2023)

44%

Di nylon riciclato utilizzato (27% nel 2023)

2.1 SVILUPPO E INNOVAZIONE

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

2012

- ♦ Yamamay integra bellezza, qualità, innovazione e sostenibilità nel proprio modello di business, avviando un percorso per ridurre gli impatti ambientali dei prodotti.

2013

- ♦ Lancio del primo prodotto di eco-design, i leggings Sculpt, con misurazioni effettuate tramite body scanner per *claim*.

2014

- ♦ Inizio del tracciamento di componenti e prodotti finiti attraverso workflow indipendenti.

2020-2023

- ♦ Sperimentazione degli strumenti di misurazione per il tessile (circolarità, *carbon footprint*, LCA e PEF) e avvio di un percorso volontario di rendicontazione della sostenibilità.

2022

- ♦ Introduzione di una piattaforma per tracciare le caratteristiche qualitative della *supply chain*.

2023

- ♦ Utilizzo di una piattaforma per il *Life Cycle Assessment* (LCA) di componenti e prodotti, con la creazione delle prime *product ID card*.

2024

- ♦ Avvio della raccolta dati quantitativa della *supply chain* e ampliamento del numero di prodotti con LCA.

La strategia tessile di Yamamay

Nel 2024 Yamamay continua a consolidare il proprio impegno nella transizione ecologica e digitale, mantenendo il purpose aziendale come guida strategica e proseguendo nello sviluppo di iniziative volte a contrastare il cambiamento climatico, gestire le risorse in modo sostenibile e promuovere la giustizia sociale e i diritti umani.

In un contesto globale sempre più regolamentato e attento alla sostenibilità, Yamamay rafforza il dialogo con gli *stakeholder*, ponendo le basi per una crescita responsabile e duratura. La strategia tessile dell'azienda si fonda su tre pilastri fondamentali: **innovazione di prodotto e inclusività, trasformazione digitale e nuove tecnologie, normative e trasparenza**, attraverso queste direttrici Yamamay si impegna a innovare il settore, promuovendo un modello produttivo che coniuga estetica, qualità e riduzione dell'impatto ambientale:

- ♦ **Innovazione, competitività e inclusività** - Yamamay punta su prodotti di alta qualità, innovativi e circolari, con un impatto ambientale misurabile. L'azienda affronta le sfide economiche e geopolitiche attraverso strategie mirate che garantiscono competitività sul mercato. Inoltre, promuove il concetto di Body Positivity ed Emotional Wellness, integrando il principio di "Every Body" nelle proprie campagne e progettazioni per un approccio sempre più inclusivo.
- ♦ **Trasformazione digitale e nuove tecnologie** - L'adozione tecnologica rimane un punto cardine per accelerare la trasformazione digitale in diversi ambiti aziendali. Yamamay ha investito in piattaforme innovative per migliorare la qualità dei prodotti e monitorare l'impatto della *supply chain*, integrando strumenti come il PLM, le PRODUCT ID CARD e il sistema di progettazione STYLE3D.
- ♦ **Normative e trasparenza** - Yamamay si è allineata alla "EU Strategy for Sustainable and Circular Textile", adattandosi alle 16 misure legislative europee che regolano design, marketing, gestione dei rifiuti e reporting nel settore tessile. Inoltre, ha anticipato regolamentazioni come la Green Claim Directive e l'Ecodesign Regulation, dimostrando un impegno attivo nella trasparenza delle proprie iniziative sostenibili. A livello globale, l'evoluzione della normativa sui "green claims" ha portato all'introduzione di leggi in oltre 40 Paesi, rafforzando la lotta al greenwashing e aumentando la responsabilità delle imprese nel settore tessile e della moda.



Strategie e politiche relative alle scelte dei materiali: “Preferred Materials”

Yamamay, procedendo in continuità con l'anno precedente, ha rafforzato il proprio impegno nella misurazione e riduzione delle emissioni di **GHG di SCOPO 3**, fissando un obiettivo ambizioso: **-45% entro il 2030**.

A supporto di questa strategia, nel corso dell'anno sono stati analizzati gli impatti ambientali di **più di 80 articoli** utilizzando metodologie di calcolo dell'LCA (ISO 14044) per valutare l'impronta di carbonio lungo l'intera filiera produttiva.

I due esempi più significativi sono rappresentati dalla **serie JUSTIN REC**, che ha registrato una riduzione delle emissioni fino al **21% rispetto a prodotti realizzati con tessuti standard**, con una riduzione del consumo di acqua pari al 67% e della **serie** di costumi **BASIC ESSENTIAL**, che, con l'utilizzo del tessuto FishTale, ha ridotto le emissioni del 38% e il consumo di acqua dell'11% dimostrando come l'impiego di materiali riciclati e l'ottimizzazione della *supply chain* possano generare un impatto ambientale significativamente inferiore.

L'**Ufficio Ricerca e Sviluppo** svolge un ruolo chiave in questo processo, collaborando con partner nazionali e internazionali per individuare soluzioni innovative nel settore tessile. L'obiettivo è anticipare la transizione da **processi produttivi lineari a modelli circolari**, favorendo la sperimentazione di nuovi materiali e tecnologie di produzione sostenibili.

L'adozione di materiali innovativi è una delle leve principali per la riduzione delle emissioni. Yamamay ha implementato una strategia mirata, basata su:

- ♦ **Tracciabilità avanzata** - Monitoraggio completo dell'origine delle materie prime con un sistema di controllo digitale che garantisce trasparenza e affidabilità lungo tutta la *supply chain*.
- ♦ **Eco-design e ottimizzazione dell'assemblaggio** - Riduzione del numero di componenti per facilitare il **disassemblaggio e il riciclo** a fine vita.
- ♦ **Materiali circolari e innovativi** - Utilizzo di fibre riciclate e a basso impatto, tra cui le collezioni **EDIT e FISHTALE**, sviluppate per limitare l'uso di risorse vergini. Nel 2025, la collezione continuativa di costumi Essential, utilizzerà il tessuto FishTale.
- ♦ **Selezione di fornitori all'avanguardia** - Collaborazione con partner in grado di **misurare e certificare** l'impatto ambientale dei loro processi produttivi, contribuendo alla creazione di una filiera più sostenibile.

Il **dipartimento Ricerca e Sviluppo** è attivamente coinvolto nell'identificazione e validazione di materiali innovativi, aggiornando costantemente la **libreria materiali** con componenti certificati e sostenibili. La stretta collaborazione con laboratori e istituti di ricerca consente di testare nuove soluzioni che combinano prestazioni tecniche elevate e un ridotto impatto ambientale.

Monitoraggio Digitale e Ottimizzazione dell'Impatto

Per garantire una gestione efficace degli impatti ambientali, Yamamay ha implementato strumenti digitali avanzati per il **monitoraggio e l'ottimizzazione della supply chain**. Tra le soluzioni adottate:

- ♦ **PLM (Product Lifecycle Management)** - Sistema digitale per la raccolta e analisi dei dati ambientali e sociali relativi a materiali, fornitori e prodotti finiti, migliorando la tracciabilità lungo tutta la filiera.
- ♦ **Calcolo della Carbon Footprint** - Misurazione delle emissioni per singolo prodotto, con un focus sulla riduzione dell'impronta ambientale e sull'ottimizzazione delle strategie di sostenibilità.
- ♦ **Smart Textiles** - Utilizzo di **tessuti tecnici e innovativi**, progettati per garantire elevate prestazioni e al contempo ridurre l'impatto ambientale.

Queste soluzioni consentono di disporre di **dati affidabili e verificabili**, fondamentali per guidare le decisioni aziendali e garantire il miglioramento continuo delle performance ESG.

Trasparenza e Conformità Normativa

L'attenzione alle **regolamentazioni ambientali nel settore moda** è cresciuta significativamente nel 2024, portando Yamamay ad adottare un **sistema rigoroso di certificazione** per i materiali e i prodotti sostenibili. Le principali iniziative includono:

- ♦ **Registrazione delle certificazioni nel PLM**, assicurando la tracciabilità e la conformità della *supply chain* alle normative ambientali.
- ♦ **Allineamento con la Green Claim Directive e l'Ecodesign Regulation**, anticipando le direttive europee e garantendo la veridicità delle dichiarazioni ambientali.
- ♦ **Reportistica ESG dettagliata**, per fornire a *stakeholder* e consumatori informazioni trasparenti sulle performance ambientali dei prodotti.

L'**Ufficio Ricerca e Sviluppo** è direttamente coinvolto nella valutazione delle certificazioni e nella selezione di materiali conformi agli standard internazionali di sostenibilità, contribuendo alla credibilità delle dichiarazioni ambientali dell'azienda.





“

Realizzare capi performanti, belli e innovativi, ma anche durevoli e a basso impatto ambientale e possibilmente riciclabili a fine vita. È questa la grande scommessa che un brand attento alle ragioni della moda sostenibile come Yamamay ha fatto propria. E se le azioni legislative della Commissione Europea accelerano questo cambiamento, è dal dialogo con i propri consumatori che le imprese della moda raccolgono gli stimoli più interessanti.

Non vi è dubbio che nello sforzo di declinare la progettazione della moda nel linguaggio della sostenibilità, i materiali tessili - ma anche quelli usati per gli accessori e il packaging - hanno un ruolo fondamentale. La loro storia produttiva, i consumi idrici ed energetici necessari alla loro produzione, i prodotti chimici utilizzati, le emissioni, concorrono infatti a determinare l'impatto ambientale del capo finito e il suo contributo ai fenomeni di alterazione climatica indotti dal riscaldamento globale. Progettare articoli con una minore impronta ambientale che consenta all'azienda di raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione dichiarati, è una sfida certamente non facile, specie in un settore come quello della moda che utilizza nelle proprie collezioni molteplici materiali spesso realizzati in filiere globali, potenzialmente critiche

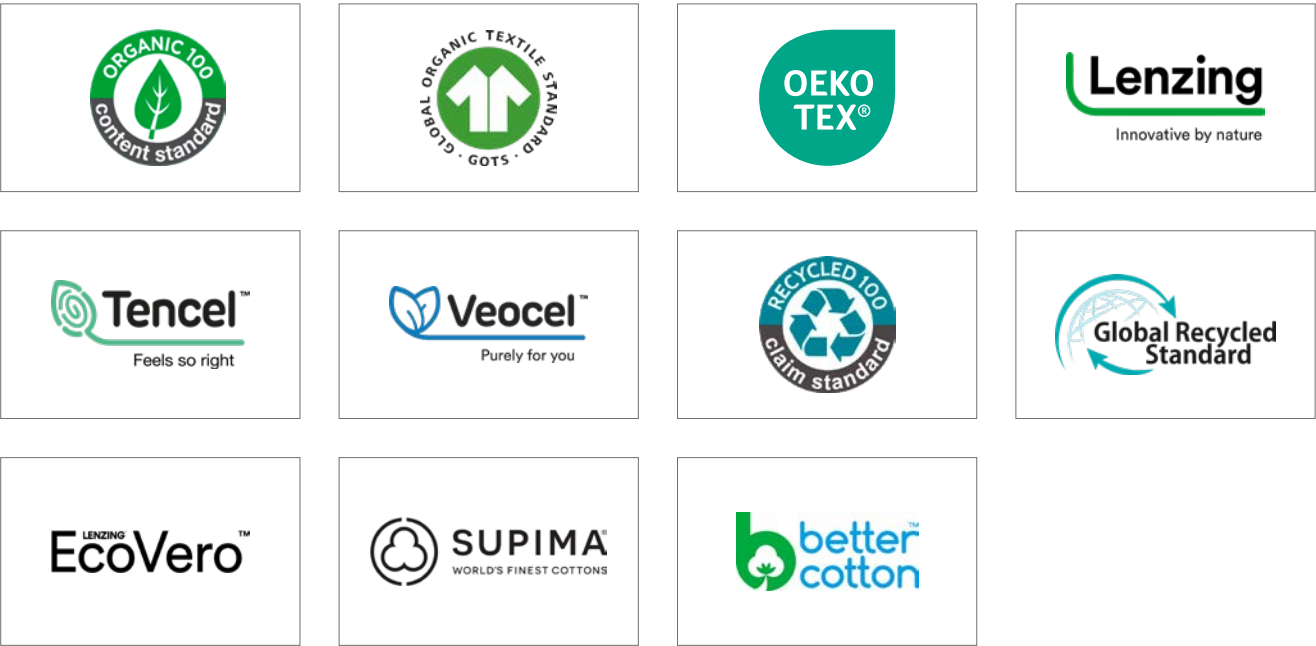
non solo per l'impatto ambientale ma anche per le condizioni sociali in cui sono svolte le lavorazioni. Un brand della moda responsabile può però avvalersi degli strumenti che il mondo scientifico e una rete di progetti e di sistemi di certificazione mette a disposizione per consentire di individuare i materiali dalle caratteristiche coerenti con le scelte progettuali. In questa chiave vanno lette le scelte di Yamamay, ad esempio, di premiare non il cotone ma i cotoni che possano vantare caratteristiche documentate di sostenibilità ambientale e sociale, le fibre artificiali a basso impatto o le man made ottenute da riciclo o, ancora, di assicurare la sicurezza chimica dei propri prodotti attraverso adeguati sistemi di certificazione. Un percorso in cui il rapporto con la propria catena di fornitura ha un ruolo fondamentale non solo in quanto 'tracciata e monitorata' ma in quanto definita dalla competenza dei soggetti coinvolti e dalla condivisione dei valori della sostenibilità.

”

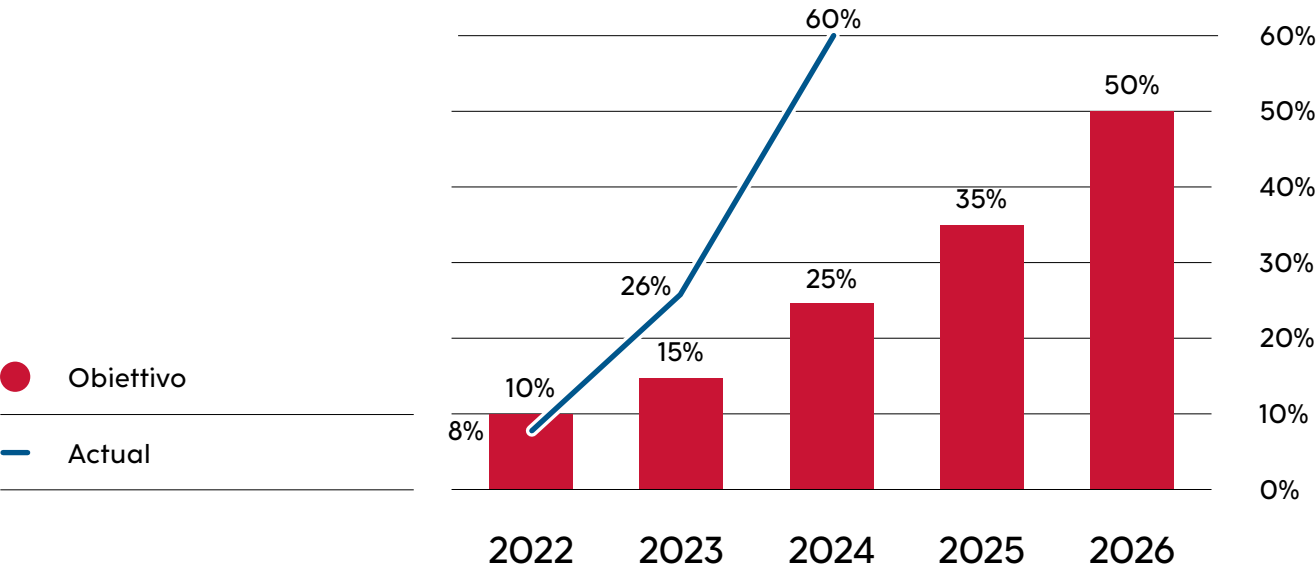
Aurora Magni

Presidente Blumine srl, Docente LIUC Università C. Cattaneo

Lista delle certificazioni di prodotto richieste



Piano di approvvigionamento di cotone BCI



Breakdown dei materiali

638 t Cotone

di cui
riciclato 1 t
BCI 386 t

490 t Poliestere

di cui
riciclato 94 t

277 t Poliammide

di cui
riciclato 123 t

190 t Fibre cellulosiche

di cui
Modal 90 t
Lyocell 5 t

138 t Altri materiali

di cui
da origine naturale 57 t
da origine animale 6 t
altri materiali sintetici 62 t
metalli 13 t

86 t Elastane

di cui
riciclato 2 t



Il materiale più utilizzato nei prodotti Yamamay continua a essere il cotone, con una massa complessiva pari a 638 tonnellate. In linea con la politica aziendale di approvvigionamento responsabile, circa il 60% di questo volume proviene da coltivazioni certificate Better Cotton Initiative (BCI), mentre la quota di cotone riciclato si attesta ancora su livelli marginali.

Un ruolo centrale è ricoperto anche dai materiali di origine sintetica: il poliestere e la poliammide rappresentano una porzione significativa dei materiali impiegati. In un'ottica di progressivo miglioramento ambientale, Yamamay impiega fibre sintetiche in parte riciclate: 94 tonnellate di poliestere e 123 tonnellate di poliammide derivano da processi di riciclo.

L'elastane, impiegato per garantire elasticità e comfort, pesa complessivamente 86 tonnellate, di cui solo una minima parte riciclata.

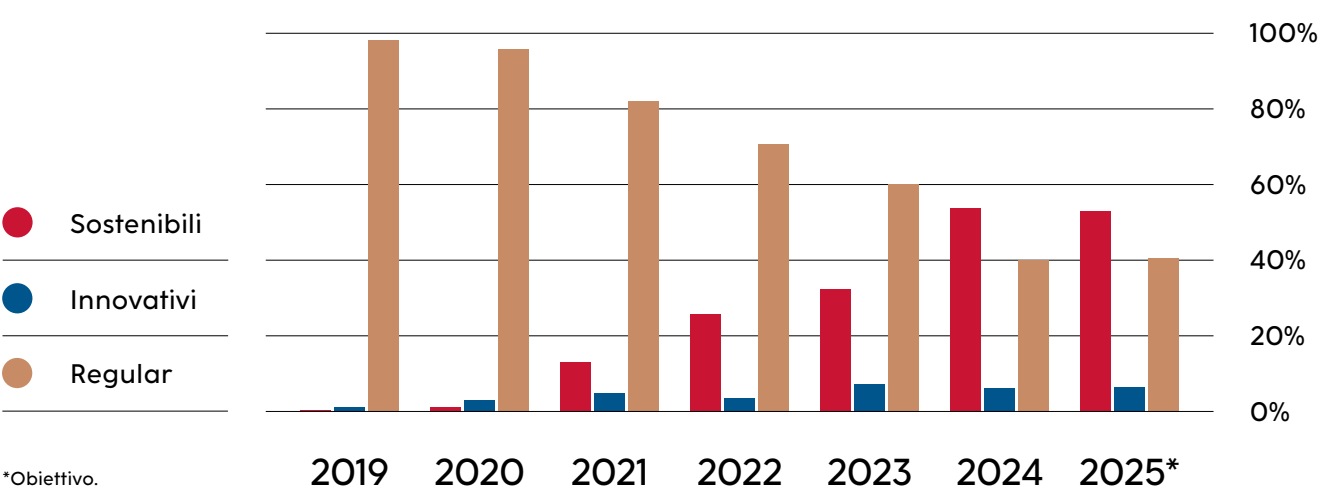
Le fibre cellulosiche di origine artificiale costituiscono circa 190 tonnellate del totale, con una prevalenza del modal, seguito dal lyocell.

Per quanto riguarda le altre componenti, Yamamay utilizza anche materiali di origine naturale, metalli, altre fibre sintetiche e, in misura molto contenuta, materiali di origine animale, confermando un utilizzo estremamente limitato di fibre animali nei propri capi.

Andamento dell'incidenza di linee sostenibili sul totale delle collezioni di Yamamay

Nel corso del 2024, Yamamay ha compiuto significativi progressi rispetto agli obiettivi delineati nel piano di approvvigionamento di prodotti innovativi e sostenibili, avvicinandosi considerevolmente al target prefissato del 60%. L'Azienda ha infatti raggiunto una quota complessiva del 59,9%, dato da 53,7% di prodotti sostenibili e il 6,2% di prodotti innovativi.

Piano di approvvigionamento prodotti sostenibili e innovativi (incidenza % sul totale)

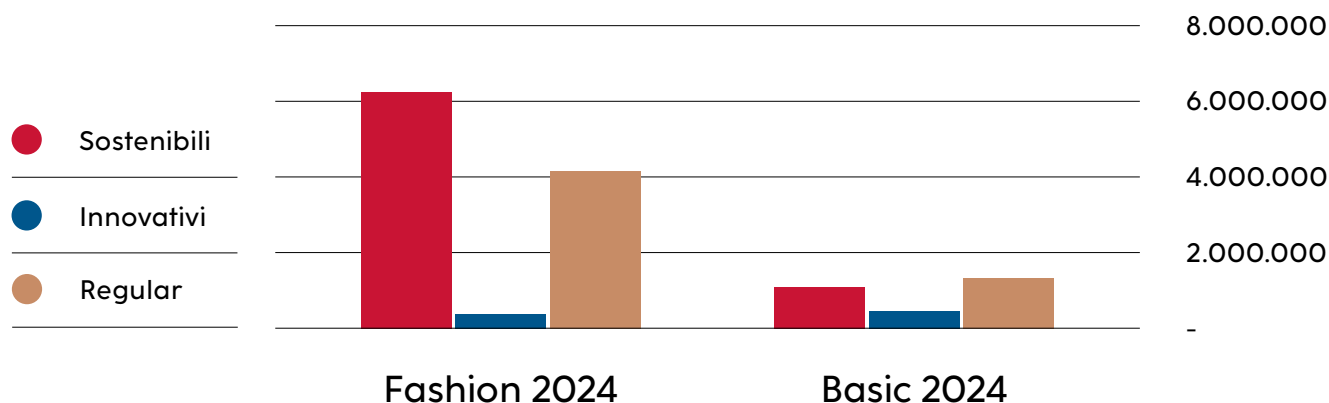


Nel 2024, i prodotti sostenibili hanno rappresentato circa il 58% del volume totale della collezione Fashion, mentre i prodotti regolari si sono attestati al 38%. I prodotti innovativi hanno mantenuto una quota più contenuta, pari a circa il 4%. La collezione Basic 2024 riflette una tendenza simile, con una forte predominanza dei prodotti sostenibili, che costituiscono il 38% del totale, mentre i regolari e gli innovativi coprono rispettivamente il 46% e il 16% dell'offerta.

Nel 2024, le collezioni Fashion e Basic hanno generato complessivamente oltre 13,6 milioni di unità. La collezione Fashion 2024 rappresenta circa l'80% del totale, mentre la Basic 2024 copre il restante 20%.

All'interno della collezione Fashion, i prodotti sostenibili costituiscono il 57,9% del volume totale della stagione, seguiti da quelli regular (38,5%) e innovativi (3,7%). Nella collezione Basic 2024, la distribuzione è più bilanciata: il 37,9% è rappresentato da prodotti sostenibili, mentre rispettivamente il 46,3% e il 15,7% da regolari e innovativi. Quest'ultima, seppur quantitativamente inferiore, mostra un peso più rilevante rispetto alla collezione Fashion, indicando una volontà di evolvere anche l'offerta più stabile attraverso prodotti innovativi e potenzialmente più sostenibili.

Numero di pezzi ordinati



Innovazione di prodotto - Circolarità

Nel 2024, Yamamay ha rafforzato il proprio impegno verso la sostenibilità e l'economia circolare attraverso una serie di iniziative strategiche, con particolare attenzione alla **Responsabilità Estesa del Produttore (EPR)** e alla gestione del fine vita dei prodotti. L'azienda ha aderito al **progetto europeo Circula-TEX**, volto allo sviluppo di un'**etichettatura innovativa e tecnologica** che aiuti i brand nella gestione dell'EPR, migliorando la tracciabilità e ottimizzando i processi di smaltimento e riciclo dei capi. Parallelamente, ha avviato una sperimentazione con **Centrocot** per esplorare nuove possibilità di riciclo, individuando la fattibilità della **trasformazione dei capi a fine vita in pannelli polifunzionali**, una soluzione innovativa per ridurre l'impatto ambientale dei tessuti dismessi. In questo contesto, l'**Ufficio Ricerca e Sviluppo** ha un ruolo centrale nell'accelerare la transizione verso un modello di moda circolare, operando secondo specifiche **linee guida**: selezione di **materiali riciclati e circolari certificati**, sviluppo di **nuovi polimeri e fibre sostenibili** in collaborazione con aziende del settore e ricerca di **accessori compatibili con i tessuti** per facilitare il processo di riciclo e smaltimento. In linea

con questa visione, Yamamay ha esteso il proprio impegno anche alla fase post-consumo, sviluppando, con il supporto di enti specializzati, un **progetto di take back per il recupero dei costumi da bagno delle collezioni EDIT ed ESSENTIALS**, analizzando il contesto nazionale della raccolta dei rifiuti tessili, le potenzialità di riciclo di poliestere e nylon e il coinvolgimento degli *stakeholder* del settore. La gestione dell'EPR rimane una sfida complessa, nonostante la normativa vigente (Decreto Legislativo 26 settembre 2020 n.116, recependo la Direttiva 2018/851/UE) e la creazione di consorzi specializzati, come **Retex.Green**, promosso da Sistema Moda Italia. Per affrontare al meglio questa transizione, **Inticom S.p.A.** è **entrata a far parte di Retex.Green**, un consorzio no-profit che gestirà il **sistema EPR collettivo** per i produttori aderenti, supportando la gestione dei rifiuti post-consumo e favorendo la formazione e la ricerca per lo sviluppo di nuove tecnologie di riciclo. Attualmente, solo l'1% della produzione tessile globale viene riciclata in nuovi materiali, evidenziando la necessità di soluzioni innovative e su larga scala.



Innovazione di processo

La digitalizzazione dei processi di progettazione rappresenta un catalizzatore di innovazione per Yamamay, trasformando il modo in cui l'Azienda sviluppa e lancia i propri prodotti e gestisce diversi processi interni. Tra gli obiettivi chiave spiccano la riduzione significativa dei tempi di commercializzazione (*time to market*) e l'ottimizzazione delle attività operative, resa possibile grazie a programmi mirati di *upskilling* e *reskilling* del personale. Al centro di questa trasformazione digitale c'è anche l'impegno per la sostenibilità: l'integrazione di tecnologie avanzate e pratiche innovative nel processo di progettazione consente di sviluppare prodotti con un impatto ambientale ridotto, allineando l'Azienda alle sfide globali e alle nuove esigenze del mercato.

L'integrazione del software 3D con la piattaforma CAD unitamente alla tecnologia VIZOO hanno ulteriormente innovato il processo, permettendo la scannerizzazione digitale dei materiali per creare librerie 3D modulari. Inoltre, l'introduzione di un team dedicato al processo di Color planning che partecipa a tavoli internazionali, come quelli dell'*International Association of Color Consultant and Designer* (IACC), garantisce un approccio innovativo e globale nella scelta dei colori.

Il team Ricerca e Sviluppo attraverso strumenti avanzati e personale specializzato assicura uniformità cromatica nella corsetteria. Monitorando

le tolleranze dei colori e collaborando con i tecnici di produzione, garantisce coerenza e qualità estetica in ogni fase del processo produttivo.

Il 2024 rappresenta un anno di transizione verso un nuovo strumento di *Product Lifecycle Management*, che migliorerà ulteriormente il flusso di informazioni tra sviluppo di prodotto, qualità e approvvigionamento, facilitando inoltre la tracciabilità delle informazioni su sostenibilità e qualità dei materiali. Tale sistema connette in modo integrato tutte le funzioni chiave aziendali, dalla gestione dei fornitori e delle capacità di sourcing al controllo dei costi e dei materiali. Il sistema ottimizza l'approvvigionamento, gestisce scenari di costo complessi e supporta la pianificazione delle collezioni attraverso strumenti come *Adobe Illustrator*, il *Bill of Materials* (BOM) e il *Bill of Labor* (BOL). La gestione della qualità consente di monitorare test e certificazioni dei materiali e dei prodotti finiti, garantendo elevati standard. Inoltre, il *Material Management* assicura la tracciabilità completa di asset e componenti, mentre la gestione dei calendari (WBS) facilita una pianificazione precisa delle attività. Integrato con ERP, e-commerce e strumenti di *Business Intelligence*, il PLM non solo migliora l'efficienza operativa, ma rappresenta un motore di innovazione e sostenibilità, guidando Yamamay verso un futuro di moda responsabile.

Collaborazione con enti di ricerca ed Università

Per stimolare l'innovazione, è essenziale adottare l'approccio dell'*Open Innovation*, creando sinergie con università e centri di ricerca per sviluppare soluzioni all'avanguardia.

Nel 2024 Yamamay ha instaurato partnership con l'Università Vanvitelli di Napoli per un progetto dedicato al tema dell'up-cycling e con l'Accademia di Belle Arti "Mario Sironi" di Sassari per un'esperienza dedicata al design e alla creatività.

Nel corso dell'anno Yamamay ha presenziato lezioni di diverse università, sia italiane sia internazionali, tra cui:



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Imperial College Business School e LUISS Business School: "Innovation and Sustainability in Yamamay Strategy Development for Brand Positioning and Customer Engagement"

Università Cattolica del Sacro Cuore: "Il potere generativo del purpose nel percorso di trasformazione digitale e sostenibile di Yamamay"



London
Business
School

IPE Business School di Napoli: "La sostenibilità come leva di vantaggio competitivo"

Chulalongkorn University: "Digital transition in the fashion industry"

London Business School: "Reshaping business through digital and sustainability"



2.2 QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

A fine 2023, Yamamay ha rafforzato ulteriormente il presidio sulla qualità e sicurezza dei propri prodotti, condividendo con tutti i fornitori l'ultima versione del *Manufacturing Agreement* e del *Manuale Qualità*. Questo aggiornamento ha l'obiettivo di innalzare gli standard qualitativi, promuovendo una selezione più consapevole dei materiali e un miglioramento continuo delle performance di prodotto.

Nel corso del 2024 sono stati sottoposti a test **2.190 articoli** presso laboratori esterni accreditati, con un incremento significativo rispetto all'anno precedente. Parallelamente, circa **1.000 componenti** sono stati testati nel laboratorio interno Yamamay, permettendo di individuare in fase precoce eventuali criticità e selezionare materiali più adeguati per garantire la conformità ai requisiti aziendali.

Dai controlli effettuati sono emersi **204 fail di performance**, a seguito dei quali oltre il 50% dei materiali è stato sostituito o migliorato per assicurare la piena conformità agli standard interni. In ambito ecotossicologico, l'attenzione è stata particolarmente alta sui materiali a contatto con la pelle. Tutti i componenti sono stati testati in base alla *Restricted Substances List* (RSL) Yamamay, che integra i requisiti del Regolamento REACH e dello standard Oeko-Tex® 100.

Sono stati riscontrati **92 fail** ecotossicologici su 2.190 articoli, principalmente relativi a accessori (come bottoni e ganci). Questi elementi sono stati tempestivamente sostituiti e ritestati, fino a ottenere la completa conformità e azzerare le non conformità residue. Tutti i report di test sono stati caricati nel sistema PLM (Product Lifecycle Management), garantendo **piena tracciabilità** lungo tutta la filiera.

Yamay ha strutturato un sistema di **controllo qualità articolato in tre fasi** lungo il ciclo produttivo:

- ◇ **prima ispezione** al 10% della produzione;
- ◇ **seconda ispezione** al 50%;
- ◇ **ispezione finale**, prima della spedizione al polo logistico.

Nel 2024, sono state eseguite **5.272 ispezioni** in totale da parte del team dedicato al controllo qualità, così suddivise:

- ♦ 1.782 ispezioni iniziali,
- ♦ 1.578 intermedie,
- ♦ 1.295 finali.

A queste si aggiungono **617 ispezioni ripetute**, effettuate a seguito dell'identificazione di non conformità risolte prima della spedizione. Tutte le verifiche sono condotte con strumenti digitali: ogni ispettore utilizza un tablet e un'applicazione dedicata per generare report in tempo reale, archiviati su un sistema cloud centralizzato.

All'arrivo delle merci presso il polo logistico italiano, sono state realizzate **1.916 ispezioni finali** da parte del team qualità interno, prima di autorizzare la distribuzione verso i punti vendita. In questa fase, solo **7 articoli** sono risultati non conformi e sono stati sottoposti a controlli approfonditi, che ne hanno determinato l'esclusione dal canale commerciale.

Nel corso del 2024, Yamamay ha intensificato i controlli qualitativi e di sicurezza sui prodotti, con un significativo aumento dei test effettuati e una maggiore attenzione alle performance dei materiali e alla conformità ecotossicologica. I dati evidenziano un incremento dei **fail test**, da **9 a 92** per i controlli ecotossicologici e da **71 a 247** per le performance, riflettendo non un peggioramento della qualità, ma un ampliamento del perimetro

di controllo e un innalzamento degli standard di verifica.

Per quanto riguarda i test ecotossicologici, nel 2024, sono state riscontrate 92 non conformità rispetto alle 9 del 2023. I principali elementi critici hanno riguardato:

- ♦ **Piombo totale (Total Lead):** 32 casi (vs 6 nel 2023).
- ♦ **Metalli pesanti:** 18 casi.
- ♦ **Cadmio:** 9 casi.
- ♦ **Ftalati e idrocarburi aromatici policiclici:** 8 casi complessivi.

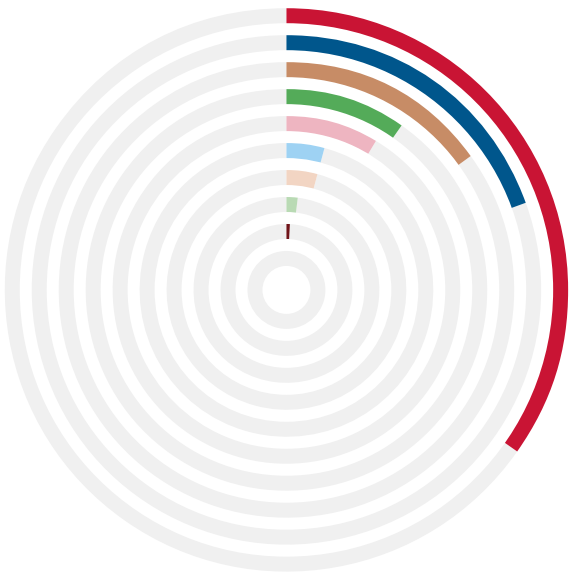
Anche per i test prestazionali, l'incremento dei fail - da 71 a 247 - è correlato a un controllo più esteso per il singolo articolo, come conseguenza dell'applicazione della versione aggiornata del Manufacturing Agreement. Le criticità più frequenti hanno riguardato:

- ♦ **Pilling (formazione di pallini):** 103 casi (vs 14 nel 2023).
- ♦ **Color fastness to chlorinate water** (resistenza al cloro): 37 casi.
- ♦ **Color fastness to washing:** 26 casi.

L'incremento dei fail test non rappresenta una regressione, ma un chiaro segnale di responsabilità e presidio attivo della qualità, dovuto anche a una cura maggiore nell'attività di archiviazione dei report sul PLM e al monitoraggio continuo dei risultati dei test.

Non conformità ai test ecotossicologici

32 (6 nel 2023) Piombo	4 (0 nel 2023) Idrocarburi aromatici policiclici (IPA)
18 (1 nel 2023) Metalli pesanti	2 (0 nel 2023) Alchilfenoli etossilati
14 (0 nel 2023) Ftalati	1 (0 nel 2023) Composti organici clorurati
9 (0 nel 2023) Cadmio	0 (2 nel 2023) Ph
8 (0 nel 2023) Clorobenzene	
4 (0 nel 2023) Dimetilformammide	



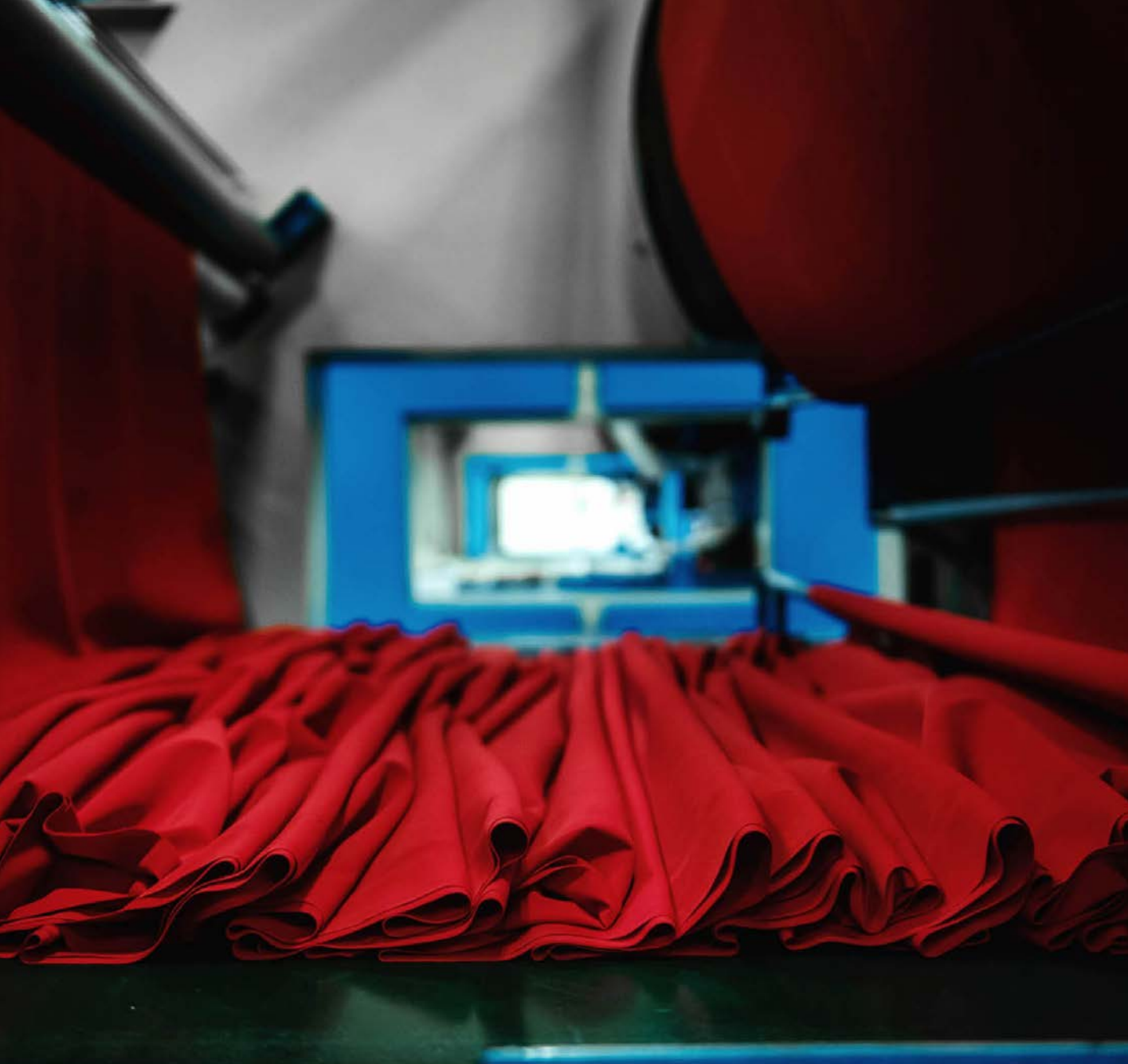
92
Non conformità 2024
(9 nel 2023)

Non conformità ai test di performance

103 (14 nel 2023) Pilling	18 (5 nel 2023) Resistenza allo sfregamento
43 (21 nel 2023) Composizione delle fibre	10 (8 nel 2023) Solidità del colore al lavaggio
37 (15 nel 2023) Solidità del colore all'acqua clorata	0 (5 nel 2023) Solidità del colore alla luce
26 (3 nel 2023) Solidità del colore all'acqua	



247
Non conformità 2024
(71 nel 2023)



Etichettatura

Yamamay garantisce un'etichettatura trasparente e conforme alle normative europee (Regolamento UE n.1007/2011) e internazionali, assicurando che ogni capo fornisca al cliente informazioni essenziali come numero d'ordine, ID fornitore, composizione fibrosa e istruzioni dettagliate per la manutenzione e il lavaggio. Queste indicazioni non solo preservano la qualità e la durabilità dei prodotti, ma riducono anche l'impatto ambientale, promuovendo un uso efficiente di acqua, energia e detersivi. Nel 2023, l'azienda ha aggiornato le istruzioni per incoraggiare lavaggi a 30° o delicati, in particolare per l'intimo e i co-

stumi, riducendo così le emissioni GHG legate alla fase d'uso dei prodotti. Tale impatto sarà visibile nel calcolo delle emissioni a partire dall'esercizio 2028 quando i prodotti sul mercato avranno la care label aggiornata. Le linee guida aziendali sul packaging prevedono l'utilizzo di almeno il 50% di materiale riciclato per la realizzazione di etichette. Questo approccio integrato ha portato a risultati concreti: in linea con l'anno precedente, anche nel 2024 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 una start-up italiana 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. Dalla fine del 2023 sono state sviluppate 143 ID Card, visualizzabili sul sito e-commerce e sugli hashtag di prodotto.



2.3 TRASPARENZA E TRACCIABILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA

Localizzazione delle fabbriche e gestione della catena di fornitura

Yamamay è da sempre impegnata nella produzione e commercializzazione di articoli che riflettono i propri valori aziendali e standard qualitativi. La sua missione è garantire che ogni prodotto non solo soddisfi le aspettative dei consumatori, ma sia anche realizzato in modo responsabile e sostenibile. La catena di fornitura riveste un ruolo cruciale in questo impegno, poiché rappresenta il fulcro delle operazioni aziendali.

La qualità dei prodotti dipende dalla scelta di fornitori certificati, noti per la loro serietà e competenza. Per questo motivo, l'azienda adotta criteri rigorosi nella selezione dei partner, collaborando esclusivamente con coloro che superano, al momento della prima collaborazione e nel tempo, tutti i requisiti selettivi. Questi includono non solo aspetti tecnologici e qualitativi, ma anche criteri di tutela sociale e ambientale. Questo processo si articola in quattro fasi principali:

1. VISITA DEL BUYER IN FABBRICA

Inizialmente, un buyer dell'azienda effettua una visita presso il sito di produzione del fornitore, conducendo un primo screening che si concentra non solo su aspetti commerciali, ma include anche una valutazione preliminare dei processi produttivi e delle condizioni operative. Questo passaggio è cruciale per instaurare fin da subito un rapporto fiduciario e collaborativo, oltre che per comprendere le reali capacità produttive e logistiche del fornitore.

2. AUDIT APPROFONDITO DA ENTI CERTIFICATORI INDIPENDENTI

Dopo la prima fase di valutazione, l'Ufficio Compliance richiede al fornitore i principali certificati di audit riconosciuti a livello internazionale, attestanti la conformità ai requisiti etici, sociali e ambientali, affiancando anche la richiesta delle principali certificazioni di sistema. Qualora tali audit e certificazioni non siano disponibili, l'Ufficio avvia il processo di audit di seconda parte, procedendo con la richiesta e la prenotazione di una verifica interna per accertare direttamente il rispetto delle normative vigenti in materia di sicurezza sul lavoro, tutela ambientale e sostenibilità. Questo processo consente all'azienda che il fornitore operi in un contesto conforme agli standard richiesti, riducendo i rischi connessi alla gestione della catena di fornitura.

3. STIPULA DEL MANUFACTURING AGREEMENT

Dopo aver ottenuto risultati positivi dagli audit, il passo successivo è la stipula del Manufacturing Agreement. Questo accordo non solo stabilisce i termini d'acquisto e il processo di sviluppo dei prototipi, ma definisce anche gli standard di qualità da rispettare e il codice di condotta aziendale. Tra gli aspetti inclusi nel Manufacturing Agreement vi sono i test fisici e chimici sui materiali, il rispetto delle tolleranze massime accettabili rispetto alle schede prodotto e le procedure per il

controllo della qualità durante tutte le fasi di produzione, effettuate da personale interno direttamente sulle linee produttive. Ogni anno, l'accordo viene aggiornato per migliorare costantemente gli standard interni ed assicurare la conformità alle nuove normative. L'ultima versione è stata emessa nel corso del 2024 e sottoscritta dall'intera catena di fornitura.

4. REGISTRAZIONE SULLA PIATTAFORMA AZIENDALE DI SOSTENIBILITÀ

Infine, una volta completati i passaggi precedenti, il fornitore viene registrato sulla piattaforma aziendale di sostenibilità. Questo strumento consente all'Ufficio CSR di valutare il fornitore su sei aree chiave di sostenibilità, facilitando un percorso caratterizzato da maggiore tracciabilità e trasparenza. Questa iniziativa non solo promuove la responsabilità sociale, ma contribuisce anche alla riduzione delle emissioni e al miglioramento delle condizioni sociali lungo l'intera catena di fornitura.

Attraverso questo processo strutturato e rigoroso, Yamamay è in grado di selezionare fornitori che non solo soddisfano i requisiti tecnici, ma che condividono i valori aziendali e l'impegno verso la sostenibilità. In passato, tutti questi controlli si concentravano principalmente sui fabbricanti di prodotto finito. Tuttavia, riconoscendo l'importanza di monitorare l'intera catena di fornitura, Yamamay ha recentemente ampliato il numero di materiali nominati durante la fase di design dei prodotti. Questo approccio non solo assicura che gli articoli siano realizzati con materiali sempre più performanti e affidabili, ma estende anche le fasi di controllo e certificazione, analogamente a quelle dei confezionisti, ai produttori di tessuti e accessori selezionati dall'azienda. In questo modo, viene garantito che anche i componenti della catena di fornitura rispettino elevati standard di qualità e sostenibilità, promuovendo una produzione più responsabile e trasparente.

Considerazioni Socio-Economiche

Nel processo di allocazione produttiva, Yamamay presta particolare attenzione alle situazioni socio-economiche e alle tensioni politiche interne ai vari Paesi. Qualora necessario, vengono implementati controlli e certificazioni supplementari a quelle già previste nel Manufacturing Agreement, per garantire la massima trasparenza verso la clientela.

- ♦ **Myanmar:** Dal 2023, Yamamay ha avviato una stretta collaborazione con l'associazione "MADE", organizzazione no-profit della Comunità Europea gestita localmente dalla Camera di Commercio Europea a Yangon, che garantisce, tramite severi controlli e audit in fabbrica, il rispetto delle migliori condizioni lavorative e dei diritti dei lavoratori. Il progetto MADE in Myanmar è parte di un'iniziativa finanziata dall'Unione Europea per promuovere il lavoro dignitoso nel settore tessile, supportando fabbriche e lavoratori attraverso formazione, valutazioni sociali e ambientali e consulenze su sicurezza e conformità legale. Inoltre, il programma SMART Factories, all'interno di MADE, mira a migliorare gli standard di lavoro e ambientali, rafforzando la sostenibilità nella catena di fornitura del Myanmar.
- ♦ **Bangladesh:** Grazie alla presenza di un ufficio a Dhaka, Yamamay monitora costantemente il rispetto delle condizioni lavorative e degli standard ambientali, controllo reso ancora più necessario dai recenti cambiamenti politici interni al Paese.



Approvvigionamento per Paese

	Totale		Europa e Medio Oriente		Altri Paesi in Asia
2022	 100%  72%  28%	2022	 11,5%  4,8%  6,7%	2022	 1%  1%  0%
2023	 100%  67%  33%	2023	 17%  7%  10%	2023	 7,7%  6,4%  1,3%
2024	 100%  57%  43%	2024	 6,8%  2%  4,8%	2024	 13,1%  11%  2,1%
	Cina		Africa		India
2022	 47,3%  34,3%  13%	2022	 0%  0%  0%	2022	 2,1%  1,5%  0,6%
2023	 42,6%  28,3%  14,3%	2023	 0,2%  0,2%  0%	2023	 3,7%  1,1%  2,6%
2024	 36%  14%  22%	2024	 0%  0%  0%	2024	 3,1%  0%  3,1%
	Totale		Intimo & beachwear		Pigiamera e accessori

 Sri Lanka			 Bangladesh			 Vietnam		
2022		6,6%	2022		13,7%	2022		17,8%
		6,6%			6,2%			17,7%
		0%			7,5%			0,1%
2023		15,9%	2023		8%	2023		4,8%
		15,8%			3%			4,8%
		0,1%			5%			0%
2024		3,0%	2024		21,2%	2024		16,3%
		3,0%			11%			16%
		0%			10,2%			0,3%



La sostenibilità nella catena di fornitura

Yamamay si impegna a promuovere una filiera integrata e a ridotto impatto socio-ambientale attraverso il *Manufacturing Agreement* e i relativi allegati, tra cui il *Supplier Code of Conduct* e la *Charter of Values of Sustainability*. Il *Supplier Code of Conduct* stabilisce i requisiti minimi per il rispetto dei diritti dei lavoratori, della salute e sicurezza sul luogo di lavoro, mentre la *Charter of Values of Sustainability* integra tali principi con direttive specifiche per l'uso responsabile delle risorse, dei prodotti chimici e delle materie prime certificate.

Il rating dei fornitori viene calcolato in base ai seguenti criteri:

1 Compilazione del percorso di miglioramento su piattaforma dedicata: Il percorso è strutturato in coerenza con la *Charter of Values of Sustainability*, che si articola in sei aree di interesse principali, valutando la profondità della catena di fornitura e la presenza di certificazioni di sistema. La valutazione qualitativa avviene tramite otto domande per ciascuna delle seguenti categorie:

- **TRACE:** Tracciabilità delle produzioni e trasparenza negli approvvigionamenti, con focus sulla gestione dei materiali, dei processi produttivi e dei fornitori della *supply chain*.
- **CHEM:** Riduzione della tossicità nei cicli produttivi, seguendo la metodologia *Zero Dis-*

charge of Hazardous Chemicals (ZDHC), per garantire prodotti e processi più sostenibili.

- **PEOPLE:** Gestione delle risorse umane, sviluppo delle competenze e welfare aziendale.
- **PLANET:** Monitoraggio e riduzione dei consumi energetici, idrici ed emissioni di gas a effetto serra (GHG), con l'obiettivo di migliorare l'impatto ambientale.
- **MATERIALS:** Utilizzo di materiali provenienti da processi a basso impatto ambientale.
- **CYCLE:** Adozione di pratiche di economia circolare, come l'*ecodesign*, il riutilizzo degli scarti di produzione e la gestione degli stock di invenduto.

2 Conformità ai requisiti minimi in materia di Ambiente, Salute & Sicurezza e rispetto dei diritti dei lavoratori: La conformità viene valutata per garantire il rispetto delle normative vigenti lungo tutta la catena di approvvigionamento.

3 Rischio Paese: Viene considerato il livello di rischio del Paese in cui opera il fornitore, con particolare attenzione ai Paesi a rischio moderato o alto.

Attraverso questo sistema di valutazione, Yamamay assicura la conformità agli standard aziendali e alle normative internazionali, promuovendo una cultura della sostenibilità lungo l'intera catena di approvvigionamento.



I pillars dell'Assessment Fornitori



DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA E DI FATTURATO DEI FORNITORI TIER 1

La mappatura ha identificato 63 fornitori diretti distribuiti prevalentemente in Asia, con una forte concentrazione in Cina, seguita da Bangladesh, India e altri Paesi del Far East. Il 57% dei fornitori diretti si trova in Cina, seguiti dal 14% in Bangladesh e dal 6% in India. Anche l'Italia ha una presenza significativa con il 10% dei fornitori. Questa distribuzione geografica è strategica per l'efficienza produttiva, ma richiede un attento monitoraggio dei rischi geopolitici e normativi.

Dal punto di vista del fatturato, la Cina rappresenta il 47% del totale, seguita da Myanmar (12%) e Bangladesh (17%). Questa concentrazione evidenzia la necessità di strategie diversificate per mitigare i rischi associati a specifiche aree geografiche.

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI TIER 2

La mappatura dei fornitori indiretti (Tier 2) ha identificato 30 fornitori nominati, con una distribuzione geografica significativamente concentrata in Asia. I fornitori Tier 2 sono fondamentali per la qualità dei materiali utilizzati e il rispetto degli standard ambientali.

Il 76% dei fornitori Tier 2 si trova in Cina, riflettendo la predominanza del Paese nella produzione di tessuti, pizzi e coppe. L'Italia ospita il 7% dei fornitori, specializzati in bonding e accessori metallici. Sri Lanka, Thailandia, Vietnam e Taiwan rappresentano ciascuno il 3% della base di fornitori, contribuendo con tessuti e imbottiture.

METODOLOGIA DI RACCOLTA DEI DATI

Yamamay utilizza una piattaforma digitale per raccogliere e analizzare i dati dei fornitori. Il processo di raccolta si articola in tre fasi:

- 1 Coinvolgimento dei fornitori:** Attraverso webinar formativi, i fornitori vengono sensibilizzati sull'importanza della sostenibilità e della trasparenza. Le sessioni formative hanno incluso approfondimenti su normative internazionali, gestione delle risorse e buone pratiche di produzione. I 54 nuovi fornitori inseriti in piattaforma quest'anno sono stati ingaggiati in 3 webinar.
- 2 Compilazione di un Assessment:** Un questionario dettagliato che valuta sei aree tematiche: TRACE (tracciabilità), CHEM (gestione chimica), PEOPLE (diritti dei lavoratori), PLANET (impatto ambientale), MATERIALS (materie prime sostenibili) e CYCLE (economia circolare). Ogni area è stata esaminata attraverso specifici KPI (Key Performance Indicators) che misurano la performance dei fornitori.
- 3 Verifiche in loco:** Oltre 40 stabilimenti in Asia sono stati ispezionati per verificare la raccolta dati e la compliance con le normative EHS (Environmental Health & Safety). Queste visite hanno incluso interviste con i dipendenti, analisi documentali e ispezioni fisiche degli impianti produttivi.

Risultati dell'Assessment

I risultati dell'assessment forniscono una panoramica chiara della maturità dei fornitori di Yamamay in termini di sostenibilità. L'analisi ha evidenziato sia punti di forza che aree critiche da migliorare.

S-RATING DEI FORNITORI TIER 1

Il S-Rating è un indicatore sintetico della performance ESG dei fornitori, basato su tre parametri: conformità normativa, rischio Paese e risultati dell'assessment.

- ♦ **30%** dei fornitori ha ottenuto un rating A (alto), dimostrando eccellenza nelle pratiche sostenibili. Questi fornitori si distinguono per la gestione responsabile delle risorse, la tutela dei diritti dei lavoratori e l'adozione di politiche di riduzione delle emissioni.
- ♦ **22%** si colloca nella fascia B (medio), con buone performance ma margini di miglioramento, in particolare nella gestione ambientale e nell'adozione di materiali sostenibili.

- ♦ **37%** dei fornitori rientra nella fascia C (basso), richiedendo azioni correttive immediate. Le principali criticità riguardano la gestione chimica e il rispetto delle normative EHS.
- ♦ **11%** dei fornitori non ha completato l'assessment, evidenziando la necessità di un coinvolgimento più efficace attraverso supporto e formazione.

S-RATING DEI FORNITORI TIER 2

Il S-Rating dei fornitori Tier 2 mostra risultati complessivamente migliori rispetto ai fornitori diretti di Tier 1. Questo dato evidenzia la maggiore strutturazione delle aziende di Tier 2, che spesso gestiscono processi produttivi più complessi e dispongono di risorse dedicate alle tematiche della sostenibilità.

- ♦ **47%** dei fornitori ha ottenuto un rating A (alto), dimostrando un'eccellenza nelle pratiche sostenibili, con una gestione efficace delle risorse e dei processi produttivi.
- ♦ **7%** si colloca nella fascia B (medio), con buone performance ma con margini di miglioramento in specifiche aree, come la gestione chimica.
- ♦ **20%** dei fornitori rientra nella fascia C (basso), richiedendo azioni correttive e monitoraggio costante.
- ♦ **26%** dei fornitori non ha completato l'assessment, evidenziando le difficoltà di ingaggio legate all'assenza di un rapporto contrattuale diretto con Yamamay.

Focus sezione PEOPLE - Diritti dei Lavoratori e Welfare Aziendale

L'area PEOPLE dell'assessment affronta le tematiche legate all'organizzazione aziendale, alla gestione delle risorse umane, alla crescita delle competenze e al welfare aziendale. Questo aspetto è cruciale per garantire non solo il rispetto dei diritti dei lavoratori, ma anche per promuovere un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo.

RISULTATI PER I FORNITORI TIER 1

L'assessment People dei fornitori di Tier 1 evidenzia che il 20% delle aziende ha raggiunto la fascia verde (A), dimostrando eccellenza nella gestione delle risorse umane e nell'implementazione di politiche di welfare avanzate. Il 69% si posiziona nella fascia gialla (B), con una gestione adeguata ma con margini di miglioramento, mentre l'11% rientra nella fascia rossa (C), indicando criticità

significative nel rispetto dei diritti dei lavoratori e nelle condizioni di lavoro.

RISULTATI PER I FORNITORI TIER 2

I fornitori di Tier 2 hanno mostrato performance ancora migliori nell'area PEOPLE. Il 50% delle aziende ha raggiunto la fascia verde, con politiche aziendali avanzate in termini di salute, sicurezza e benessere dei dipendenti. Il 41% è nella fascia gialla e solo il 9% dei fornitori rientra nella fascia rossa, confermando un miglioramento rispetto agli anni precedenti.

ASPETTI CHIAVE DELL'AREA PEOPLE:

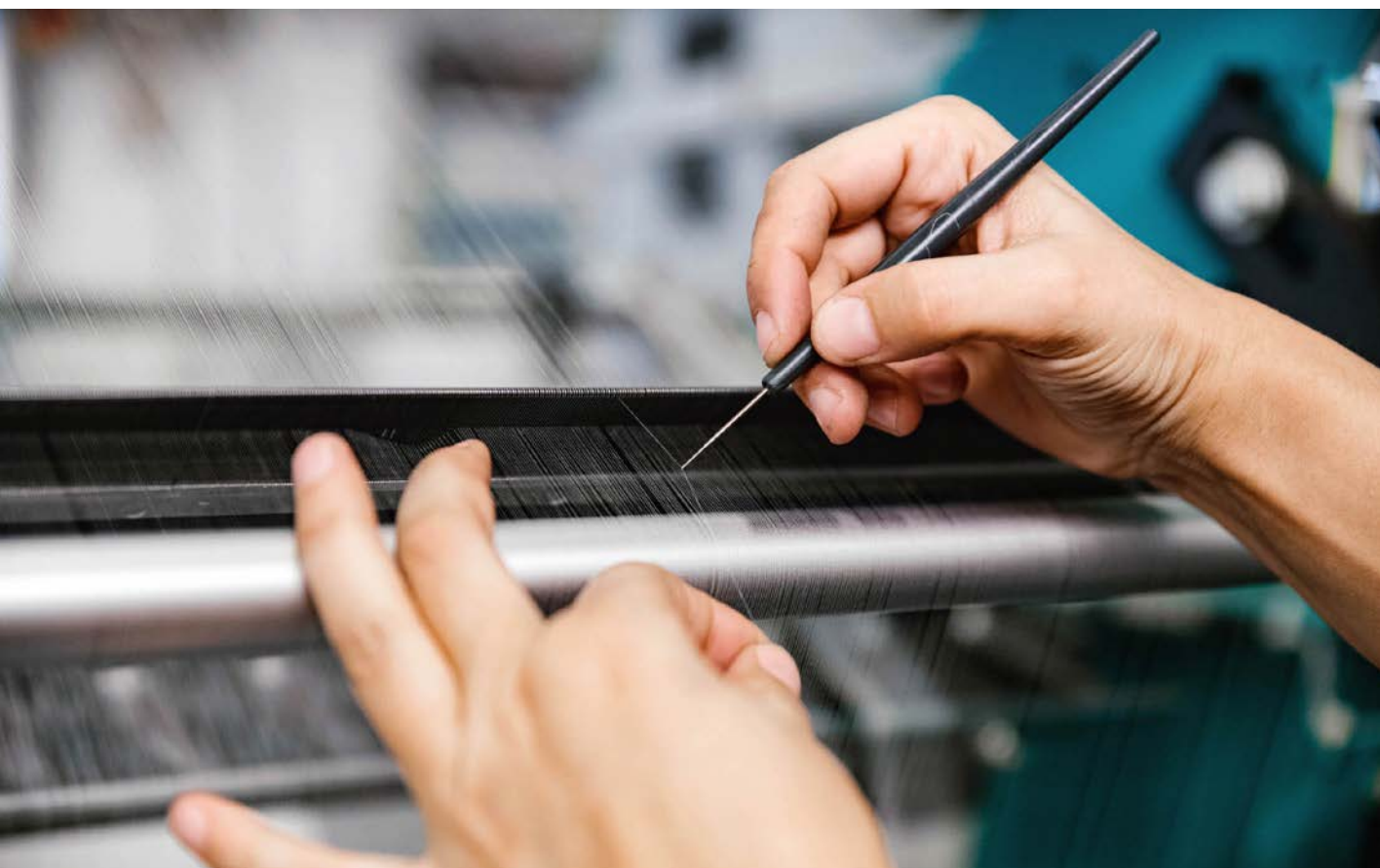
- ♦ **Codice Etico:** Oltre l'80% dei fornitori dispone di un Codice Etico interno che regola comportamenti e pratiche aziendali in linea con i valori di Yamamay.
- ♦ **Welfare Aziendale:** Il 75% delle aziende ha attivato iniziative di welfare a beneficio dei dipendenti, come assistenza sanitaria, supporto alla genitorialità e programmi di benessere.
- ♦ **Flessibilità Oraria:** Circa il 70% dei fornitori offre politiche di orario flessibile, favorendo un miglior equilibrio tra vita privata e lavorativa.
- ♦ **Formazione e Crescita:** Il 60% delle aziende ha programmi strutturati di formazione continua per i dipendenti, promuovendo lo sviluppo delle competenze e la crescita professionale.

Risultati Quantitativi: Focus su PLANET e CHEM

PLANET - GESTIONE DELLE RISORSE AMBIENTALI

L'area PLANET valuta l'impatto ambientale dei fornitori, concentrandosi su consumi energetici, gestione dei rifiuti, utilizzo delle risorse idriche e controllo delle emissioni di gas serra.

- ♦ **Emissioni Scope 1 e 2:** Il 32% dei fornitori misura le proprie emissioni dirette (Scope 1), mentre il 24% ha avviato la misurazione delle emissioni indirette (Scope 2). L'adozione di energie rinnovabili è ancora limitata al 15% dei fornitori.
- ♦ **Emissioni Scope 3:** Il 9% dei fornitori ha iniziato a calcolare le emissioni lungo l'intera catena del valore, evidenziando un'area critica su cui Yamamay sta lavorando attivamente.
- ♦ **Gestione delle risorse idriche:** Il 40% dei fornitori ha implementato sistemi di riciclo delle acque reflue, mentre il 35% adotta tecniche di riduzione del consumo idrico nei processi produttivi.
- ♦ **Gestione dei rifiuti:** Il 45% dei fornitori ha politiche di riduzione e riciclo dei rifiuti solidi industriali, ma solo il 20% ha certificazioni ambientali riconosciute a livello internazionale.



CHEM - GESTIONE SOSTENIBILE DELLE SOSTANZE CHIMICHE

L'area CHEM valuta l'adozione di pratiche sicure e sostenibili nella gestione delle sostanze chimiche utilizzate nei processi produttivi.

- ♦ **Conformità agli standard ZDHC:** Il 28% dei fornitori è conforme agli standard del programma *Zero Discharge of Hazardous Chemicals* (ZDHC), che mira a eliminare le sostanze chimiche pericolose dall'intera filiera tessile.
- ♦ **Gestione delle sostanze pericolose:** Il 35% dei fornitori ha sistemi di tracciabilità per le sostanze chimiche utilizzate, mentre il 25% ha implementato programmi di formazione specifica per il personale.
- ♦ **Utilizzo di sostanze chimiche alternative:** Il 18% dei fornitori ha iniziato a utilizzare sostanze alternative meno impattanti, ma la diffusione di queste pratiche resta ancora limitata.

Azioni Correttive e Strategie Future

Alla luce dei risultati ottenuti, Yamamay ha definito un piano d'azione per migliorare la performance della *supply chain*:

- ♦ Implementazione di Corrective Action Plans (CAP) per i fornitori con rating C, con obiettivi specifici e verifiche periodiche.
- ♦ Estensione dell'assessment quantitativo per monitorare in modo dettagliato consumi energetici, idrici, gestione dei rifiuti ed emissioni GHG. Inoltre nel corso del 2025 l'assessment quantitativo verrà ampliato anche alla sezione People e Cycle.
- ♦ Coinvolgimento dei fornitori non conformi attraverso programmi di formazione intensivi e supporto tecnico.
- ♦ Mappatura dettagliata dei fornitori di secondo livello per garantire la tracciabilità completa

della catena di fornitura.

- ♦ Integrazione di tecnologie digitali per il monitoraggio continuo delle performance ambientali e sociali dei fornitori.

Nonostante i progressi significativi nella gestione della catena di fornitura, Yamamay evidenzia alcune criticità rilevanti. La conoscenza della catena rimane infatti parziale, soprattutto per quanto riguarda i fornitori di Tier 2 e i subfornitori non dichiarati.

La subfornitura non tracciata rappresenta una sfida critica, poiché impedisce un controllo diretto sui processi produttivi e sull'impatto ambientale. Tuttavia, il lavoro dell'ufficio Sourcing ha garantito elevati standard di compliance per i fornitori conosciuti, consolidando buoni rapporti di collaborazione. Questo approccio ha permesso di ottenere un tasso di adesione significativo alle iniziative di sostenibilità, segno di una base solida da cui partire per migliorare.

Investire in strumenti digitali, rafforzare i controlli sui subfornitori e consolidare i rapporti con fornitori strategici sono passi essenziali per mitigare i rischi e allinearsi agli standard globali. Un maggiore coinvolgimento dei fornitori di Tier 2 e un'attenzione mirata ai sottoprocessi produttivi garantiranno una catena di fornitura resiliente, trasparente e conforme alle crescenti esigenze del mercato e delle normative internazionali.

La raccolta e l'analisi dei dati hanno permesso a Yamamay di ottenere una visione chiara della maturità della propria filiera in termini di sostenibilità. Sebbene siano stati fatti progressi significativi, permangono sfide cruciali, in particolare nella gestione delle emissioni e nella conformità normativa nei Paesi ad alto rischio. Yamamay è determinata a trasformare queste sfide in opportunità.

Marketing responsabile e comunicazione trasparente

Comunicazione corporate

Yamamay ha saputo costruire nel tempo una comunicazione corporate solida e coerente, capace di riflettere pienamente il proprio purpose, la mission e la visione aziendale. Oltre alle tradizionali campagne di comunicazione di prodotto, l'Azienda ha investito in modo strategico sull'utilizzo del sito Corporate e, soprattutto, della propria pagina LinkedIn, trasformandoli in strumenti essenziali per interagire con una vasta gamma di *stakeholder*. LinkedIn si è affermato come un canale chiave per la condivisione di contenuti rilevanti nel settore tessile e dell'abbigliamento: aggiornamenti sui prodotti, notizie aziendali, articoli di tendenza nel mondo della moda e iniziative di sostenibilità. Parallelamente, la piattaforma viene utilizzata per promuovere iniziative aziendali, collaborazioni con altri brand e la partecipazione a eventi e convegni di settore, consolidando così il posizionamento di Yamamay come leader innovativo e responsabile nel mercato.

La pagina LinkedIn non è solo uno strumento di comunicazione, ma un vero e proprio hub di interazione che rafforza la presenza online dell'Azienda e alimenta il coinvolgimento della community. Per garantire un impatto costante e significativo, i contenuti sono regolarmente aggiornati e viene effettuato un monitoraggio continuo delle social media metrics.

Yamamay ha rafforzato la propria presenza digitale attraverso il sito corporate, attivo dal 2022, che offre informazioni sull'organizzazione aziendale, partnership, welfare ed eventi, diventando una risorsa chiave per gli *stakeholder*. La Home Page è suddivisa in quattro sezioni: "Chi siamo", "Futuro sostenibile", "Media" e "Unisciti a noi". Inoltre, il sito include una sezione dedicata all'invio di segnalazioni *whistleblowing*, garantendo trasparenza e responsabilità all'interno dell'organizzazione.

LinkedIn

@Yamamay

68

Post 2024

(77 nel 2023)

34.581

Follower 2024

(31.107 nel 2023)

3.474

Nuovi follower 2024

(2.926 nel 2023)

33.135

Visite alla pagina 2024

(30.443 nel 2023)

Sito corporate

corporate.yamamay.com

61.591

Utenti raggiunti 2024

(51.882 nel 2023)

Carriere

Sezione maggiormente raggiunta nel 2023-24

73 Paesi

Visite 2024

(126 nel 2023)

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA



Campagne di comunicazione

Entrata in vigore a febbraio 2024, la Green Claims Directive (direttiva 2024/825/UE) ha introdotto un quadro normativo rigoroso per garantire la trasparenza e l'affidabilità delle dichiarazioni ambientali relative a prodotti e servizi. La direttiva stabilisce principi fondamentali come l'accuratezza, la non ambiguità e la comparabilità delle informazioni fornite, imponendo criteri specifici per valutare l'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto. Le dichiarazioni devono inoltre essere sottoposte a verifiche indipendenti e, in caso di violazioni, sono previste sanzioni severe, tra cui multe e divieti.

In linea con queste normative, Yamamay ha rafforzato il proprio impegno attraverso un gruppo di lavoro congiunto tra i team marketing e prodotto, che ha sviluppato linee guida interne per le comunicazioni sui prodotti *green*.

L'obiettivo è duplice:

- ♦ da un lato, garantire a clienti e *stakeholder* dati trasparenti e affidabili, facilitando scelte d'acquisto consapevoli e supportando la transizione verso un'economia verde;
- ♦ dall'altro, assicurare che ogni prodotto sia conforme alle normative vigenti e pronto ad adattarsi a quelle future, grazie a una documentazione scientifica solida e aggiornata sulla conformità fisica, chimica ed eco-tossicologica.

Yamamay adotta inoltre metodi di misurazione degli impatti ambientali specifici per le diverse categorie merceologiche, con un focus particolare su parametri rilevanti come l'impronta di carbonio. Questa attenzione consente al brand di offrire valutazioni precise e significative, non solo per migliorare la sostenibilità dei propri prodotti, ma anche per consolidare la fiducia dei consumatori in un mercato sempre più attento alla responsabilità ambientale.

LARA COLTURI SCENDE IN PISTA CON YAMAMAY E CARPISA

La sciatrice alpina Lara Colturi, classe 2006, promessa dello sci internazionale, è stata scelta da Yamamay e Carpisa come Ambassador per il 2024. I loghi dei brand compaiono già sulla sua divisa da gara. La collaborazione è nata da valori condivisi come passione, dedizione e ricerca dell'eccellenza.

READY TO FLY WITH YAMAMAY

Yamamay ha scelto Gianmarco Tamperi, campione olimpico e mondiale di salto in alto, come Ambassador per la collezione mare e intimo Uomo Estate 2024. L'atleta incarna valori di impegno, positività e resilienza, perfettamente in linea con lo spirito del brand. La sua storia di successi e determinazione lo rende un modello ispiratore per tutti.

COLLEZIONE AUTUNNO CON CLARA SOCCINI

Clara Soccini, cantautrice e attrice nota per 'Diamanti Grezzi', è stata la nuova musa della collezione Autunno 2024 di Yamamay. Dopo aver partecipato a un evento esclusivo a Capri, Clara ha interpretato i capi iconici della stagione, immortalata da Giampaolo Sgura in una campagna che omaggia l'Haute Couture anni '90.

YOUR BEST FRIEND

La campagna 'Yamamay - Your Best Friend' celebra la linea Basic, sinonimo di comfort e qualità quotidiana.

YAMAMAY SEMPRE PIÙ VICINA AL MONDO DELLO SPORT

Yamamay rafforza il legame con lo sport diventando partner ufficiale di Polti-Kometa, squadra di ciclismo guidata da Ivan Basso e la famiglia Contador. Gli atleti indosseranno la linea termica YTHERMAL di Yamamay, ideale per lo sport e il tempo libero, per tutta la stagione 2025.

NATALE 2024

Per il Natale 2024 Yamamay ha proposto una collezione ampia di capi e accessori, perfetti da regalare o indossare durante le feste. La campagna, ambientata in un Grand Hotel addobbato a festa, ha visto protagonisti modelli e ballerine, tra cui Rose Bertram e Simone Bonaccorsi, per un racconto visivo gioioso e inclusivo.

YAMAMAY E CARPISA PER IL TENNIS

Yamamay e Carpisa celebrano la vittoria agli US Open di Andrea Vavassori, scelto come Ambassador dei due brand. La partnership include una valigia Carpisa brevettata con ruote a forma di pallina da tennis e la presenza del logo Yamamay sulla sua divisa ufficiale.

YAMAMAY MY LIFE PARTNER

Con la campagna 'My Life Partner', Yamamay celebra il reggiseno come simbolo di comfort e fiducia nella vita quotidiana delle donne. La collezione basic 'Every Woman Essentials' è stata interpretata da 3 donne con fisicità diverse, per ribadire l'inclusione e l'attenzione al benessere femminile.

YAMAMAY E CARPISA CELEBRANO L'ESTATE A CAPRI

Per l'inizio dell'estate, Yamamay e Carpisa hanno organizzato un evento esclusivo a Capri tra musica e spettacoli ispirati alla Dolce Vita. Tra gli ospiti speciali Peppino di Capri, Clara Soccini e Geolier, che hanno animato la serata con performance dal vivo in un mix unico di stili musicali.

YAMAMAY COLLEZIONE SUMMER 2024

Yamamay ha scelto il Messico come sfondo della campagna Summer 2024, che celebra la spensieratezza estiva. Le modelle Lorena Duran, Jessica Ann Strother e Lorena Rae sono state fotografate da Dove Shore in un racconto vibrante tra amiche, all'insegna di colore e leggerezza.

Dati canali di comunicazione di prodotto

Instagram

@Yamamayofficial

420

Post 2024
(6.033 in totale)

1.196.996

Follower 2024
(1.009.218 nel 2023)

2.100

Storie 2024
(10.500 in totale)

187.778

Nuovi follower
(+19% rispetto al 2023)

@Yamamaymanofficial

360

Post 2024
(546 in totale)

225.041

Follower 2024
(140.024 nel 2023)

1.440

Storie 2024
(2.880 in totale)

85.017

Nuovi follower
(+61% rispetto al 2023)

Facebook

@Yamamay

420

Post 2024
(2.100 in totale)

342.969

Follower 2024
(336.447 nel 2023)

2.100

Storie 2024
(10.500 in totale)

6.522

Nuovi follower
(+2% rispetto al 2023)

@YamamayMan

360

Post 2024
(546 in totale)

252

Follower 2024
(192 nel 2023)

1.440

Storie 2024
(2.880 in totale)

60

Nuovi follower
(+31% rispetto al 2023)

Tik Tok

@Yamamayofficial

434

Post 2024
(763 in totale)

46.000

Follower 2024
(15.000 nel 2023)

31.000

Nuovi follower
(+207% rispetto al 2023)

Campagne pubblicitarie

90

Pagine pubblicitarie
realizzate

1.138

Editoriali
(stampa e web)

10

Campagne televisive
In onda su: LA7, Sky, Discovery
Warner Bros, Real Time,
Canale 9, Canale 8, Cielo,
Skytg24, Sky uno, Sky sport



Sui canali social ufficiali del Progetto M.A.R.E., l'iniziativa ha registrato ottimi risultati in termini di interazione e coinvolgimento del pubblico. L'ampia partecipazione della community conferma un crescente interesse verso i temi trattati e rafforza l'efficacia della strategia di comunicazione adottata.

Progetto M.A.R.E.

95.067
Account raggiunti

604
Storie

113
Post nel feed

6.755
Interazioni

Di cui:

5.812 Like

135 Commenti

272 Condivisioni

536
Nuovi follower

RS21 - 2024

135
Instagram Feed

42 / tappa
Instagram Story

120
Facebook Feed

42 / tappa
Facebook Story

1
YouTube



2.4 ASCOLTO DEI CLIENTI E GESTIONE DEI SERVIZI AFTER SALES

CRM e fidelizzazione

Nel 2024, Yamamay ha compiuto un passo decisivo verso l'innovazione e la centralità del cliente con il lancio di Yamamay Club, il nuovo programma fedeltà pensato per superare i confini del tradizionale rapporto cliente-brand. Progettato per offrire un'esperienza d'acquisto più coinvolgente e personalizzata rispetto al precedente programma CYAO, Yamamay Club integra un approccio omnicanale che permette ai clienti di accumulare punti e ottenere premi sia negli store fisici sia online, assicurando una continuità fluida e senza interruzioni tra i diversi canali di vendita. Il programma si distingue per il suo carattere ingaggiante e dinamico, grazie a iniziative su misura, sfide esclusive e vantaggi riservati ai membri più fedeli. Ogni interazione con il brand viene valorizzata attraverso una comunicazione personalizzata, mirata a creare un legame autentico e valoriale con la community di clienti. Questa evoluzione testimonia l'impegno costante di Yamamay verso un modello di fidelizzazione che non si limita a premiare la frequenza degli acquisti, ma punta a trasformare ogni transazione in un'esperienza unica e gratificante. Con Yamamay Club, l'Azienda non solo rinnova il suo approccio alla *customer loyalty*, ma consolida il proprio ruolo di innovatore nel settore retail, promuovendo un modello in cui il cliente è al centro di un ecosistema di esperienze che riflettono i valori e la visione del brand.

L'analisi del numero di clienti attivi nel 2024 evidenzia una contrazione significativa, con un totale di 342.113 clienti registrati al 31 dicembre, pari a una riduzione del 19% rispetto ai 421.513 dell'anno precedente. Questa flessione è riconducibile a una serie di cambiamenti strategici adottati nel corso dell'anno. La sospensione dell'erogazione

delle carte fisiche CYAOCARD e la successiva transizione a un sistema di iscrizione esclusivamente digitale da luglio 2024 hanno probabilmente limitato l'accessibilità al programma, incidendo sul ritmo delle nuove adesioni. A questo si aggiunge la conclusione del programma CYAO il 31 ottobre e l'introduzione graduale del nuovo programma fedeltà Yamamay Club, operativo dal 25 novembre, che ha generato una temporanea discontinuità nella fidelizzazione della clientela.

Tuttavia, è significativo notare che l'85% della rete risultava già attiva con il nuovo programma al 31 dicembre, a testimonianza di una rapida adozione del sistema da parte dei clienti. Questo suggerisce che la riduzione osservata possa rappresentare una fase di transizione destinata a stabilizzarsi con il pieno consolidamento del Yamamay Club.

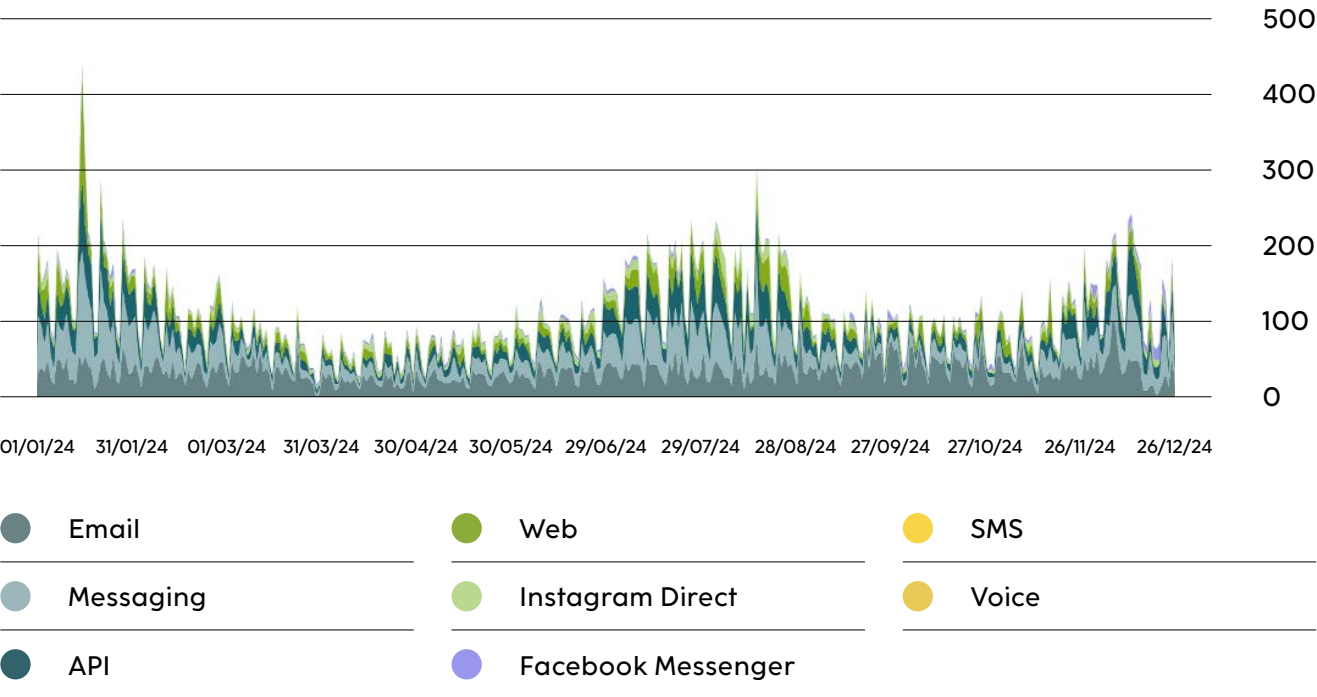
L'analisi del tasso di fidelizzazione nel periodo 2021-2024 evidenzia un andamento altalenante, con un calo significativo registrato nella seconda metà del 2024. Il tasso di fidelizzazione, calcolato come rapporto tra il numero di scontrini emessi con carta loyalty e il totale degli scontrini, si attesta al 19% nel 2023, mentre nel 2024 scende al 16%, indicando una riduzione della quota di acquisti effettuati da clienti fidelizzati.

Il calo diventa particolarmente evidente a partire da luglio 2024, in concomitanza con la sospensione dell'erogazione delle carte fisiche CYAOCARD e l'avvio del processo di digitalizzazione delle iscrizioni. A dicembre 2024, il tasso raggiunge il valore minimo di 5%, riflettendo l'impatto della conclusione del programma CYAO il 31 ottobre e della transizione verso il nuovo programma Yamamay Club.

Evoluzione del customer care

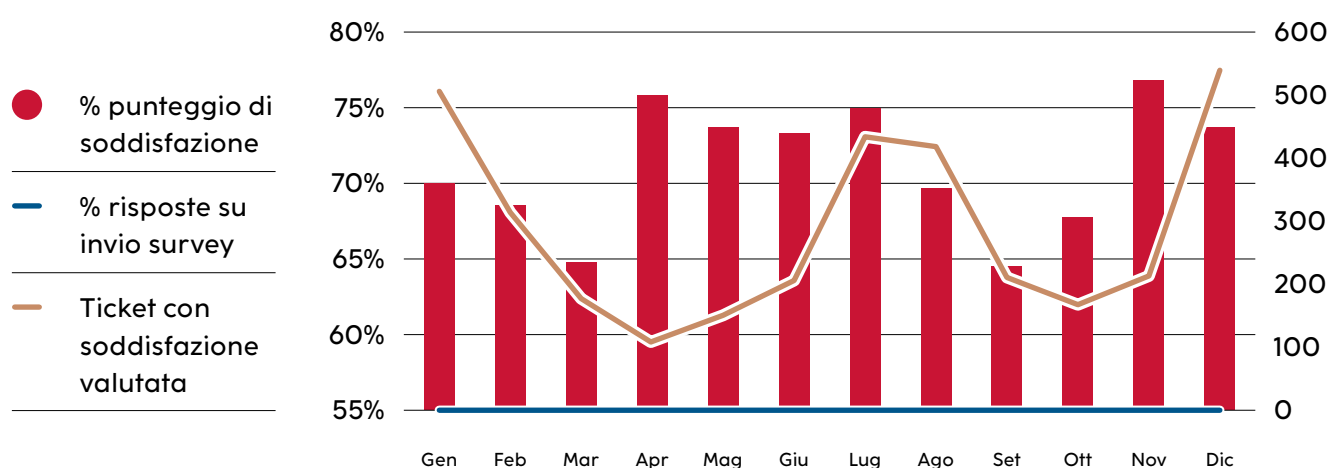
A novembre 2023, Yamamay ha introdotto sul proprio sito il BOT “Justin”, un’assistente virtuale basato sull’intelligenza artificiale, progettato per fornire risposte immediate alle domande più semplici dei clienti. Per le richieste più complesse, è sempre garantito l’accesso diretto al *Customer Care*, assicurando un supporto completo e personalizzato. Nel primo anno di attività, la gamma di risposte gestite dal BOT è stata progressivamente ampliata, contribuendo a ridurre del 30% i contatti diretti con gli operatori e migliorando significativamente la tempestività del servizio, soprattutto durante i periodi di picco. Le attività del *Customer Care* sono costantemente monitorate per garantire il rispetto degli standard previsti dal *Service Level Agreement* (SLA). Tutte le segnalazioni relative al trattamento dei dati personali vengono gestite in stretta collaborazione con il *Data Protection Officer* (DPO) e l’Ufficio Legale. Nel 2024, sono state processate 135 richieste di cancellazione dei dati personali. Inoltre, durante l’anno di rendicontazione, Yamamay non ha ricevuto denunce documentate riguardanti violazioni della privacy o perdite di dati personali, confermando l’impegno dell’Azienda nella tutela della sicurezza e della riservatezza dei propri clienti.

Volume ticket di ingresso



Nel 2024, Yamamay ha registrato un andamento complessivamente positivo nella gestione dei ticket e nella soddisfazione dei clienti, grazie a un mix di innovazione tecnologica e ottimizzazione dei processi. Il *Customer Satisfaction Rate* ha oscillato tra il 65% e il 76%, con picchi positivi significativi ad aprile e dicembre, in corrispondenza dei periodi di maggiore attività commerciale, come saldi e festività. Il numero di ticket con soddisfazione valutata ha raggiunto i massimi a gennaio, luglio e dicembre, mentre i mesi meno intensi sono stati aprile e maggio, riflettendo una stagionalità tipica del settore.

Customer Satisfaction 2024



Parallelamente, il Tempo Medio di Prima Risposta (TMPR) ha mostrato un miglioramento significativo, scendendo da 41 ore nel 2023 a 22,5 ore nel 2024, con una riduzione del 45%, dovuta principalmente all'introduzione del BOT Justin e all'automazione dei processi. I tempi più rapidi sono stati registrati a maggio e giugno, mentre agosto e gennaio hanno evidenziato lievi rallentamenti, probabilmente legati alle ferie estive e ai picchi post-natalizi. Tra il 2023 e il 2024 vi è stato inoltre un significativo miglioramento nel tempo medio di gestione dei ticket registrando un decremento di oltre il 40%.

Questo trend positivo è particolarmente evidente nei primi mesi dell'anno, mentre risulta costante nei mesi successivi, con valori che si mantengono stabilmente al di sotto delle 60 ore, segnando un'efficienza crescente nella gestione dei ticket.

Gestione dei ticket

49,3 ore

Tempo medio di gestione
(83,7 ore nel 2023)

22,5 ore

Tempo medio di prima risposta
(41,0 ore nel 2023)



Gestione dei resi

Nel 2025, Yamamay si prepara a rafforzare il proprio impegno verso la qualità e la sostenibilità dei prodotti attraverso un progetto innovativo di gestione delle non conformità. Le problematiche qualitative dei prodotti vengono attualmente registrate nel Database DSP (Digitalizzazione Scheda Prodotto), ma l'Azienda punta a evolvere questo sistema, trasformandolo in uno strumento strategico per il miglioramento continuo.

Tra gli obiettivi chiave per il 2025 vi sono:

- ♦ La riduzione dei resi non etici, grazie a una più precisa classificazione dei prodotti difettosi. Questo permetterà di distinguere con maggiore chiarezza i capi effettivamente non idonei da quelli recuperabili, ottimizzando i processi di gestione del reso.
- ♦ Implementazione del downcycling attraverso il sorting dei resi, offrendo una seconda vita ai

capi non conformi ma ancora utilizzabili, in linea con i principi dell'economia circolare.

Per raggiungere questi traguardi, verrà sviluppata una tabella riepilogativa delle problematiche ricorrenti, che consentirà una classificazione sistematica dei difetti. Le informazioni raccolte saranno poi filtrate ed elaborate in statistiche interne, fornendo preziosi insight per il miglioramento dei prodotti e dei servizi nei negozi. Inoltre, questi dati saranno utilizzati per una valutazione più accurata delle performance dei fornitori, rafforzando così la qualità lungo tutta la filiera produttiva.

Questo progetto, sebbene ancora in fase iniziale, rappresenta un passo importante verso un modello di business più responsabile e attento sia alla soddisfazione del cliente che alla sostenibilità ambientale.

Nel 2024, Yamamay ha continuato a potenziare il proprio canale online, consolidando la sua presenza digitale attraverso una serie di iniziative strategiche volte a migliorare l'esperienza del cliente e ampliare la portata internazionale.

Nel corso del 2025 l'Azienda:

- ♦ Ha accelerato l'espansione sui Marketplace, incrementando il numero di Paesi serviti tramite Zalando (Italia, Germania, Svizzera, Francia, Paesi Bassi, Belgio, Austria, Spagna, Danimarca, Svezia, Finlandia, Polonia, Romania, Cechia, Irlanda) e aprendo nuovi canali di vendita su Amazon in tre mercati esteri (Germania, Francia e Spagna), rafforzando così la visibilità globale del brand.
- ♦ Ha introdotto la possibilità di consegna presso i locker e i punti di ritiro della rete InPost ha rappresentato un'importante innovazione logistica. Questo sistema ha permesso di ottimizzare le consegne, riducendo i viaggi a vuoto e aggregando le spedizioni verso un numero limitato di destinazioni, con un impatto positivo sia in termini di efficienza che di sostenibilità ambientale.

Inoltre, il sito e-commerce è stato oggetto di significativi interventi di manutenzione e ottimizzazione, finalizzati a rendere la navigazione ancora più fluida, intuitiva e coinvolgente. Queste migliorie non solo hanno elevato la qualità dell'esperienza digitale offerta ai clienti, ma hanno anche contribuito a rafforzare il legame tra Yamamay e la sua community online, confermando l'impegno del brand nel combinare innovazione tecnologica e centralità del cliente.

Presenza digitale

13.237.388

Sessioni sito e-commerce

11

Paesi serviti da sito
e-commerce

(Italia, Germania, Francia, Spagna,
Austria, Grecia, Croazia, Paesi Bassi,
Belgio, Romania, Cechia)

15

Paesi serviti con Zalando

(Italia, Germania, Svizzera, Francia,
Paesi Bassi, Belgio, Austria, Spagna,
Danimarca, Svezia, Finlandia, Polonia,
Romania, Cechia, Irlanda)

3

Paesi serviti con Amazon

(Germania, Francia, Spagna)





03

Persone

- 120** 3.1 Gestione, sviluppo e benessere delle persone
- 139** 3.2 Formazione
- 150** 3.3 Welfare e benessere
- 154** 3.4 Salute e sicurezza
- 160** 3.5 Supporto alla comunità locale

Highlights 2024

93%

Collaboratrici donne

33.158

Ore di formazione erogate

86

Visite di prevenzione LILT

104

Visite di prevenzione ANT

7

Eventi dell'associazione
DIANA ODV

15.987

Ore di formazione erogate tramite
YamaAPP



“ Nel progetto Brand Empowering, abbiamo accompagnato e continuiamo ad accompagnare Yamamay in un percorso di evoluzione trasformativa che ha avuto nel ridisegno integrato del customer e dell’employee journey il suo nucleo ispiratore. Non si è trattato semplicemente di mappare esperienze, ma di aprire uno spazio nuovo di osservazione, ascolto e reinterpretazione dei vissuti di clienti e collaboratori, per generare valore reale e coerente con il nuovo purpose aziendale, ridefinito nelle fasi iniziali del progetto. È stata una sfida ambiziosa: facilitare l’allineamento tra strategia e cultura organizzativa, trasformando ogni insight emerso in leva di cambiamento interno. Abbiamo lavorato con un gruppo interfunzionale di Champion, formati ai principi del design thinking e del service design, per condurre un’indagine immersiva sul campo: oltre 70 interviste a collaboratori, 148 a clienti e più di 170 osservazioni nei negozi. Da questo patrimonio esperienziale sono emersi i true moments che caratterizzano l’esperienza distintiva Yamamay, momento per momento, persona per persona.

Il passaggio da una logica prodotto-centrica a una centrata sul valore si è concretizzato nella costruzione delle Attitude Personas, che hanno guidato la progettazione di un customer journey personalizzato, relazionale e omnicanale. Il vero punto di svolta è stato il dialogo profondo tra customer ed employee journey: abbiamo supportato l'organizzazione nel riconoscere come comportamenti, competenze e benessere delle persone siano il fondamento stesso di una customer experience eccellente. Ridisegnare il journey significa lavorare nei prossimi mesi per ripensare processi, ruoli, governance, formazione e modelli di leadership. Il nostro impegno, come team con competenze integrate, è stato - ed è tuttora - quello di facilitare i Champion nel diventare agenti attivi del cambiamento, supportandoli nella costruzione di un ecosistema integrato, dove ogni persona possa agire con autonomia, consapevolezza e responsabilità, trasformandosi in un autentico brand ambassador, capace di generare esperienze coerenti, coinvolgenti e memorabili.

Per me, e per noi di WISE-ING, Brand Empowering è stato molto più di un progetto: è stato un laboratorio evolutivo in cui la sostenibilità ha preso forma concreta nei comportamenti quotidiani, nella cultura organizzativa e nella relazione con il cliente.

È stata anche una sfida complessa: accompagnare un cambiamento così profondo in un'organizzazione dalla forte impronta proprietaria ha richiesto rispetto per le identità in gioco e, al tempo stesso, la capacità di sollecitare la ricerca di nuovi equilibri e di integrare visioni differenti del miglior futuro possibile per Yamamay.

Evolvere, in questo contesto, ha significato attivare un dialogo continuo tra visione strategica e storia aziendale, tra governance e partecipazione, tra continuità e innovazione - attraversando fasi di avanzamento ma anche momenti di impasse e difficoltà emotive.

Perché nei cambiamenti organizzativi, le persone sono sempre al centro. E cambiare, davvero, non è quasi mai indolore.

”

Alessandra Rosicarelli

Co-founder e Partner di WISE-ING S.b.r.l. Società Benefit

3.1 GESTIONE, SVILUPPO E BENESSERE DELLE PERSONE

Yamamay da sempre incarna una cultura aziendale fondata sull'essenza stessa della collaborazione delle persone, in quanto rappresentano il patrimonio più importante dell'Azienda. Le persone, infatti, sono i principali Ambassador delle iniziative legate alla sostenibilità e all'innovazione, trasmettendo ai clienti l'entusiasmo e la passione per la moda responsabile che caratterizza Yamamay. Come si evince dal Codice Etico dell'Azienda sono fondamentali i valori di fiducia, trasparenza, equità e rispetto reciproco.

Attraverso il Codice Etico Yamamay si impegna a rispettare una serie di principi fondamentali per la gestione delle risorse. Tra questi è da segnalare il Principio di “pari opportunità, inclusione e tutela delle condizioni di lavoro”, da rispettare sia al momento dell'assunzione sia nel prosieguo del rapporto lavorativo, assicurando un trattamento equo e meritocratico. L'Azienda è, inoltre, molto attenta al rispetto dei principi fondamentali relativi ai 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. Questo approccio promuove un clima lavorativo positivo, e contribuisce anche al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Sempre nella stessa ottica l'Azienda monitora la soddisfazione delle proprie risorse attraverso survey di clima periodici. 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 pro-

muove 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 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. L'ottenimento della certificazione per la parità di genere UNI EN ISO 125:2022 a marzo 2025 rappresenta una cosciente presa di posizione da parte di Yamamay nonché una ferma volontà orientata alla valorizzazione delle diversità e dell'empowerment femminile e al raggiungimento della parità di genere. In quest'ottica ha lavorato il Comitato Guida che ha ampiamente abbracciato un approccio attento alle differenze con l'obiettivo di porre le basi per un'organizzazione più inclusiva, impegnandosi, da un lato, a rispettare l'obbligo di non discriminazione, dall'altro, impegnandosi a riconoscere le differenze e ad adottare azioni per l'auspicabile raggiungimento di una parità di fatto. La certificazione della parità di genere riguar-

da solo il perimetro Italia (HQ e Negozi) nonostante le politiche siano estese a tutto il perimetro del Gruppo. Al fine di ottenere la Certificazione, Yamamay (rappresentata dal Comitato Guida) ha redatto appositi kit documentali necessari a dare evidenza delle azioni (semplici, misurabili, raggiungibili e realistiche) attuate per ciascun tema identificato dalla politica, ovvero:

- ♦ selezione ed assunzione (recruitment);
- ♦ gestione della carriera;
- ♦ equità salariale;
- ♦ genitorialità e cura;
- ♦ conciliazione dei tempi vita-lavoro (work-life balance);
- ♦ prevenzione di ogni forma di abuso/molestie.

Le azioni sono monitorate attraverso un dettagliato piano strategico relativo al triennio di certificazione, ridiscusso ogni sei mesi in occasione del riesame della direzione.

Pilastro fondamentale del sistema della parità di genere è la Politica di Diversità, Equità, Inclusione e Parità di Genere, adottata a partire da ottobre 2024, elaborata in stretta connessione di intenti e sinergia di azioni con il Codice Etico di Yamamay rilasciato nel mese di aprile dello stesso anno.



OBIETTIVI PRINCIPALI

- ◇ Aumento della partecipazione femminile nel mercato del lavoro.
- ◇ Riduzione del divario retributivo e pensionistico tra uomini e donne.
- ◇ Promozione della parità nei processi decisionali.
- ◇ Contrasto agli stereotipi e alla violenza di genere.
- ◇ Creazione di un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso.

GOVERNANCE E RESPONSABILITÀ

- ◇ La funzione Risorse Umane è responsabile della strategia di inclusione e parità di genere.
- ◇ Un Comitato CSR, Diversity & Inclusion monitora e promuove iniziative in materia.
- ◇ È inoltre istituito un Comitato Guida per la Parità di Genere, coordinato dalla figura Responsabile del Sistema della Parità.

POLITICHE AZIENDALI

- ◇ Parità di genere attraverso la promozione di un ambiente di lavoro equo attraverso selezione imparziale, equità salariale e support

to alla genitorialità.

- ◇ Inclusione generazionale favorendo il dialogo tra persone di diversa fascia di età e facilitando la trasmissione di competenze.
- ◇ Supporto alla disabilità con politiche di inclusione per lavoratori/lavoratrici con diverse abilità.
- ◇ Interculturalità attraverso la valorizzazione della diversità culturale per migliorare innovazione e competitività.
- ◇ Work-life balance con politiche di conciliazione tra vita privata e lavoro per migliorare il benessere aziendale.
- ◇ Diffusione della cultura della diversità con investimenti in formazione e sensibilizzazione, con campagne di comunicazione, programmi di mentoring e strumenti per la segnalazione di eventuali discriminazioni o abusi.

APPLICAZIONE E MONITORAGGIO

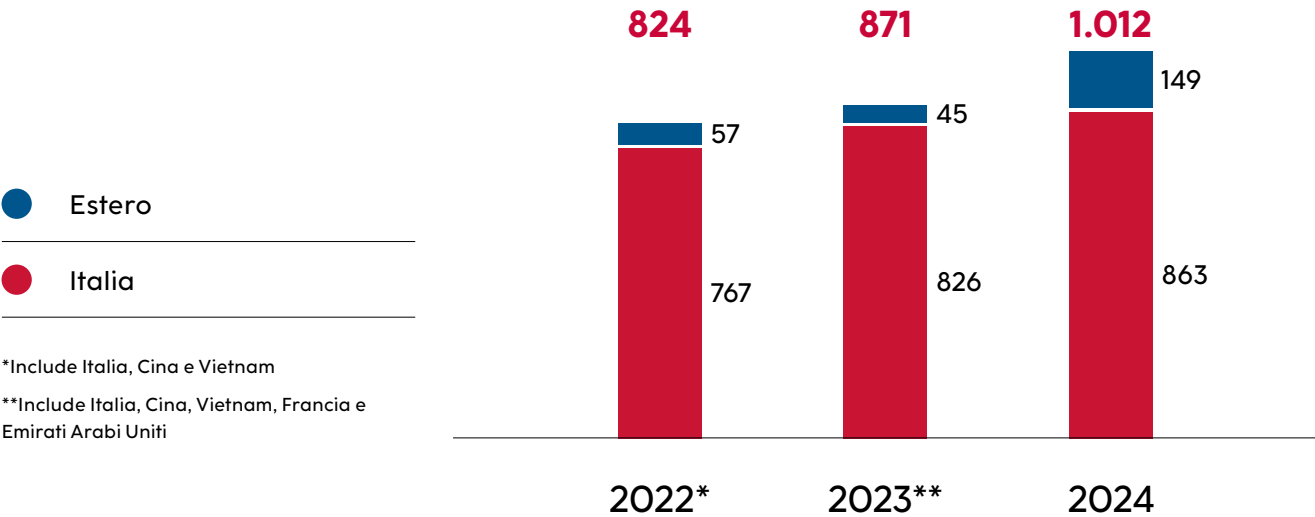
L'azienda prevede il monitoraggio costante delle politiche di Diversity & Inclusion, la promozione di pratiche manageriali inclusive e la revisione periodica della politica per adeguarsi a normative e best practices.

Composizione del personale

Nel 2024 i dipendenti del Gruppo Yamamay sono stati 1012 di cui 943 donne e 69 uomini, confermando una prevalenza femminile che caratterizza storicamente la popolazione aziendale. La numerica riflette il perimetro di rendicontazione di sostenibilità che a partire dal 2024 include le società consolidate sulla base del perimetro del bilancio consolidato anche in ottica prodromica al recepimento della Direttiva CSRD. Tuttavia, si segnala che, a fronte di questo cambiamento, il confronto diretto con i dati degli anni precedenti non è comparabile, in quanto i valori attuali includono informazioni e dinamiche relative a entità che in

passato non rientravano nel perimetro di analisi. L'Italia si conferma il Paese con il maggior numero di dipendenti, pari a 863 persone, seguita da Piacenza (82) e Asia Pacific (17). Le altre sedi estere - tra cui Francia, UAE, Cina e Vietnam - contribuiscono in misura minore, ma rappresentano tasselli importanti della strategia internazionale, sia commerciale sia di monitoraggio della catena di fornitura. L'analisi della composizione per genere evidenzia un forte orientamento femminile in tutte le sedi, coerente con il contesto retail in cui l'Azienda opera.

Numero di dipendenti



Nel 2024 si osserva un’importante evoluzione nella distribuzione del personale del Gruppo tra sedi centrali e punti vendita, anche a seguito dell’ampliamento del perimetro di rendicontazione. Il numero complessivo di dipendenti impiegati negli **headquarter e uffici** ammonta a 202 persone, con una significativa crescita rispetto agli anni precedenti, dovuta principalmente all’estensione del perimetro. L’Italia rappresenta il polo principale, con 151 persone, pari a circa il 75% del totale HQ, seguita dalla Cina con 23 unità. Parallelamente, il personale impiegato nei **punti vendita** raggiunge le 810 unità, con una netta prevalenza in Italia, a conferma della forte presenza retail sul territorio nazionale. Anche in questo ambito si registra un’estensione della rendicontazione che coinvolge nuove aree geografiche come Pianoforte Croazia (75 dipendenti nei negozi) e Pianoforte Asia Pacific.

Composizione del personale Italia ed estero

Paese	Collabora- tori uomini 2022	Collabora- trici donne 2022	Totale col- laboratori 2022	Collabora- tori uomini 2023	Collabora- trici donne 2023	Totale col- laboratori 2023	Collabora- tori uomini 2024	Collabora- trici donne 2024	Totale col- laboratori 2024
Italia	55	712	767	56	770	826	56	807	863
Francia	0	0	0	0	5	5	0	8	8
UAE	0	0	0	1	13	14	1	15	16
Cina	2	21	23	2	21	23	3	20	23
Vietnam	0	3	3	0	3	3	0	3	3
Croazia	0	0	0	0	0	0	1	81	82
Asia Pacific	0	0	0	0	0	0	8	9	17
Totale	57	736	793	59	812	871	69	943	1.012

Headquarter/Uffici

Paese	Collaboratori uomini 2024	Collaboratrici donne 2024	Totale collaboratori 2024
Italia	40	111	151
Francia	0	0	0
UAE	1	0	1
Cina	3	20	23
Vietnam	0	3	3
Croazia	1	6	7
Asia Pacific	8	9	17
Totale	53	149	202

Negozi diretti

Paese	Collaboratori uomini 2024	Collaboratrici donne 2024	Totale collaboratori 2024
Italia	16	696	712
Francia	0	8	8
UAE	0	15	15
Cina	0	0	0
Vietnam	0	0	0
Croazia	0	75	75
Asia Pacific	0	0	0
Totale	16	794	810

Nel 2024 il personale non dipendente è presente esclusivamente in Italia, dove il Gruppo si avvale della collaborazione di 3 risorse esterne, di cui 2 uomini e 1 donna. Queste collaborazioni, seppur limitate, rispondono a specifiche esigenze professionali e progettuali, mantenendo una struttura organizzativa prevalentemente basata su rapporti di lavoro dipendente.



Distribuzione dipendenti per tipologia contrattuale

La distribuzione per tipologia contrattuale evidenzia una forte prevalenza di rapporti a tempo indeterminato, che rappresentano circa il 65% del totale (659 dipendenti). La componente temporanea riguarda 271 persone, mentre sono presenti 77 contratti di apprendistato, tutti concentrati in Italia.

La fotografia contrattuale varia sensibilmente da Paese a Paese: l'Italia, che rappresenta la realtà più strutturata del Gruppo, impiega 552 dipendenti a tempo indeterminato, a fronte di 234 contratti temporanei e 77 apprendistati. Le altre sedi, come Croazia e Asia Pacific, mostrano una struttura più snella ma comunque basata prevalentemente su contratti permanenti (83 in Croazia e 6 in Asia Pacific). In Vietnam, Cina e UAE si rileva la presenza di un numero contenuto di contratti temporanei, in linea con le dimensioni e le funzioni locali.

Dipendenti per tipologia contrattuale (Italia + estero)



Distribuzione dipendenti per tipologia di impiego

Nel 2024 il totale dei dipendenti del Gruppo è suddiviso in **55% con contratto part-time** (557 persone) e **45% con contratto full-time** (455 persone), confermando la prevalenza del lavoro a tempo parziale, tipica del settore retail. Questa tendenza si riflette in particolare in Italia, dove il part-time rappresenta circa l'**64%** dei contratti attivi (555 su 863), con una marcata componente femminile: il **98,6%** dei part-time è ricoperto da donne (547 su 555).

Rispetto al 2023, la quota di contratti part-time è aumentata in valore assoluto, ma è diminuita leggermente in termini percentuali (dal **60%** circa del 2023 al **55%** del 2024), a fronte di una crescita più marcata dei contratti full-time, che passano da 351 a 455 unità. Questo cambiamento è attribuibile principalmente all'ingresso nel perimetro di realtà come **Pianoforte Croazia** e **Asia Pacific**, che impiegano prevalentemente personale a tempo pieno.

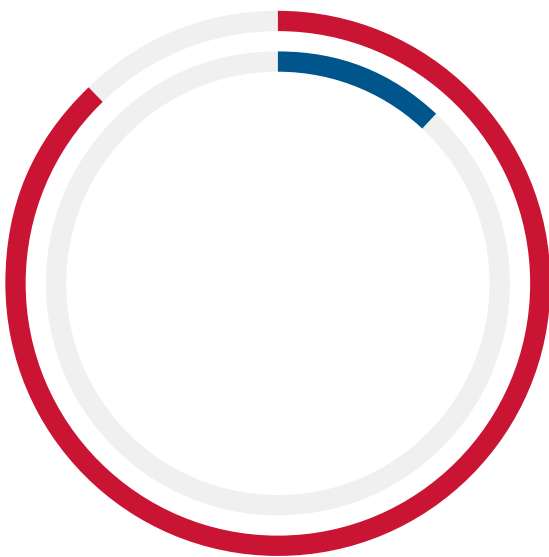
Dal punto di vista del genere, le donne rappresentano l'**85%** circa dei dipendenti part-time (548 su 557) e l'**87%** dei dipendenti full-time (395 su 455), confermando una composizione fortemente femminile trasversale a tutte le forme contrattuali.

Di seguito è riportata la distinzione dei dipendenti per tipologia di impiego suddivisa tra sede e punti vendita.

Dipendenti per tipologia di impiego (sede o uffici)

● **88%**
Full-time

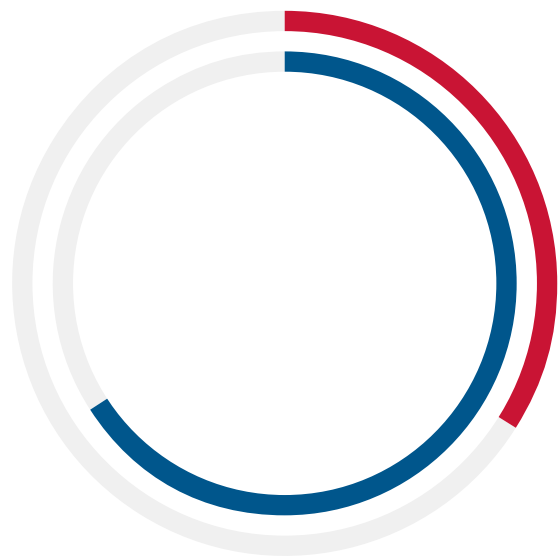
● **12%**
Part-time



Dipendenti per tipologia di impiego (negozi)

● **34%**
Full-time

● **66%**
Part-time



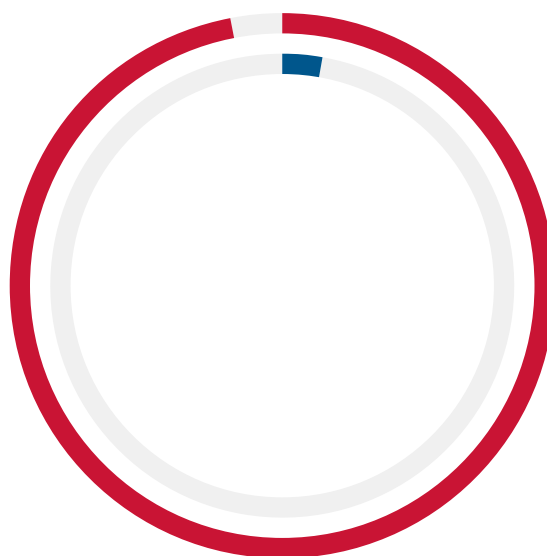
Distribuzione delle assunzioni per età e genere

Nel corso del 2024, il Gruppo ha registrato un totale di 561 nuove assunzioni, con una significativa prevalenza femminile: 97% dei nuovi ingressi riguarda infatti donne. La distribuzione per fasce d'età evidenzia un forte orientamento verso i profili più giovani: il 53% delle assunzioni riguarda persone con meno di 30 anni, mentre il 42% si concentra nella fascia tra i 30 e i 50 anni. Solo il 4% delle assunzioni ha riguardato persone con più di 50 anni, confermando un trend di inserimento prevalentemente giovanile in linea con gli anni precedenti.

Distribuzione delle entrate per genere

● **97%**
Donna

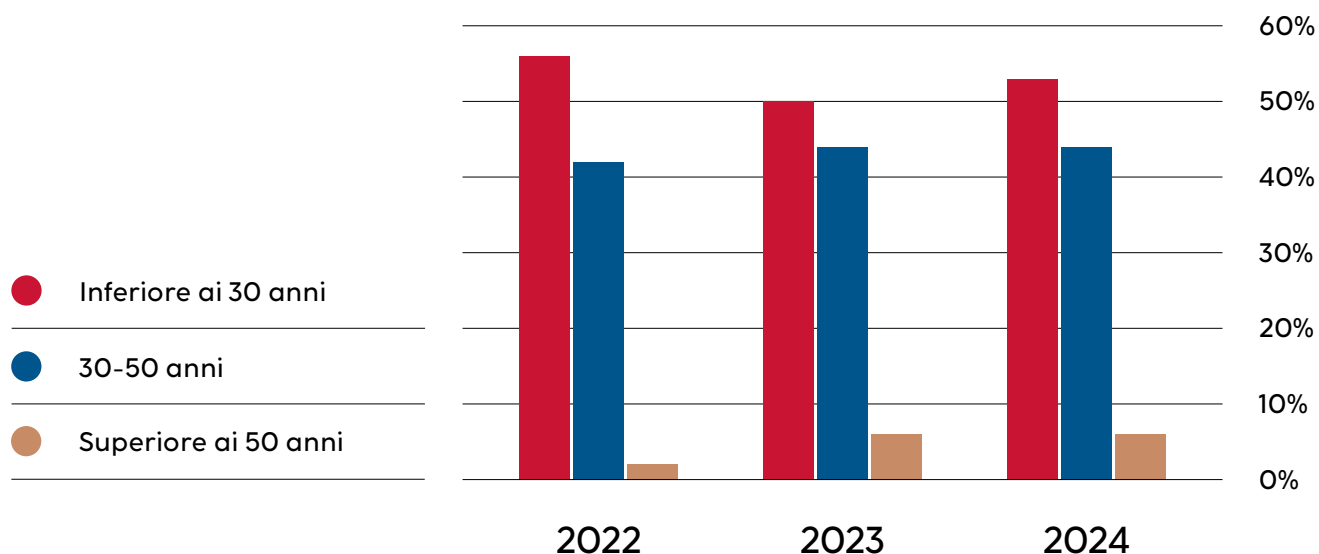
● **3%**
Uomo



L'analisi della distribuzione delle nuove assunzioni per fascia d'età nel triennio 2022-2024 evidenzia una sostanziale coerenza nel tempo, con una costante prevalenza della fascia **under 30**, che si conferma la più rappresentata anche nel 2024 (circa **53%**), pur in leggera diminuzione rispetto al 2022 (**oltre 55%**). Parallelamente, la quota di ingressi nella fascia **30-50 anni** mostra una leggera crescita, passando dal **42%** circa del 2022 a **oltre il 44%** nel 2023 e 2024, a testimonianza di un progressivo bilanciamento generazionale.

Infine, sebbene resti residuale, si registra un lieve ma costante aumento della fascia **over 50**, che dal **2-3%** del 2022 è salita al **6%** nel 2023 e si mantiene stabile anche nel 2024. Questo dato suggerisce un'attenzione crescente, seppur ancora marginale, all'inclusione di profili senior, in un'ottica di maggiore diversificazione anagrafica e valorizzazione dell'esperienza.

Distribuzione delle entrate per età



Distribuzione delle uscite per età e genere

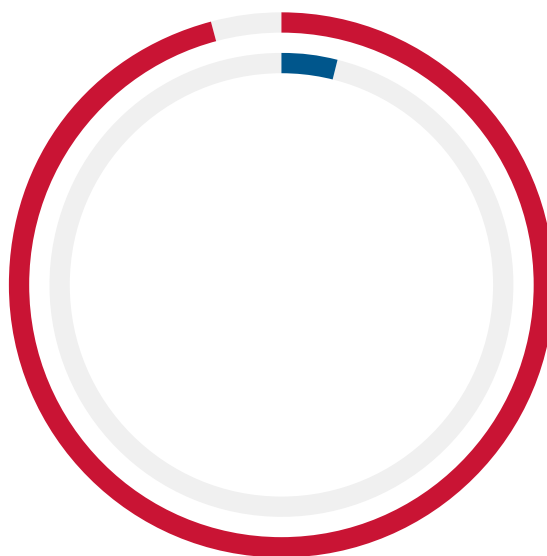
Nel 2024 il Gruppo ha registrato un totale di 519 uscite. La fascia d'età più interessata dalle uscite è quella under 30, che rappresenta il 49% del totale, seguita dalla fascia 30-50 anni con il 47%. Solo il 4% delle cessazioni ha riguardato dipendenti over 50.

La maggior parte delle uscite si è concentrata in Italia, in linea con il peso numerico e strutturale del Paese all'interno del Gruppo. Tra le sedi estere, Francia e Croazia presentano numeri più significativi, ma comunque contenuti, mentre gli altri Paesi registrano solo singoli casi.

Distribuzione delle uscite per genere

96%
Donna

4%
Uomo



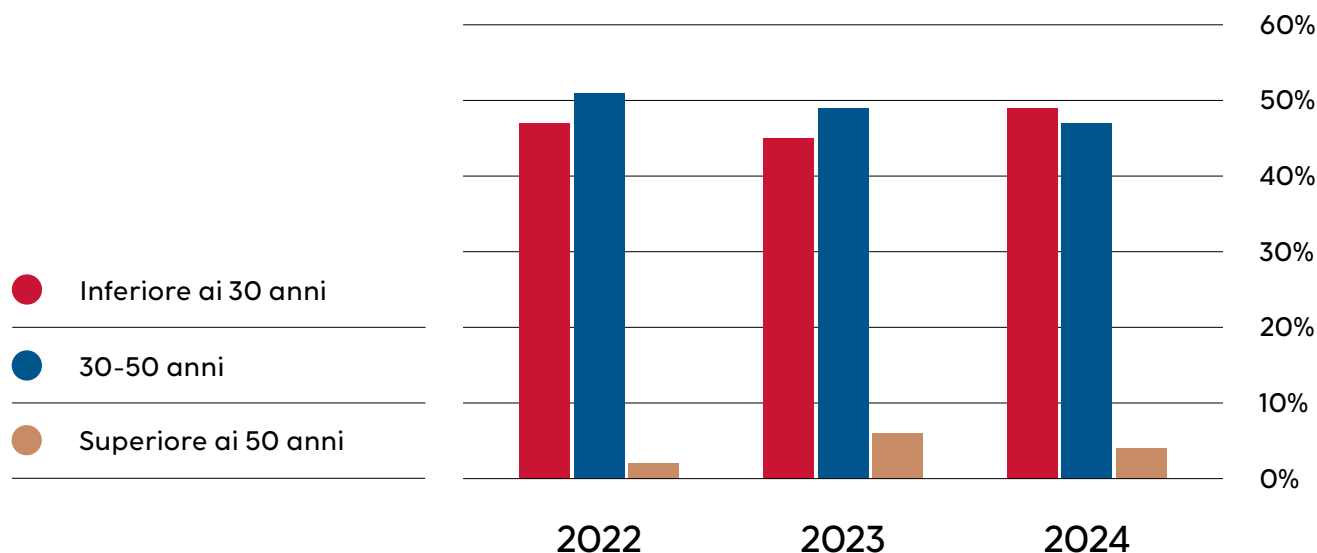
L'analisi della distribuzione delle uscite per fascia d'età nel triennio 2022-2024 evidenzia un andamento complessivamente stabile, con alcune variazioni significative. Nel 2022 la fascia **30-50 anni** era la più rappresentata tra le cessazioni, con oltre il **50%** delle uscite, mentre gli under 30 si attestavano poco sotto il 50%.

Nel 2023 si è osservata una lieve inversione: la quota di uscite tra gli **under 30** è diminuita (circa **45%**), mentre è aumentata la percentuale di cessazioni nella fascia **over 50**, che ha raggiunto il suo massimo triennale, superando il **6%**.

Nel 2024 la situazione si riequilibra: gli **under 30** tornano ad essere la fascia più coinvolta nelle uscite (**circa 49%**), superando nuovamente la fascia **30-50 anni** (**47%**). Le uscite degli **over 50** calano lievemente rispetto all'anno precedente, tornando al di sotto del **5%**.

Nel complesso, il grafico mostra come la fascia under 30 sia storicamente la più dinamica in termini di turnover, mentre le fasce più adulte tendono a una maggiore stabilità, pur con segnali di progressiva mobilità anche tra i profili senior.

Distribuzione delle uscite per età



Tasso di turnover

La struttura occupazionale di Yamamay presenta una naturale variabilità durante l'anno, dovuta in gran parte alla ciclicità che caratterizza l'attività nei punti vendita, soprattutto nei periodi promozionali come saldi e festività. Questi momenti comportano un'intensificazione dell'operatività e, di conseguenza, un aumento delle nuove assunzioni per rispondere tempestivamente alla maggiore affluenza e alle esigenze organizzative. Nel 2024, il tasso di ingresso del personale si attesta complessivamente al 6%, mentre il tasso di uscita è pari al 56%, valori che evidenziano una realtà in costante movimento. I negozi, in particolare, mostrano livelli elevati di ricambio: 76% di entrate e 69% di uscite, in linea con la flessibilità richiesta

dal contesto retail e dalla presenza significativa di contratti a termine o stagionali. Diversamente, le sedi aziendali presentano una dinamica più contenuta: il tasso di entrata è del 9%, mentre quello di uscita raggiunge il 12%. In questi ambiti, le cessazioni derivano per lo più da scelte personali dei dipendenti. Quando invece è l'Azienda a concludere un rapporto di lavoro, viene messo a disposizione un servizio di accompagnamento alla ricollocazione, che supporta le persone nell'orientamento e nel reinserimento professionale, contribuendo a ridurre i tempi di inattività e valorizzare le competenze nel mercato del lavoro. Questi indicatori confermano la duplice identità dell'organizzazione: da un lato una rete vendita dinamica e adattabile, dall'altro una componente corporate più stabile, orientata alla crescita e alla continuità.

Paese	Turnover in entrata	Turnover in uscita
Sedi	9%	12%
Negozi	76%	69%
Totale	61%	56%



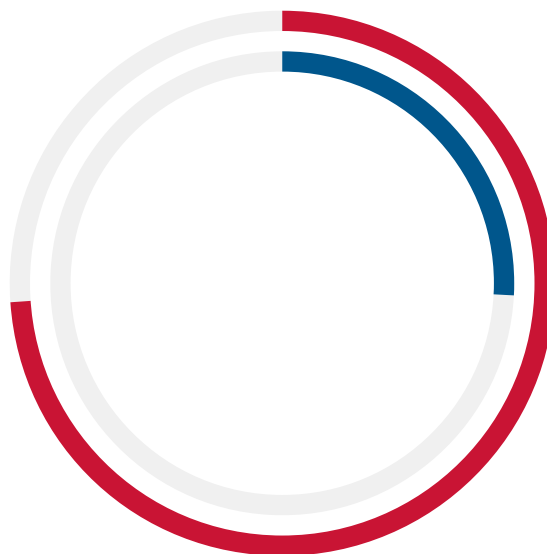
Diversità, pari opportunità e inclusione

La distribuzione per genere evidenzia una presenza femminile particolarmente marcata sia nelle sedi (74% del totale) sia nei punti vendita (oltre il 98%), in linea con la composizione storica della forza lavoro del Gruppo e con le caratteristiche del settore.

Sede

● **74%**
Donne

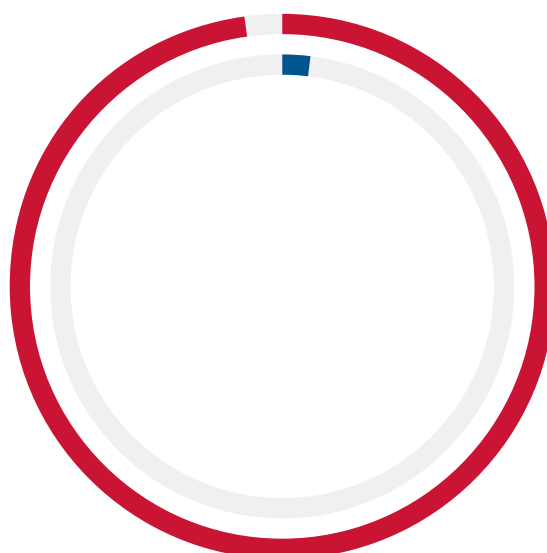
● **26%**
Uomini



Punti vendita

● **98%**
Donne

● **2%**
Uomini



Dipendenti per inquadramento

Nel 2024, l'organico di Yamamay presenta una distribuzione per inquadramento coerente con la struttura organizzativa dell'azienda. La maggior parte dei dipendenti rientra nella categoria di impiegati, riflettendo la natura operativa e commerciale dell'attività aziendale. Le figure dei quadri e dei dirigenti, pur rappresentando una percentuale minore, svolgono ruoli chiave nella gestione e nel coordinamento delle diverse funzioni aziendali. Questa suddivisione evidenzia un equilibrio tra le esigenze operative e quelle strategiche, garantendo un'efficace gestione delle risorse umane e un'adeguata copertura delle competenze necessarie per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Paese	Categoria di dipendente	2024			Totale
		Inferiore ai 30 anni	30-50 anni	Superiore ai 50 anni	
Italia	Dirigente	0	1	2	3
	Quadro	0	10	11	21
	Impiegato	255	518	66	839
	Operaio	0	0	0	0
Francia	Dirigente	0	0	0	0
	Quadro	0	0	0	0
	Impiegato	0	5	3	8
	Operaio	0	0	0	0
UAE	Dirigente	0	1	0	1
	Quadro	0	2	0	2
	Impiegato	5	6	2	13
	Operaio	0	0	0	0
Cina	Dirigente	0	2	0	2
	Quadro	0	2	0	2
	Impiegato	2	9	0	11
	Operaio	0	8	0	8
Vietnam	Dirigente	0	0	0	0
	Quadro	0	0	0	0
	Impiegato	0	0	0	0
	Operaio	0	3	0	3
Croazia	Dirigente	0	1	0	1
	Quadro	0	1	1	2
	Impiegato	13	57	9	79
	Operaio	0	0	0	0
Asia Pacific	Dirigente	0	2	0	2
	Quadro	0	3	0	3
	Impiegato	2	4	2	8
	Operaio	1	3	0	4
Totale	Dirigente	0	7	2	9
	Quadro	0	18	12	30
	Impiegato	277	599	82	958
	Operaio	1	14	0	15

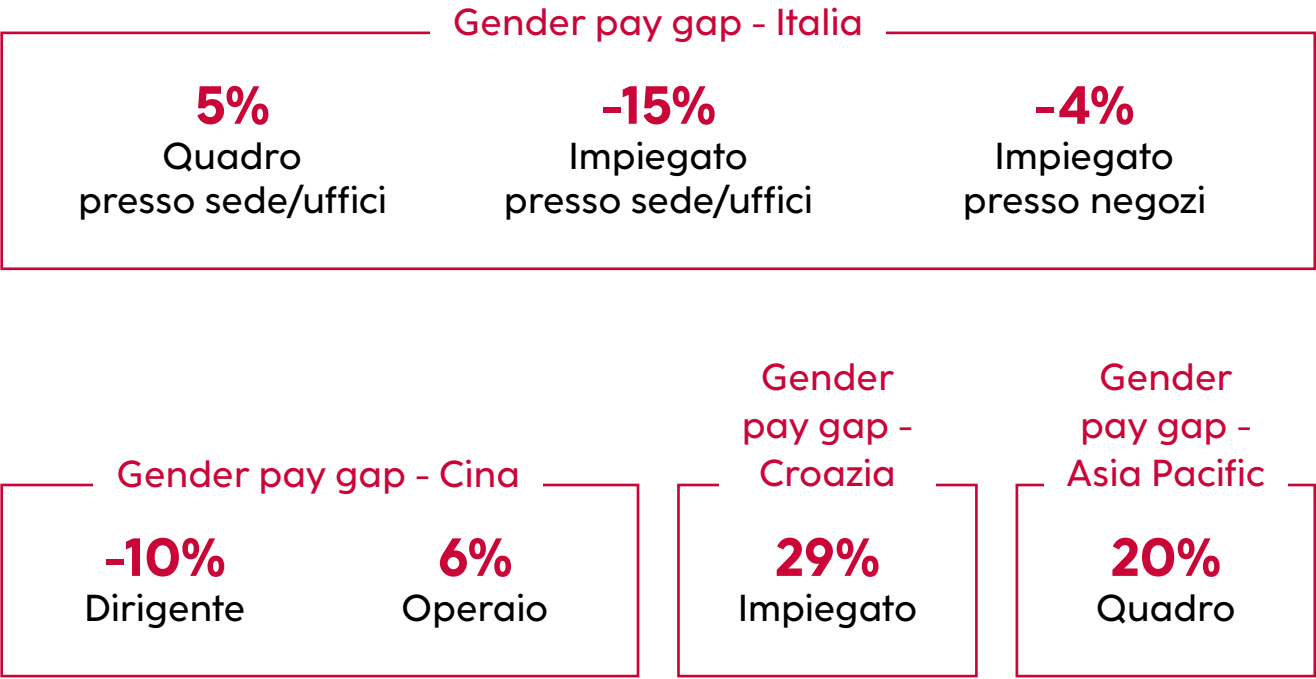


Rapporto nella remunerazione delle donne rispetto agli uomini

Yamamay adotta una politica retributiva fondata sul merito, applicando criteri trasparenti e oggettivi nella determinazione delle retribuzioni, con l'obiettivo di prevenire ogni forma di discriminazione di genere. Nel corso dell'anno di rendicontazione, l'Azienda ha condotto un'analisi approfondita del gender pay gap all'interno dell'organizzazione, prendendo in esame sia il personale impiegato nelle sedi che quello attivo nei punti vendita. I risultati emersi da questa analisi hanno confermato la presenza di alcune disparità salariali, che Yamamay si impegna a ridurre progressivamente attraverso l'adozione di politiche retributive sempre più eque e orientate al merito.

Nel riquadro sottostante è riportato il gender pay gap suddiviso tra **sede** e **negozi**, con un dettaglio per **Paese**, al fine di rendere l'analisi il più concreta e rappresentativa possibile delle diverse realtà aziendali. Questa distinzione consente di cogliere in modo puntuale eventuali differenze a livello geografico e organizzativo. Nei casi in cui il gender pay gap non è indicato, ciò è dovuto all'impossibilità di effettuare il calcolo a causa dell'assenza di dipendenti uomini o donne all'interno della specifica categoria di personale considerata.

Il gender pay gap è stato calcolato utilizzando la formula standard, prevista anche dai nuovi standard di rendicontazione: la differenza tra la retribuzione media oraria lorda degli uomini e quella delle donne, divisa per la retribuzione media oraria lorda degli uomini, espressa in percentuale.



Libertà di associazione e contrattazione collettiva

Yamamay riconosce e promuove il diritto fondamentale dei propri dipendenti alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva, ritenendoli elementi essenziali per costruire un ambiente di lavoro equo e partecipativo. L'Azienda si impegna a garantire un contesto in cui ogni persona possa esprimere liberamente le proprie opinioni e aderire, ove desiderato, ad associazioni sindacali, nel pieno rispetto delle normative locali. Sebbene all'interno dell'organizzazione non sia presente una rappresentanza sindacale interna, Yamamay mantiene un dialogo costante con i rappresentanti sindacali di Confindustria, in quanto associata, per definire accordi che tutelino in modo equilibrato i diritti dei lavoratori e le esigenze aziendali. In Italia, tutti i dipendenti sono coperti da contrattazione collettiva nazionale (CCNL del Commercio Terziario) e tale copertura si estende anche alla Francia, dove si applicano le disposizioni previste dalla normativa locale in materia di relazioni sindacali e diritti del lavoro.

Tasso di copertura da CCNL o sistemi analoghi all'estero	2022	2023	2024
Italia	100%	100%	100%
Francia	100%	100%	100%

Tasso di sindacalizzazione	2022	2023	2024
Italia	4%	3%	5%
Francia	100%	100%	100%

Negli altri Paesi esteri in cui Yamamay è presente, non sono previste forme di contrattazione collettiva equivalenti a quelle adottate in Italia o in Francia. In questi contesti, l'Azienda applica la normativa del lavoro vigente a livello locale, nel rispetto delle leggi e dei diritti fondamentali dei lavoratori, pur in assenza di specifici accordi collettivi di riferimento.



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. Attraverso la Certificazione per la Parità di Genere Yamamay garantisce una gestione sempre più equa e inclusiva delle risorse umane, con procedure di selezione trasparenti e una valorizzazione delle competenze basata esclusivamente sul merito. 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 un portale dedicato 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 del gruppo 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 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.

Yamamay continua a rafforzare il legame tra istruzione e mondo del lavoro, promuovendo iniziative che favoriscono l'inserimento dei giovani talenti nel settore della moda e del retail.

Nel 2024, l'Azienda ha accolto alcune delle studentesse dell'Accademia Arte & Moda di Sassari per una visita didattica presso l'Headquarters, a Gallarate. L'incontro ha permesso a 6 studentesse di vivere un'esperienza immersiva nel processo produttivo, grazie al supporto della Responsabile

dell'ufficio Modelleria e del suo team di modelliste e modellisti.

Durante la giornata, le studentesse hanno partecipato a sessioni pratiche su:

- ♦ creazione di schede tecniche sul software PLM (Product Lifecycle Management) e CAD;
- ♦ sviluppo di cartamodelli in 2D;
- ♦ fitting con la prototipia;
- ♦ aggiornamento delle schede tecniche con feedback sul fitting e sulla lavorazione;
- ♦ revisione dei cartamodelli in Assyst;
- ♦ sessione con le fashion designer per l'avvio di nuovi progetti.

Questa iniziativa ha permesso alle studentesse di confrontarsi con esperti del settore e acquisire competenze pratiche in un contesto aziendale reale, consolidando il legame tra Yamamay e il mondo accademico. A ulteriore conferma di questa collaborazione di successo, nel mese di giugno 2025 Yamamay accoglierà una studentessa dello stesso istituto per un'esperienza formativa di due settimane all'interno dell'ufficio Fashion Design. Questo percorso di alternanza scuola-lavoro le offrirà l'opportunità di affiancare il team creativo, approfondire le fasi di sviluppo prodotto e acquisire competenze pratiche in un ambiente stimolante e dinamico.

Nel mese di ottobre 2024, Yamamay ha inoltre accolto una studentessa nell'ambito di un'esperienza di alternanza scuola-lavoro in collaborazione con GrowME Academy Srl, una giovane realtà educativa di Varese. La studentessa ha trascorso una settimana all'interno dell'Ufficio Stile, dove ha avuto l'opportunità di seguire da vicino il processo di sviluppo della collezione, collaborando con il team di fashion designer. Durante il percorso, ha partecipato ad attività di ricerca sulle tendenze di mercato, supportando inoltre le attività di back-office e archiviazione. Questa esperienza ha consentito alla studentessa di approfondire le dinamiche del settore moda e acquisire competenze utili per il proprio percorso formativo.

Inoltre, il 19 novembre 2024, Yamamay ha ospitato quattro studenti dell'Istituto Gadda Rosselli di Gallarate, scuola secondaria superiore, tra cui due partecipanti al programma Erasmus. L'istituto collabora con Yamamay tramite una convenzione attiva che permette agli studenti di svolgere esperienze di alternanza scuola-lavoro all'interno dell'Azienda.

L'incontro è stato organizzato per rispondere all'esigenza della scuola di fornire agli studenti strumenti pratici per la realizzazione di presentazioni aziendali su temi di comunicazione e marketing. A tal fine, Yamamay ha condiviso materiali esistenti, tra cui video e documenti già utilizzati internamente, permettendo agli studenti di immergersi nel contesto aziendale e comprendere come strutturare in modo efficace una presentazione professionale.

Oltre alle collaborazioni con istituti scolastici e accademie italiane, Yamamay ha continuato a investire nella formazione e nello sviluppo di giovani talenti anche a livello internazionale, promuovendo iniziative che uniscono arte, moda e cultura.

In questo contesto si inserisce il progetto "SOUL and ICONS of BRAZIL: Art & Design Competition", promosso da Carpisa e Yamamay con il patrocinio morale del CONI Brasile. Il contest, rivolto agli studenti ed ex allievi dell'Istituto Europeo di Design (IED) di Rio de Janeiro, ha offerto l'opportunità di esprimere la propria creatività attraverso la realizzazione di una linea di prodotti *art & fashion* ispirati all'anima e alle icone del Brasile.

Gli artisti Amir Slama (Brasile) e Alessandro Ciambrone (Italia) hanno diretto artisticamente la competizione, selezionando due vincitori.

L'iniziativa è stata lanciata a febbraio 2024 presso Casa Italia - IED di Rio, con la realizzazione del murale dell'amicizia Napoli-Rio, inaugurato il 24 febbraio in occasione del lancio ufficiale della competizione. Il contest ha preso ispirazione dai tratti distintivi della cultura brasiliana, dalle arti

figurative ai colori del Carnevale, dallo sport alla danza e alla musica, fino alle icone dei contesti urbani più rappresentativi del Paese.

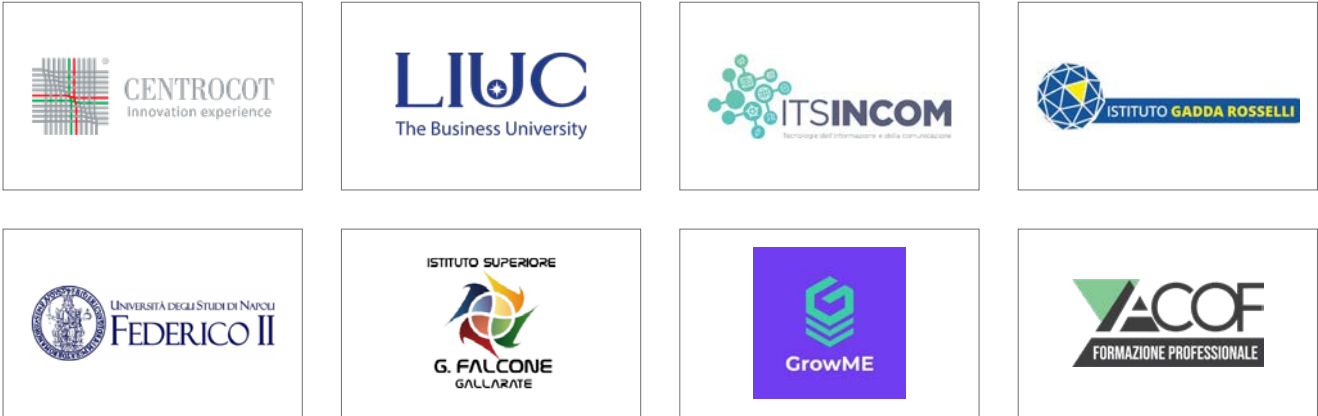
La scelta della data non è stata casuale: il 21 febbraio 2024 si sono celebrati i 150 anni di emigrazione italiana in Brasile, dove oggi risiede la più grande collettività di italo-discendenti al mondo, stimata in circa 32 milioni di persone. Carpisa e Yamamay, da sempre promotori di cooperazioni artistiche, culturali e imprenditoriali con il Brasile, confermano il loro impegno nella valorizzazione dei giovani talenti e nello sviluppo di progetti innovativi a livello internazionale.

A seguito dell'iniziativa promossa in collaborazione con IED Brasile, Yamamay ha continuato la collaborazione con l'Istituto ospitando una delle vincitrici della competizione in qualità di auditor. Il suo contributo ha favorito il buon esito del progetto, offrendole l'opportunità di affiancare il team creativo di Yamamay Italia.

Questa iniziativa rappresenta un ulteriore tassello nell'impegno di Yamamay verso la formazione e il supporto ai giovani talenti, rafforzando il legame tra il mondo dell'istruzione e quello del lavoro e creando nuove opportunità di crescita professionale anche a livello internazionale.

Università e istituti con cui collabora Yamamay

Convenzioni utilizzate nel 2024



Altre convenzioni



Formazione

5
Stage
curricolari

22
Stage
extra-curricolari
presso la sede
(4 assunti nel 2024)

222
Stage
extra-curricolari
presso i negozi
(41 assunti nel 2024)

7
Studenti ospitati
con programma
di alternanza
scuola-lavoro

3.2 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, 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.

Breakdown ore formazione erogata nel 2024 Italia

Modalità di erogazione	Sede e Negozi diretti	Affiliati	Totale
A distanza	13.040	5.365	18.405
In aula	6.987	3.440	10.427
On the job	3.734	592	4.327
Totale	23.761	9.397	33.159

Portale Yamacademy

Il portale Yamacademy costituisce un supporto fondamentale alle attività formative, fungendo da contenitore virtuale per materiali didattici e strumenti formativi.

Con l'upgrade del portale aziendale Yamamay Experience anche il portale Yamacademy è stato rinnovato nella struttura e nei contenuti, con l'obiettivo di rendere ancora più semplice per l'utente consultare i materiali di interesse, iscriversi ai corsi in calendario, completare il proprio profilo.

Il portale Yamacademy, consente di:

- ♦ consultare il calendario e iscriversi ai corsi;
- ♦ accedere a Yamapp e alle piattaforme e-learning utilizzate per training specifici come cyber security e sicurezza sul lavoro base;
- ♦ scaricare il materiale didattico, che include linee guida aziendali, manuali relativi a diversi temi o all'utilizzo di software, listini prodotto;
- ♦ effettuare i test talent.

Yamapp

Il 2024 ha visto un aumento significativo della popolazione attiva, che è passata dal 75% del 2023 all'83%: gli attivi sono cresciuti in particolar modo nei negozi diretti e outlet, con una media dell'88%. L'impegno dei dipendenti di negozio è stato molto elevato, a conferma che il metodo Yamapp si è ormai radicato nelle abitudini dei partecipanti.

La precisione media su tutti i percorsi, rappresentata dalla quantità di risposte corrette medie si conferma in linea con gli anni precedenti: 78%.

L'efficacia del Test OUT, in leggero aumento rispetto al 2023, si attesta all'88%: gli utenti Yamapp sono oggettivamente più preparati alla fine di ogni percorso.

Confrontando la precisione media delle Quest

(78%) con l'efficacia media del test out (88%) abbiamo già una conferma dell'efficacia dell'apprendimento tramite Yamapp.

Le statistiche raccolte dimostrano inoltre che gli utenti utilizzano l'App con costanza: il 78% degli utenti complessivi si allenano regolarmente, dato stabile da quattro anni, superiore alla media mondiale della formazione digitale e rilevante a livello scientifico.

Anche nel 2024, l'Azienda ha replicato il successo degli anni precedenti organizzando il Campionato Yamapp. Tutte le risorse hanno avuto l'opportunità di mettersi alla prova allenandosi in tutti i moduli formativi disponibili e lanciando sfide a quiz ai membri delle squadre avversarie. In occasione del brindisi natalizio, si è svolta la finale del campionato, seguita dalla premiazione delle squadre vincitrici di sede e di negozio. Ciascun membro dei team vincenti ha ricevuto un importo da utilizzare per servizi di welfare.

Training XStore

Yamapp si è confermata un alleato fondamentale per Yamacademy: nel 2024, con l'introduzione del nuovo sistema di cassa e reporting XStore, è stata infatti utilizzata da tutti i dipendenti della catena diretti per il training sull'utilizzo del software.

In collaborazione con IT Department, Yamacademy ha pubblicato un modulo completamente dedicato all'addestramento XStore, costituito da materiale esplicativo delle modalità di utilizzo del nuovo programma, con video-pillole e test intermedi di verifica dell'apprendimento. Nel corso dell'anno, 860 risorse si sono allenate per un numero complessivo di ore pari a 4377, in media circa 5 ore a testa. Le due squadre, IT e formazione, hanno lavorato in sinergia per l'intero periodo di rollout, garantendo che tutte le risorse adibite all'utilizzo della cassa fossero formate entro la data di installazione programmata. Forti della riuscita del progetto, nel 2025 replicheremo la stessa formula anche per la catena franchising.

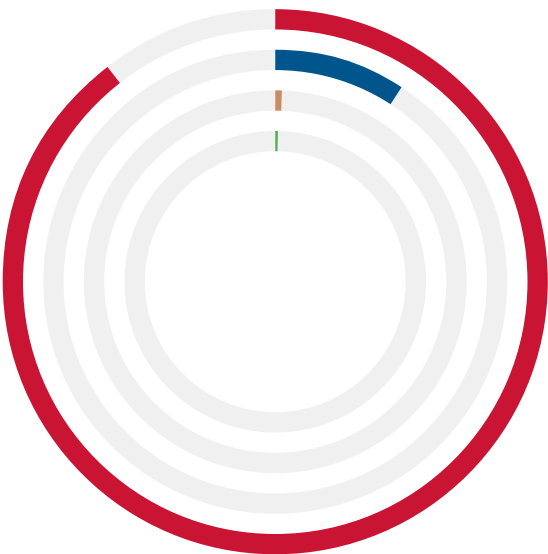
Livello di allenamento della popolazione attiva

● **89,60%**
Regolare

● **9,30%**
Da sollecitare

● **0,60%**
Da supportare

● **0,50%**
A rischio



Statistiche Yamapp 2021-2024

42
Percorsi sviluppati
per Yamamay

10
Questionari di
valutazione delle
competenze

1.600+
Download della app
IOS e Android

3.510
Persone attive

50.064
Ore allenamento

4.416
Persone allenate

Yamapp - I numeri del 2024

15.987
Ore di formazione
erogate
(11.450 nel 2023)

312.929
Sessioni di
allenamento svolte
(172.007 nel 2023)

1.749
Utenti iscritti alla
piattaforma
(2.013 nel 2023)

222
Numero medio di
sessioni per utente
attivo
(146 nel 2023)

9 ore e 10 minuti
Tempo medio di
allenamento per
utente attivo
(7 ore e 48 minuti nel 2023)

3 minuti e 16 secondi
Tempo medio di
svolgimento per
sessione
(3 minuti e 2 secondi nel 2023)



Training Yamamay Club

Yamapp ha svolto un ruolo importante anche nel nuovo progetto di fidelizzazione, Yamamay Club, il cui rilascio è stato accompagnato da un modulo formativo dedicato, fatto da brevi pillole video progettate in modo semplice ed efficace per garantire una comprensione immediata.

Gli obiettivi di apprendimento del modulo Yamamay Club sono differenti:

- ♦ far conoscere alle persone di negozio il mondo dell'omnicanalità;
- ♦ agevolare l'acquisizione di familiarità con le nuove operatività e funzionalità;
- ♦ fornire informazioni dettagliate sulla gestione di cassa della fidelity card;
- ♦ offrire consigli pratici per proporre Yamamay Club alla clientela, ottimizzando i tempi di interazione.

Formazione per la rete vendita

Nel corso del 2024, la rete vendita è stata coinvolta nei seguenti corsi:

CORSO PRODOTTO BASIC

Costituito da due giornate di aula dedicate alle caratteristiche del prodotto basic, in abbinamento a tecniche di vendita assistita e alle basi della gestione visual di negozio. Nel 2024 Yamacademy ha organizzato 7 sessioni di corso prodotto, formando 151 persone provenienti da tutto il territorio nazionale.

PRESENTAZIONI COLLEZIONI MODA

Nel 2024, per tutte e quattro le collezioni moda stagionali, è stato previsto l'evento di presentazione dedicato, invitando tutti i rappresentanti dei negozi diretti e affiliati a partecipare. Gli incontri sono stati organizzati prevalentemente presso gli headquarters di Gallarate, pur includendo alcune tappe in Campania e in Sicilia, per agevolare la presenza degli affiliati di queste regioni. I temi affrontati sono stati differenti, ma il vero focus di questi incontri è stato il prodotto Yamamay, con attenzione alla struttura di collezione, tendenze, mood, licenze e strategie di vendita applicate. Nel 2024, le aule delle collezioni moda hanno registrato un totale di 1.265 partecipanti, tra punti vendita diretti e affiliati.

FORMAZIONE PER IL PERSONALE ESTERO

Con il rilascio delle collezioni Summer24 e XMas24, sono stati organizzati 2 showroom, il primo presso la sede di Carpisa a Nola, il secondo presso la sede Yamamay. Durante questi eventi, partners esteri, store manager, district manager e potenziali clienti vengono invitati a visionare il prodotto della collezione stagionale entrante con l'obiettivo di finalizzare i loro ordini; con l'occasione, l'aula riceve informazioni tecniche sui prodotti, le leve e i punti di forza della struttura di collezione, nonché volumi di acquistato e obiettivi commerciali. Nel 2024, grazie a questi eventi abbiamo ospitato circa 100 persone provenienti da Croazia, Grecia, Albania, Montenegro, Iran, Messico, Svizzera, Spagna. Sempre in apertura delle collezioni stagionali Summer24 e XMas24, sono state inoltre organizzate due sessioni formative direttamente presso uno dei punti vendita Yamamay di Zagabria. Durante l'evento, store manager e district manager dei negozi situati in Croazia e Serbia hanno partecipato a una formazione dedicata, focalizzata sulle caratteristiche dei prodotti, le leve strategiche della collezione e i suggerimenti di visual merchandising, per affrontare al meglio la stagione di vendita. Oltre all'aspetto formativo, l'incontro ha rappresentato un'importante occasione di team building, favorendo la condivisione di conoscenze ed esperienze, con l'obiettivo di rafforzare la sinergia tra i team e mas-

simizzare i risultati commerciali. Il coinvolgimento della rete vendita è costante: tutti i lunedì pomeriggio, le retail trainers organizzano un meeting via Zoom della durata di 30 minuti a cui solitamente partecipano più di 400 persone tra addette vendita e store manager di punti vendita affiliati e diretti. L'obiettivo è quello di fornire dettagli approfonditi sui prodotti in consegna nella settimana entrante, opportunità di abbinamento ideali per le vendite cross e suggerimenti sulle modalità di esposizione dei capi di punta. Il coinvolgimento della rete vendita è un elemento chiave per il successo delle collezioni. Ogni anno Yamamay aggiorna l'elenco dei Negozi Scuola, coinvolgendo gli/le store manager che ricoprono il ruolo di tutor in una formazione avanzata dal titolo TRAIN THE TRAINER. Il progetto dei Negozi Scuola si pone l'ambizioso obiettivo di uniformare il metodo di trasferimento delle conoscenze tecniche e dei valori aziendali, allineandole modalità di erogazione, verifica e valutazione della formazione tra tutti i punti vendita. Gli/Le Store Manager Tutor si occupano infatti della formazione di varie figure aziendali, in particolare lo staff di nuovi punti vendita, store manager e district manager neoassunte/i. Nel 2024 sono stati inseriti nel progetto anche 16 negozi affiliati che hanno dimostrato la volontà di aderire all'iniziativa, rendendosi disponibili ad ospitare nei loro negozi gli staff delle nuove aperture.

Tipologia di corso	Nome del corso	Modalità di erogazione	Negozi diretti	Affiliati	Totale	Ore in aula	Ore da remoto	Ore on the job	Totale	Di cui negozi diretti	Di cui affiliati
Yamacademy territorio - Estero	Workshop estero - Showroom Gallarate	in presenza	13	19	32	96	0	0	96	39	57
Yamacademy territorio - Estero	Training on the job - Estero - Albania	OTJ	0	3	3	0	0	31	31	0	31
Yamacademy territorio - Estero	Training on the job - Estero - Croazia	OTJ	17	22	39	0	0	194	194	85	109
Yamacademy territorio - Estero	Training on the job - Estero - Greece	OTJ	0	6	6	0	0	34	34	0	34
Yamacademy territorio - Estero	Training on the job - Estero - Montenegro	OTJ	0	8	8	0	0	21	21	5	16

Affiliati: Yamacademy e supporto per i negozi di nuova apertura

Yamamay 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. I dipendenti dei franchisee sono inclusi nel sistema formativo Yamacademy: essi, infatti, come i dipendenti dei punti vendita diretti possono usufruire dei tools digitali dedicati alla formazione eLearning, il portale Yamacademy e Yamapp e partecipare agli eventi di presentazione delle collezioni moda e al corso prodotto basic. Yamacademy garantisce inoltre supporto ai franchisee in occasione delle aperture di nuovi negozi in formula franchising.

Il team Yamacademy, aggiornato in merito ai movimenti della rete franchising dalla funzione commerciale/sviluppo, invia una mail di benvenuto al nuovo franchisee, fornendo informazioni dettagliate in merito a:

- ♦ modalità di iscrizione al portale formativo aziendale e a Yamapp;
- ♦ calendario corsi per il personale di territorio e modalità di iscrizione;
- ♦ pianificazione della formazione on the job presso il negozio scuola identificato come idoneo alla sua realtà.

Le linee guida di inserimento e formazione del personale definiscono gli standard da rispettare: per garantire un'adeguata conoscenza delle procedure aziendali, del prodotto e della gestione del punto vendita, per i nuovi staff occorre programmare una formazione di almeno 3 settimane, tra store manager e sales assistant.

Il percorso formativo di ogni risorsa viene mappato attraverso una check list, utile a monitorare l'avanzamento formativo. Al termine del periodo di affiancamento, il/la tutor compila una scheda di valutazione della risorsa che ne qualifica le competenze acquisite e consente di segnalare eventuali punti che necessitano ancora di approfondimento, che saranno poi presi in carico dal/dalla district manager di riferimento.

Progetto “Brand empowering” con WISE-ING

Nel 2024 ha preso il via il programma di sviluppo organizzativo “BRAND EMPOWERING 2024-2026”, un percorso pensato per guidare la trasformazione aziendale in chiave di digitalizzazione e di sostenibilità, massimizzare le nuove opportunità di mercato, creare una brand experience integrata tra tutti i canali.

L'iniziativa, che coinvolge diversi *stakeholders* interni ed esterni all'organizzazione, vuole essere una leva fondamentale per Yamamay, integrando sostenibilità, innovazione e cura delle relazioni con i clienti nella strategia aziendale, per trasformare l'organizzazione in una realtà ancora più competitiva e coesa.

Formazione per le risorse di sede

COMPETENZE TRASVERSALI

Yamamay ha colto l'opportunità di aderire all'Avviso Fondimpresa 2/2023 - Competenze di base e trasversali, collaborando con Confindustria Varese nella realizzazione di diversi percorsi formativi.

Il primo intervento - realizzato nel primo trimestre 2024 nell'ambito delle competenze personali, sociali e imprenditoriali - ha incluso tre corsi in aula destinati a responsabili di team e alle cosiddette key people, ovvero persone coinvolte nei piani di carriera strutturati da HR:

Problem solving e decision making, con l'obiettivo di acquisire strumenti chiave per risolvere problemi complessi con un approccio analitico e allo stesso tempo creativo, e comprendere le principali tecniche decisionali che si può scegliere di adottare.

Gestione efficace dei collaboratori: l'esercizio della leadership, con l'obiettivo di migliorare nella gestione del team valorizzando le capacità delle persone, fornendo ai partecipanti leader di

funzione competenze base per comprendere il proprio stile comportamentale, dove e come migliorarlo, conoscere i meccanismi di difesa messi in atto nella relazione e gli accorgimenti per neutralizzarli, cogliere il valore dell'ascolto attivo e del feedback e conoscere efficaci strategie motivazionali.

Project management: metodologia e strumenti, con l'obiettivo di trasmettere ai partecipanti competenze e conoscenze per gestire in modo efficace ed efficiente le iniziative progettuali aziendali complesse, accrescendo le abilità tecniche, gestionali e relazionali nell'ambito del project management; migliorando la competitività d'impresa e l'occupabilità dei lavoratori attraverso una visione integrata alla gestione del progetto; aumentando le competenze manageriali atte a migliorare le performance d'impresa.

Tra i mesi di settembre e novembre 2024, l'azienda ha aderito anche alla seconda finestra dell'avviso scegliendo di approfondire temi specifici che potessero soddisfare alcuni dei fabbisogni formativi espressi dai collaboratori di team: Microsoft Excel e Public Speaking.

Il corso di Microsoft Excel ha coinvolto una decina di risorse che, ricoprendo ruoli principalmente operativi, necessitavano di acquisire maggiore familiarità con il software e imparare a utilizzarlo in modo efficace per la gestione e l'analisi dei dati.

Sono state affrontate le principali funzionalità del programma, con un approccio pratico e interattivo, utile sia per il lavoro che per l'uso personale.

Public Speaking ha coinvolto una platea eterogenea di risorse che per il loro ruolo si trovano in situazioni in cui è richiesto di tenere discorsi, presentare relazioni, intervenire in riunioni. Durante gli incontri, la docente ha creato un vero e proprio laboratorio dove mettersi alla prova in un contesto protetto, sperimentare tecniche di comunicazione efficace e acquisire strumenti utili a controllare l'emotività e l'ansia e a gestire i blocchi comunicativi. Gli obiettivi principali di questo percorso, di crescita personale oltreché professionale, sono stati quelli di:

- ♦ fornire strumenti di analisi e verifica dei propri punti di forza e delle proprie aree di miglioramento;
- ♦ allenarsi all'utilizzo di metodi e tecniche evolute ed efficaci in tutti i contesti di public speaking, nonché vincere la tensione tipica del parlare in pubblico;
- ♦ trasferire strumenti e metodologie per preparare e pianificare un public speaking efficace.

Considerando entrambi gli interventi, l'iniziativa ha coinvolto 61 risorse di sede tra collaboratori/ collaboratrici e manager, per oltre 1500 ore di aula.



FORMAZIONE A SOSTEGNO DELLA TRANSIZIONE SOSTENIBILE

Progetto Formativo "Sustainable Textile Industry"

Nell'ambito dell'Avviso 4/2023 di Fondimpresa per la "Formazione a sostegno della Green Transition e della Circular Economy", Yamamay in partnership con Confindustria Servizi Varese e Centrocot ha sviluppato il piano formativo "Sustainable Textile Industry", con l'obiettivo di rafforzare internamente all'azienda le conoscenze e le competenze sulla sostenibilità e l'economia circolare, per supportare l'implementazione delle strategie ESG e migliorare la gestione responsabile dell'impatto ambientale e sociale lungo la catena del valore. Il piano formativo è stato avviato a giugno 2024 ed è terminato con gli ultimi incontri programmati per la prima metà di aprile 2025. È articolato in sei azioni formative diverse per un totale di oltre 230 ore di formazione con obiettivi mirati su: reporting non finanziario, gestione responsabile degli impatti sociali e ambientali lungo tutta la catena di approvvigionamento, economia circolare, comunicazione dei contenuti di sostenibilità dei prodotti e sviluppo dei processi di ecodesign. Coinvolge 50 risorse appartenenti a diverse funzioni aziendali coinvolte a vario titolo nell'attuazione delle strategie di sostenibilità, tra le quali le principali: Reporting Team, CSR, Qualità, R&D, Stile e Prodotto, Comunicazione e Marketing.

Il Piano ha preso in considerazione aspetti di diversa natura, che riguardano la capacità di creare nuovi modelli di business, la possibilità di attuare nuove strategie di sviluppo di prodotto, la misurazione delle performance in chiave di sostenibilità. Tra gli obiettivi formativi del corso:

- ♦ conoscere e comprendere il quadro normativo cogente e volontario della sostenibilità e dell'economia circolare per il settore Tessile Abbigliamento Moda;
- ♦ comprendere le logiche che stanno alla base delle diverse modalità di misura e di comunicazione della sostenibilità da parte delle aziende;
- ♦ analizzare lo stato dell'arte dei livelli di eco-sostenibilità dei prodotti e dei processi nell'industria tessile;
- ♦ comprendere le metodologie di progettazione di prodotti sostenibili e il quadro europeo di riferimento;
- ♦ analizzare gli scenari tecnologie e i processi per il recupero, il riutilizzo e il riciclo nel settore Tessile Abbigliamento, con particolare riferimento ai prodotti aziendali;

- ♦ analizzare pratiche e strumenti già introdotti in azienda e contribuire al corretto mantenimento.

Il piano formativo si inserisce nel più ampio percorso di Yamamay verso uno stile di business sempre più etico, trasparente e rispettoso dell'ambiente, in linea con le strategie ESG e gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030.

In particolare, l'iniziativa vuole contribuire a:

- ♦ accrescere la consapevolezza sull'importanza strategica degli aspetti di sostenibilità e della loro rendicontazione tra i dipendenti;
- ♦ promuovere l'innovazione responsabile nel design e nella produzione;
- ♦ migliorare la gestione della *supply chain* con standard certificati;
- ♦ sviluppare una cultura aziendale orientata alla sostenibilità e all'economia circolare.

CYBER SECURITY AWARENESS

Tutti i dipendenti Yamamay con account mail aziendale partecipano al percorso formativo dedicato al tema della Cyber Security Awareness, che ha l'obiettivo di porre le organizzazioni il più possibile al sicuro dalle minacce che arrivano dalla rete, aumentando il grado di consapevolezza e collaborazione degli individui nell'interazione con le tecnologie digitali e con il web.

Il fattore umano è un elemento decisivo nel successo di qualsiasi iniziativa e nella Cyber Security sono i comportamenti umani a fare la differenza. Aumentare la consapevolezza degli individui nell'interazione con le tecnologie digitali e con il web è la strada maestra per elevare il livello di Cyber Security degli individui e delle organizzazioni. L'apprendimento ha luogo attraverso la piattaforma interattiva di e-learning Cyber Guru e ha la durata di 36 mesi, prevedendo il rilascio sequenziale di un modulo formativo al mese della durata di circa 15 minuti, ognuno dei quali dedicato ad uno specifico argomento.

Con un impegno di pochi minuti al mese, l'addestramento consente a tutti i collaboratori di essere custodi e responsabili dei dati che vengono trattati ogni giorno nelle attività di lavoro e, quindi, di proteggere loro stessi e l'organizzazione da possibili attacchi informatici. Grazie alla piattaforma Cyber Guru, dal 2022 ad oggi sono state effettuate circa 1.348 ore di formazione su temi quali phishing, corretto utilizzo delle password, privacy & gdpr, malware, e-mail security.

Promozione e sviluppo delle competenze

Y

LETTERE AGLI STAKEHOLDER

YAMAMAY

PRODOTTO

PERSONE

PIANETA

NOTA METODOLOGICA

Yamamay, attraverso il dipartimento Risorse Umane, promuove attivamente la crescita e lo sviluppo delle proprie persone, adottando un approccio fondato su criteri di merito, trasparenza e coerenza con gli obiettivi strategici aziendali.

Il modello di sviluppo interno è pensato per garantire un costante allineamento tra le competenze professionali e manageriali delle risorse e le esigenze definite dal Piano Strategico, dall'evoluzione del business e dalla relativa struttura organizzativa.

Tutto il personale impiegato nei punti vendita diretti in Italia beneficia di un sistema di incentivazione variabile legato al raggiungimento degli obiettivi di performance del singolo punto vendita. Parallelamente, la Direzione ha attivato piani MBO (Management by Objectives) e percorsi di crescita personalizzati per alcune figure chiave identificate all'interno delle funzioni di sede.

Nel complesso, Yamamay ha definito quattro categorie di beneficiari di piani incentivanti, in funzione del ruolo e del contributo strategico all'organizzazione, favorendo così un ambiente di lavoro orientato alla motivazione, al miglioramento continuo e al riconoscimento dei risultati.

- ♦ **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.

Nel 2024, in riferimento al personale di sede, il mancato raggiungimento di alcuni target economico-finanziari previsti dal piano aziendale ha comportato la non erogazione delle componenti incentivanti legate ai risultati economici. Tuttavia, in coerenza con i principi di equità e valorizzazione del merito, sono stati riconosciuti i premi legati al raggiungimento di obiettivi qualitativi, laddove questi siano stati effettivamente conseguiti, a

testimonianza di un approccio orientato alla responsabilità individuale e al riconoscimento dei risultati concreti.

Nel 2024, Yamamay ha confermato il proprio impegno verso la valorizzazione delle persone, attraverso l'adozione di strumenti e iniziative finalizzate a riconoscere il merito, promuovere la crescita professionale e incentivare comportamenti orientati al miglioramento continuo.

Durante il mese di dicembre, l'azienda ha erogato **fringe benefit del valore di 100 euro** per tutto il personale e **50 euro per gli stagisti**, come riconoscimento aggiuntivo del contributo offerto nel corso dell'anno.

Sistema di valutazione delle performance

La valutazione delle performance viene condotta dall'Ufficio Risorse Umane tramite **colloqui individuali** che hanno coinvolto la **totalità dei dipendenti di sede** e una parte significativa dei collaboratori dei punti vendita. Questo processo si fonda su **obiettivi chiari, misurabili e condivisi**, e consente a ciascun dipendente di ricevere un **feedback strutturato** da parte del proprio Responsabile.

Nel 2024 è stato implementato un **nuovo sistema digitale di Performance Management**, basato sulla piattaforma per la gestione del personale, dedicato al personale di sede. Lo strumento consente a ciascun dipendente di monitorare in autonomia le proprie attività, ricevere valutazioni regolari e accedere a feedback trasparenti. Il sistema prevede due sessioni di valutazione annuali, durante le quali i Responsabili assegnano punteggi e formulano osservazioni con l'obiettivo di accompagnare e supportare lo sviluppo professionale delle risorse.

Questa modalità ha rafforzato il dialogo tra collaboratori e management, promuovendo una cultura aziendale orientata all'apprendimento continuo, alla responsabilizzazione e alla crescita individuale.

Percorsi di crescita per il personale dei punti vendita

Nel corso del 2024, Yamamay ha inoltre strutturato specifici **percorsi di sviluppo dedicati alle risorse operative dei punti vendita**, riconoscendone il ruolo strategico nel successo aziendale. L'iniziativa ha l'obiettivo di offrire **opportunità concrete di crescita professionale**, favorendo l'acquisizione di competenze gestionali e strategiche, utili ad assumere ruoli di maggiore responsabilità.

Il piano di carriera prevede diverse fasi, tra cui:

- ♦ **selezione interna e valutazione del potenziale;**
- ♦ **formazione sul campo e affiancamenti con figure senior;**

- ♦ **training on the Job**, in contesti eterogenei per complessità e dimensioni;
- ♦ **onboarding presso la sede centrale**, per una visione integrata delle funzioni aziendali strategiche;
- ♦ **valutazioni intermedie e finali**, per monitorare i progressi e consolidare le competenze.

Attraverso questo programma, Yamamay intende valorizzare il talento interno e sostenere l'evoluzione delle competenze in linea con le trasformazioni del contesto retail. L'avvio ufficiale del progetto è previsto per il 2025, con l'obiettivo di consolidare una cultura aziendale fondata sulla **formazione continua**, sulla **mobilità interna** e sulla **costruzione di leadership diffuse**.



Yamamay promuove una cultura aziendale fondata sulla condivisione, la trasparenza e l'accesso equo alle informazioni, attraverso una strategia di comunicazione interna sempre più integrata e digitale. In questo ambito, la Intranet aziendale rappresenta un punto di riferimento essenziale per tutte le risorse, favorendo il dialogo tra le funzioni, l'aggiornamento continuo e la semplificazione operativa.

Lanciata nel 2021 con l'obiettivo di ottimizzare i processi e rafforzare la collaborazione interna, la Intranet è oggi una piattaforma interattiva e dinamica che integra strumenti, contenuti e servizi essenziali per il lavoro quotidiano. Tra i materiali disponibili vi sono: il *Welcome Book aziendale*, la *Travel Policy*, il *Manuale sulla Sicurezza*, il *Modello Organizzativo 231 & Codice Etico*, l'organigramma aziendale e tutte le iniziative di *Welfare & Benefits*.

Nel corso del 2024, Yamamay ha ulteriormente potenziato il sistema con l'introduzione di un nuovo portale integrato, Yamamay Experience, progettato per offrire una navigazione più intuitiva e accessibile. Il portale include il sistema di accesso semplificato Single Sign-On (SSO) e sarà ufficialmente esteso nel 2025 a tutte le sedi aziendali, ai negozi diretti e affiliati, e alle sedi estere.

LE TRE AREE PRINCIPALI DEL PORTALE YAMAMAY EXPERIENCE

- ♦ **Yamacademy** - Hub digitale dedicato alla formazione e allo sviluppo professionale, raccoglie contenuti didattici e strumenti per il potenziamento delle competenze.
- ♦ **Intranet** - Riprogettata come bacheca virtuale interattiva, è pensata per informare e connettere tutte le risorse aziendali.
- ♦ **Let's Connect** - Spazio dedicato alle persone che stanno entrando in contatto con il mondo Yamamay (candidati, consulenti, nuovi assunti), per facilitarne l'orientamento e l'integrazione.

FUNZIONALITÀ PRINCIPALI DELLA NUOVA INTRANET

- ♦ **News aziendali:** aggiornamenti su progetti, eventi e iniziative.
- ♦ **Menù aziendale:** aggiornato quotidianamente con le proposte del ristorante interno.
- ♦ **Calendario eventi:** programmazione delle attività aziendali.
- ♦ **About Us:** cultura aziendale e struttura organizzativa.
- ♦ **Posizioni aperte:** opportunità di carriera interne.
- ♦ **Documentazione aziendale:** repository centralizzato di policy, codici e modelli istituzionali.
- ♦ **YamaLife:** iniziative di Welfare, canale per segnalazioni (incluso il sistema di whistleblowing) e Box delle Idee per suggerimenti e proposte dal personale.
- ♦ **Benessere, Salute e Sicurezza:** sezione dedicata a temi fondamentali per la qualità della vita lavorativa.
- ♦ **Tools:** accesso rapido a strumenti operativi come Copilot, INAZ, Oracle BI, YamApp, WonderMiles.
- ♦ **Sostenibilità:** archivio dei bilanci di sostenibilità e dei documenti correlati.

Nel 2024 è stato valorizzato l'utilizzo dell'app HE Travel Mobility, che consente una gestione digitale, semplice ed efficiente delle note spese. I dipendenti possono caricare ricevute e documenti direttamente da smartphone, contribuendo a ridurre l'uso della carta e promuovendo un approccio più sostenibile e tracciabile.

3.3 WELFARE E BENESSERE

Il benessere delle persone rappresenta una priorità strategica per Yamamay, che dal 2019 promuove un sistema strutturato di welfare aziendale attraverso il Progetto Welfare Yamamay, rivolto a tutta la popolazione aziendale in Italia, senza distinzione tra contratti full-time e part-time.

Oltre ai benefici previsti dal CCNL Commercio, Yamamay offre iniziative mirate a migliorare la qualità della vita lavorativa, promuovendo un ambiente inclusivo, attento alla salute e orientato alla crescita personale.

Principali iniziative attive nel 2024:

- ◇ Flessibilità oraria e possibilità di smart working un giorno a settimana, per favorire il work-life balance.
- ◇ Screening sanitari gratuiti grazie alle partnership con LILT e Fondazione ANT.
- ◇ Accesso al ristorante aziendale, inteso come spazio di benessere e socialità.
- ◇ Corsi di aggiornamento professionale e materiali didattici per la formazione continua.
- ◇ Attività di benessere psicofisico, come i corsi di Hatha Yoga.
- ◇ Benefit economici e convenzioni, inclusi sconti per i dipendenti e l'accesso ai portali Corporate Benefits e Confimprese Employee Club.
- ◇ Eventi aziendali e team building, tra cui Company Party e tornei sportivi, per rafforzare il senso di appartenenza e la coesione tra colleghi.

Attraverso la piattaforma Welfare Hub, i dipendenti possono gestire il proprio credito welfare e accedere in autonomia a un'ampia gamma di servizi, contribuendo così a una fruizione più semplice e personalizzata dei benefit aziendali.



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.

Ascolto e miglioramento continuo: le indagini di clima 2024

Nel corso dell'anno, Yamamay ha condotto **due indagini di clima** volte a misurare il livello di soddisfazione e il senso di appartenenza delle proprie risorse:

♦ **Personale di sede:** l'indice di soddisfazione si è attestato al **57%**, evidenziando aree di miglioramento legate alla comunicazione interna, al rafforzamento del welfare e alle politiche di work-life balance.

♦ **Punti vendita:** l'indice ha raggiunto il **75%**, segnalando un livello generalmente positivo di benessere organizzativo, pur evidenziando anche in questo caso la necessità di maggiore equilibrio tra vita lavorativa e personale.

L'indice di soddisfazione dei dipendenti è stato integrato tra i KPI della **Sustainable Balanced Scorecard**, a conferma del suo ruolo centrale nella strategia aziendale.

Iniziative per rafforzare il dialogo e l'efficacia organizzativa

Per migliorare la collaborazione tra sede e rete vendita, Yamamay ha condotto una **survey interna dedicata alla qualità del supporto fornito dalla sede**, coinvolgendo figure chiave come Store Manager, Sales Assistant, District Manager, Area Manager e Retail Manager. L'iniziativa ha permesso di raccogliere feedback diretti e ha fornito indicazioni concrete per **ottimizzare i processi e l'efficienza operativa**, in linea con un modello di leadership più partecipativo e condiviso.

Parallelamente, l'azienda ha avviato una **ricognizione interna sull'utilizzo degli strumenti digitali e dell'Intelligenza Artificiale**, con l'obiettivo di mappare le abitudini digitali del personale di sede e identificare opportunità di miglioramento nell'in-

tegrazione tecnologica. A differenza delle survey precedenti, questa indagine è stata **nominativa e obbligatoria**, consentendo una lettura più dettagliata delle esigenze di ciascun dipartimento.

L'Intelligenza Artificiale rappresenta per Yamamay **una leva strategica per l'innovazione e la produttività**. I risultati raccolti guideranno lo sviluppo di strumenti più efficaci, supportando una transizione digitale graduale, consapevole e accessibile a tutte le funzioni aziendali.

Attraverso tutte queste iniziative, Yamamay conferma il proprio impegno nella **costruzione di un ambiente di lavoro inclusivo, motivante e orientato al miglioramento continuo**, in cui il benessere delle persone viene valorizzato come elemento centrale di sostenibilità e competitività nel lungo periodo.

LILT & ANT

Anche nel 2024, Yamamay ha confermato il proprio impegno nella promozione della salute e della prevenzione oncologica, consolidando collaborazioni storiche e significative con enti di riferimento sul territorio nazionale. Prosegue la storica partnership con **LILT - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori**, attraverso la quale l'azienda promuove campagne di **informazione, sensibilizzazione e screening** dedicate in particolare alla prevenzione del tumore al seno. Nel mese di febbraio 2024, è stata nuovamente offerta a tutte le dipendenti la possibilità di sottoporsi a **visite senologiche gratuite**, comprese le ecografie, grazie alla collaborazione con l'associazione **Diana**

ODV e al supporto dei **medici volontari della LILT**. L'iniziativa, attiva dal 2015, ha raggiunto complessivamente **oltre 900 visite**, di cui **86 solo nel 2024**, a conferma del forte coinvolgimento e della crescente attenzione delle risorse aziendali verso la prevenzione.

Avviata nel 2021, la collaborazione con la **Fondazione ANT - Associazione Nazionale Tumori** è proseguita anche nel 2024. Nel mese di ottobre, presso la sede aziendale, sono state realizzate **104 visite dermatologiche gratuite** per lo screening del melanoma, contribuendo a diffondere consapevolezza sull'importanza della prevenzione dei tumori della pelle.

Highlights 2024

104

Visite **ANT** per la prevenzione del melanoma

86

Visite **LILT** per la prevenzione del tumore al seno

Workplace health promotion

Anche nel corso del 2024, Yamamay ha rinnovato la propria adesione al programma WHP - Workplace Health Promotion, l'iniziativa promossa dalle Agenzie di Tutela della Salute (ATS) e finalizzata a diffondere i principi della promozione della salute negli ambienti di lavoro. Il programma mira a introdurre cambiamenti organizzativi volti a migliorare i determinanti di salute e a ridurre i principali fattori di rischio legati a malattie croniche e degenerative, come una scorretta alimentazione, la sedentarietà, il tabagismo e il consumo dannoso di alcol. L'obiettivo è creare un contesto lavorativo favorevole all'adozione e alla diffusione di stili di vita salutari, con ricadute positive sia per il benessere individuale dei dipendenti sia per la comunità in cui l'azienda opera.

Yamayay partecipa attivamente ai processi di rete promossi dalla Regione, contribuendo allo sviluppo di percorsi di Responsabilità Sociale d'Impresa e incentivando l'adesione di altre realtà aziendali al programma WHP. Questo impegno è orientato a consolidare pratiche organizzative virtuose e a potenziare la capacità delle imprese di integrare il tema della salute nella propria cultura aziendale.

Tra le attività implementate nel 2024 all'interno del programma WHP:

- ◇ Programma di dieta equilibrata presso il ristorante aziendale della sede di Gallarate, realizzato in collaborazione con l'associazione Diana ODV Luisa Romano, secondo le linee guida

dell'Istituto Europeo di Oncologia (IEO). Il piano alimentare, noto come "Dieta Diana", è pensato per garantire un apporto nutrizionale bilanciato e favorire l'assunzione di sostanze utili alla prevenzione di patologie croniche.

- ◇ Corso di Hatha Yoga in sede, condotto da un'insegnante qualificata, con due sessioni settimanali, volto a favorire il rilassamento e il benessere psicofisico dei partecipanti.
- ◇ Nell'ambito del programma WHP e in collaborazione con **ATS**, Yamamay ha organizzato un **incontro dedicato alle pratiche per il contrasto al fumo**, con l'obiettivo di sensibilizzare il personale sui rischi legati al tabagismo e promuovere comportamenti più sani. L'iniziativa è stata affiancata da un'azione informativa continua: nelle **aree fumatori della sede** sono stati affissi materiali educativi sugli effetti nocivi del fumo, corredati da un **numero verde dedicato** per ricevere supporto e intraprendere un percorso di disassuefazione.
- ◇ Nel 2024, Yamamay ha ospitato presso la propria sede l'associazione **PesoPositivo**, promotrice di un incontro formativo dedicato alla **prevenzione e alla sensibilizzazione sui Disturbi del Comportamento Alimentare (DCA)**. L'iniziativa, rivolta a tutti i dipendenti, ha rappresentato un momento di confronto e approfondimento su un tema delicato e attuale, con l'obiettivo di accrescere la consapevolezza e favorire un approccio più informato e responsabile alla salute psicofisica.



OTTOBRE '24
Meze Rosa

YAMAMAY  **LILT**
Insieme per la prevenzione
del tumore al seno

3.4 SALUTE E SICUREZZA

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 Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), eletti liberamente dai lavoratori, 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 afferente al sistema di gestione. In un'ottica di implementazione e rafforzamento del sistema, anche per il 2024 è stato confermato l'incarico dell'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.

Valutazione e prevenzione dei rischi

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 e i relativi responsabili e identifica le differenti mansioni con i relativi rischi specifici. L'implementazione del sistema di gestione certificato UNI EN ISO 45001:2023 ha portato all'aggiornamento del modello di DVR utilizzato nei punti vendita e del DVR della sede, con diverse integrazioni a partire dal 2022, fino al rilascio dell'ultima revisione a inizio 2025.

Formazione e informazione sui temi salute e sicurezza

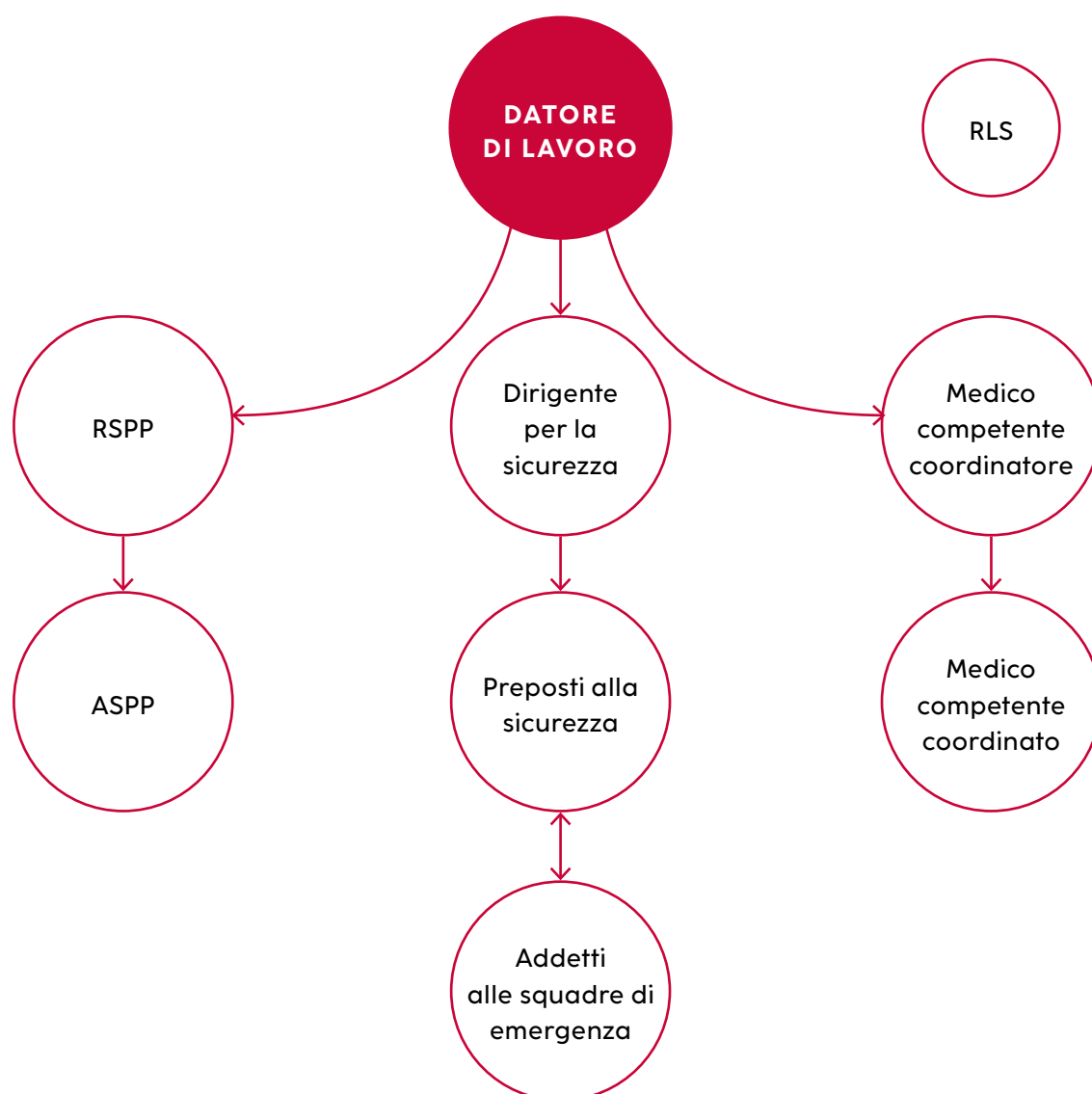
Un aspetto imprescindibile del sistema di gestione è mantenere le persone, ad ogni livello, costantemente formate e informate in materia di salute e sicurezza, nella convinzione che ogni lavoratore è parte integrante del sistema e può dare un contributo in ogni momento, anche solo segnalando una piccola 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. In aggiunta al personale incaricato, ogni dipendente all'atto dell'assunzione prende visione dell'Opuscolo Informativo sulla Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro e viene iscritto alla formazio-

ne base della durata di 8 ore erogata in modalità e-learning. 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.

Squadre di gestione delle situazioni di emergenza

Molto importanti per il sistema di gestione sono gli addetti alle squadre di emergenza nominati dal datore di lavoro per la sede e per ogni negozio, che si occupano di gestire le situazioni di primo soccorso e di prevenzione incendi attenendosi alle procedure di emergenza stabilite nel Documento di Valutazione dei Rischi.

Organigramma Sistema Salute e Sicurezza



Gli incaricati alla squadra emergenze partecipano a corsi specifici di formazione completa e di aggiornamento per le operazioni di primo soccorso e per le modalità di prevenzione degli incendi, queste ultime di livello più o meno alto a seconda delle caratteristiche della sede di lavoro. Per conciliare 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. Per il primo soccorso l'Azienda si avvale frequentemente del catalogo formativo offerto dagli enti bilaterali del commercio e del terziario.

DAE

Nella sede di Gallarate, dal 2017, è installato un defibrillatore semiautomatico esterno (DAE), utilizzabile dagli incaricati formati e addestrati, i quali ricevono una formazione iniziale e un aggiornamento biennale BLSD (Basic Life Support Defibrillation). Le persone incaricate all'utilizzo del DAE hanno inoltre il compito quotidiano di verificare lo stato di funzionamento della strumentazione e sono preparate 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. L'ultima sessione di aggiornamento si è tenuta nel 2024 tramite l'Associazione Amici della Rianimazione - SALVA - Centro di Formazione Regionale Accreditato CeFRA. Ha previsto una parte teorica, seguita da esercitazioni pratiche con simulazioni, efficaci nel far memorizzare le procedure da imparare.

Sorveglianza sanitaria

La sorveglianza sanitaria è una parte integrante del sistema di gestione e ha 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 Yamamay impiegato presso gli uffici 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 soggetto a sorveglianza in gruppi omogenei, sulla base delle caratteristiche principali e dei rischi associabili alle attività svolte. Per ogni gruppo sono previsti specifici accertamenti sanitari e la frequenza della visita medica. I giudizi di idoneità vengono consegnati ai dipendenti e condivisi con il datore di lavoro evidenziando eventuali criticità. 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. Il sistema di sorveglianza sanitaria prevede anche un protocollo specifico per le addette vendita in gravidanza, per le quali, non potendo esser 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, come previsto dal CCNL applicato, 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.

Nel corso del 2024 non si sono verificati decessi sul luogo di lavoro in nessuna delle società comprese nel perimetro di rendicontazione. Allo stesso modo non sono state registrate segnalazioni di malattie del lavoro. Questo risultato conferma l'impegno costante di Yamamay nella tutela della salute e sicurezza dei propri dipendenti, attraverso l'adozione di misure preventive e il rispetto rigoroso delle normative vigenti.

Per quanto riguarda gli infortuni sul lavoro, nel corso del 2024 **solo in Italia** si sono registrati casi di incidenti, con un totale di **10 infortuni** rilevati. Nessun infortunio è stato segnalato nelle altre società del perimetro.

Numero infortuni

Pese	Numero di infortuni 2022	Numero di ore lavorate 2022	Tasso di infortunio 2022	Numero di infortuni 2023	Numero di ore lavorate 2023	Tasso di infortunio 2023	Numero di infortuni 2024	Numero di ore lavorate 2024	Tasso di infortunio 2024
Italia	20	901.889	22	9	1.110.999	8	10	1.165.506	9
Francia	0	0	-	1	225	4.444	0	-	-
UAE	0	0	-	0	0	-	0	-	-
Cina	0	0	-	0	0	-	0	-	-
Vietnam	0	0	-	0	0	-	0	-	-
Croazia	0	0	-	0	0	-	0	-	-
Asia Pacific	0	0	-	0	0	-	0	-	-
Totale	20	901.889	22	10	1.111.224	9	10	1.165.506	9

Yamapp - Modulo salute e sicurezza

Yamapp - Formazione salute e sicurezza	2023	2024 Sede	2024 Negozi diretti
Utenti attivi	396	22	170
Ore di formazione	659	47	298
Tempo medio di formazione	1 ora e 50 minuti	2 ore e 8 minuti	1 ora e 57 minuti



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) certificato UNI EN ISO 45001, 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 salute, sicurezza e 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 UNI EN ISO 45001, il focus si sposta sulle politiche di prevenzione e riduzione del rischio attraverso l'analisi delle possibili cause, con l'ausilio di uno strumento riconosciuto a livello internazionale. La direzione aziendale si impegna in prima persona per l'implementazione del SGSSL, adottando la Politica per la Salute e Sicurezza dei lavoratori (revisionata nel 2024) 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 e dichiarare l'impegno dell'organizzazione a soddisfare i requisiti applicabili e ad attivarsi per il miglioramento continuo del sistema. Il Top Management mette in pratica delle azioni concrete per diffondere a tutti i livelli la cultura del miglioramento continuo del sistema e per riconoscere responsabilità e autorità ai singoli ruoli. Gli obiettivi sono perseguiti attraverso una costante sinergia tra le funzioni aziendali, il mantenimento di opportune procedure di "Audit and Review", un'appropriata formazione degli attori coinvolti e 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** per 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;
- ♦ **Do** per attuare quanto pianificato;
- ♦ **Check** per monitorare e misurare i processi, i prodotti e i servizi risultanti a fronte degli obiettivi pianificati;
- ♦ **Act** per intraprendere azioni per migliorare le prestazioni, laddove necessario.

Il sistema è gestito secondo il modello "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 prevenire i rischi e di cogliere le opportunità di miglioramento, allo scopo di accrescere l'efficacia del sistema di gestione per la sicurezza. Il momento cruciale per la gestione del sistema è il riesame annuale della direzione, in occasione del quale vengono puntualmente analizzati i progressi fatti nell'ambito degli obiettivi che il sistema di gestione si è posto:

- 1 Ridurre annualmente gli infortuni del 30%:** purtroppo, il risultato positivo raggiunto nel 2023 (riduzione di oltre il 50% degli incidenti sul luogo di lavoro rispetto al 2022) non è stato replicato nel 2024. Il sistema di gestione ha raccolto informazioni sugli incidenti avvenuti e sono tuttora in corso analisi approfondite per individuarne le cause e definire opportune azioni di miglioramento.
- 2 Migliorare la consapevolezza dei dipendenti per ridurre il rischio di incidenti stradali in itinere:** il risultato raggiunto nel 2024 ha confermato il trend che ha visto questa tipologia di infortuni ridursi rispetto al valore iniziale (12 nel 2022; 7 nel 2023; 3 nel 2024). Sensibilizzare la raccolta e analisi dei near miss, raccogliendo almeno 10 segnalazioni di near miss l'anno: nel 2024 sono state registrate 5 segnalazioni.
- 3 Prevedere la verifica da parte del RSPP dei layout negozi:** in tutti i punti vendita diretti aperti nel 2024 il RSPP ha verificato il layout dei negozi per la redazione del DVR.

- 4 Estendere ai clienti l'attenzione per la sicurezza:** l'obiettivo è considerato raggiunto grazie ad alcuni interventi migliorativi nei confronti della clientela all'interno del punto vendita, come ad esempio l'apposizione di vetrofanie di segnalazione delle porte a vetri.
- 5** L'Azienda ha ottenuto la certificazione per la sede e i negozi diretti Yamamay a maggio 2022 e il primo rinnovo triennale è programmato per i primi mesi del 2025.

Sistema di gestione

100%

Dipendenti in Italia
coperti dal Sistema di
gestione

22%

Dipendenti sottoposti
ad audit di terza
parte

27%

Dipendenti sottoposti
ad audit interno

Metriche di Salute e Sicurezza - Sistema di copertura sanitaria aziendale

Paese	Numero di dipendenti coperti dal sistema di gestione della salute nel 2022	Numero totale di dipendenti 2022	% di dipendenti coperti dal sistema 2022	Numero di dipendenti coperti dal sistema di gestione della salute nel 2023	Numero totale di dipendenti 2023	% di dipendenti coperti dal sistema 2023	Numero di dipendenti coperti dal sistema di gestione della salute nel 2024	Numero totale di dipendenti 2024	% di dipendenti coperti dal sistema 2024
Italia	767	767	100%	826	826	100%	863	863	100%
Francia				0	5	0%	8	8	100%
UAE				0	14	0%	-	16	0%
Cina	0	23	0%	0	23	0%	-	23	0%
Vietnam	0	3	0%	0	3	0%	-	3	0%
Croazia							82	82	100%
Asia Pacific							-	17	0%
Totale	767	793	97%	826	871	95%	953	1.012	94%

3.5 SUPPORTO ALLA COMUNITÀ LOCALE

Nel corso del 2024, Yamamay ha continuato a rafforzare il proprio impegno verso la sostenibilità ambientale e il coinvolgimento sociale dei dipendenti attraverso iniziative concrete e di impatto.

Tra queste, ha preso parte al progetto **“Think Forestry”** di Intesa San Paolo e Rete Clima, dedicato alla forestazione nazionale e alla tutela del capitale naturale. Durante l’iniziativa diversi collaboratori di Yamamay hanno contribuito alla piantumazione di 100 alberi presso il Campo dei Fiori. Questa attività ha avuto un duplice obiettivo: contribuire al miglioramento della qualità ambientale locale e rafforzare il team building tra i dipendenti, coinvolgendoli attivamente in un progetto condiviso a favore dell’ambiente.

Parallelamente, Yamamay ha consolidato il proprio programma di **volontariato aziendale**, che consente a ciascun dipendente di dedicare una giornata lavorativa all’anno ad attività di volontariato. Nel 2024, questa iniziativa ha visto la partecipazione di 40 collaboratori, con un totale di 177 ore di volontariato svolte, confermando l’importanza della solidarietà e del contributo attivo alla comunità come pilastri della cultura aziendale.

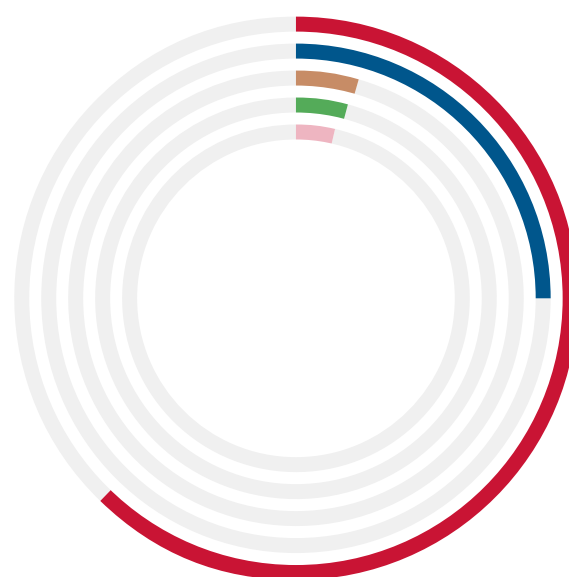
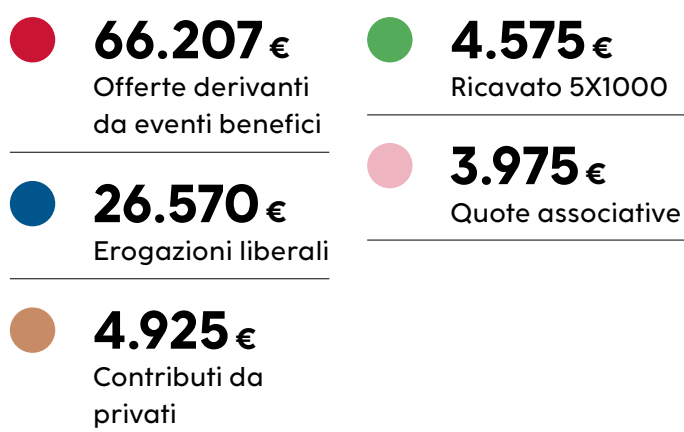


Diana ODV Luisa Romano

Nel 2024, l'associazione Diana ODV Luisa Romano ha consolidato il proprio ruolo di riferimento nella promozione della solidarietà e del sostegno sociale, attraverso una serie di iniziative che hanno avuto un impatto significativo sia a livello locale che internazionale.

Grazie al supporto di Yamamay, l'associazione ha potuto organizzare **7 eventi benefici** presso Casa Diana Gallarate e le aziende Elmec di Brunello (VA) e Geico di Cinisello Balsamo, raccogliendo **66.207 € in offerte**. A queste si sono aggiunte le quote associative, i ricavi dal 5x1000, le erogazioni liberali e i contributi da privati, per un **totale di 106.252 € di ricavi complessivi**.

Dettaglio voci entrate

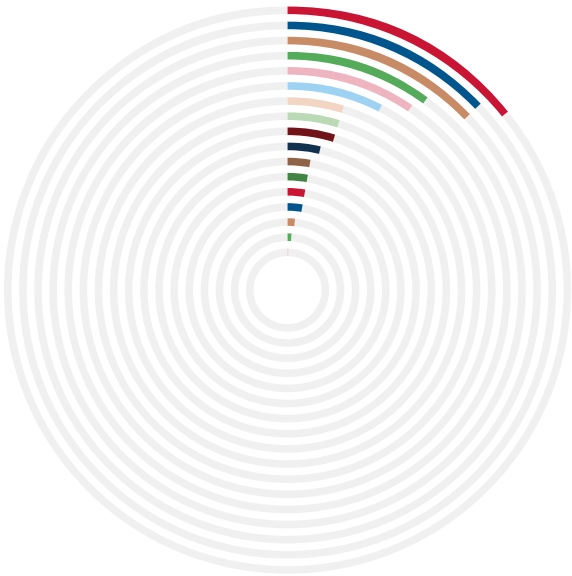


106.252 €
Ricavi complessivi

Questi fondi sono stati destinati a donazioni economiche per un totale di 105.400 € distribuiti a fondazioni e associazioni che rispecchiano i valori dell'associazione.

Fondazione o Associazione

● 15.000 € Chanpur Sadhu Peter Catholic Mondoli - Bangladesh	● 4.000 € Progetto Pollicino Cooperativa Solidarietà e Servizi
● 13.500 € Opera Mater Orphanorum	● 3.000 € ACISS Progetto Malnutrizione Burundi
● 13.500 € Comunità Progetto Pollicino Busto Arsizio	● 3.000 € Fondazione ANT
● 10.700 € Associazione E.Va Onlus	● 3.000 € AEMAS Onlus - Orchestra sinfonica Q. Spagnoli
● 10.000 € Fondazione Bellora - Centro TerraLuna	● 3.000 € M. Marangoni Borsa Studio Cognitivo
● 8.000 € Comunità San Patrignano	● 2.000 € ARCINC. Verdummari S. M. delle Grazie
● 5.000 € LILT Varese	● 1.200 € La Vela Coop Sociale la Casa Davanti al Sole
● 5.000 € Ass. Culturale Pianeta	● 500 € Sara Pink
● 5.000 € V. Tedeschi - Borsa di studio	



105.400 €
Totale donazioni

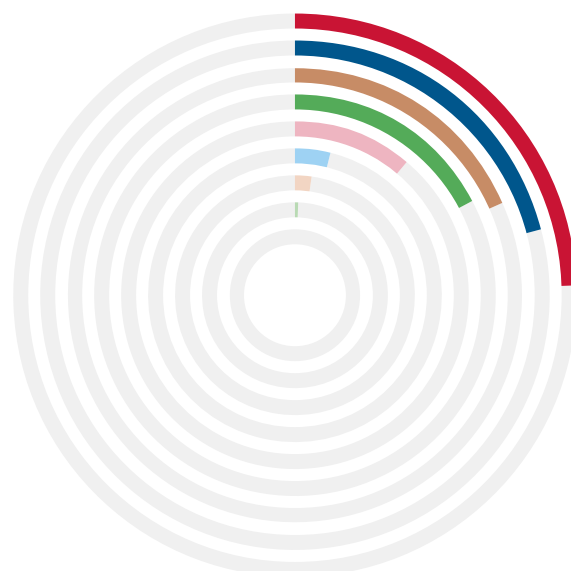


Queste donazioni hanno rafforzato il supporto a centri antiviolenza, case-famiglia e persone in difficoltà, in linea con la missione dell'associazione di offrire un aiuto concreto a donne, bambini e persone fragili. Il 2024 ha visto anche il proseguimento della campagna per il 5x1000, che ha raccolto 4.574,79 €, destinati a finanziare nuovi progetti legati al territorio.

In aggiunta alle donazioni economiche, Diana ODV ha donato 8.441 capi di abbigliamento a varie organizzazioni benefiche, così come riparti di seguito.

Capi Donati

● 2.070 Fondazione ANT Bologna	● 342 Fondazione ANT Milano
● 1.777 Comunità di Sant'Egidio Onlus - Roma	● 207 Vigili del Fuoco
● 1.554 Comunità di Sant'Egidio Onlus - Milano	● 50 I.FL.HAN. SRL
● 1.472 Comunità di Sant'Egidio - ACAP Napoli Lavanderie	● 8 Parrocchia SS Pietro e Paolo
● 961 Associazione l'Acchiappasogni Onlus	



8.441
Capi donati



04

Pianeta

- 169** 4.1 Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico
- 180** 4.2 Gestione della risorsa idrica
- 181** 4.3 Gestione dei rifiuti
- 183** 4.4 Packaging responsabile
- 185** 4.5 Efficienza energetica nei negozi
- 187** 4.6 Protezione del territorio e della biodiversità

Highlights 2024

75%

Approvvigionamento di energia rinnovabile da rete in Italia

77%

Di plastica riciclata utilizzata nel packaging

53%

Di carta certificata FSC utilizzata nel packaging

75%

Di auto elettriche o ibride nel parco auto aziendale

97%

Di emissioni GHG derivanti dallo scopo 3

45%

Di emissioni GHG di scopo 3 derivanti dall'acquisto di beni e servizi



“

La vela rappresenta un connubio perfetto tra sport e sostenibilità ambientale, dove il rispetto per il mare diventa non solo una necessità ma un valore fondamentale. In RS21 Italian Class, abbiamo fatto della sostenibilità il nostro faro guida, implementando soluzioni innovative che stanno ridefinendo gli standard nel mondo della vela.

Il nostro impegno si concretizza attraverso iniziative all'avanguardia: dall'introduzione di motori elettrici per le imbarcazioni RS21 all'utilizzo di boe elettriche, dalla realizzazione di regate plastic-free al perseguimento dell'obiettivo zero emissioni di CO₂. La certificazione ISO 20121 per l'organizzazione sostenibile degli eventi e la certificazione per la compensazione CO₂ di Up2You testimoniano il nostro impegno tangibile verso un futuro più sostenibile.

Particolarmente significativo è il nostro programma Under23, dove formiamo i giovani talenti non solo nelle tecniche veliche, ma in una visione olistica della sostenibilità. Attraverso il noleggio agevolato delle imbarcazioni e l'affiancamento

di professionisti, offriamo ai giovani velisti l'opportunità di crescere comprendendo che la vera eccellenza sportiva include il rispetto per l'ambiente, l'inclusione sociale e la responsabilità verso il mare.

Il mare è il nostro campo da gioco, ma anche la nostra responsabilità. Attraverso la vela, promuoviamo non solo uno sport pulito ma un nuovo modo di pensare alla competizione sportiva, dove l'eccellenza nelle prestazioni va di pari passo con il rispetto per l'ambiente marino. È questa visione condivisa che rende la partnership con Yamamay particolarmente significativa: insieme, stiamo dimostrando che è possibile coniugare passione sportiva e responsabilità ambientale, creando un modello virtuoso per le generazioni future.

”

Davide Casetti

Presidente RS21 Italian Class

4.1 GESTIONE RESPONSABILE DELLE RISORSE E CONTRASTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Consumi energetici

Per massimizzare l'efficienza energetica dei propri uffici, Yamamay ha adottato un approccio progressivo e innovativo, implementando una serie di interventi mirati nel corso degli anni.

Questo percorso è iniziato nel 2021 con l'installazione di sensori intelligenti per il controllo del raffrescamento e riscaldamento, l'avvio del relamping con l'introduzione di sistemi di illuminazione più efficienti nei negozi e nella sede, e la ristrutturazione delle aree conviviali e del parcheggio. Nello stesso anno, sono stati installati 82 pannelli fotovoltaici e due colonnine di ricarica elettrica JuicePole di EnelX, rafforzando l'impegno verso la mobilità sostenibile.

Nel 2022, l'attenzione si è concentrata sull'efficientamento dell'impianto di illuminotecnica, con la sostituzione dei vecchi sistemi a favore di illuminazione LED ad alta efficienza energetica, riducendo significativamente il consumo elettrico.

Il percorso si è completato nel 2023 con il potenziamento dell'impianto di climatizzazione della sede di Gallarate, migliorando ulteriormente il comfort ambientale e riducendo i consumi energetici.

A partire da metà 2024, Yamamay ha avviato un'attività di monitoraggio dei consumi energetici per la sede di Gallarate e alcuni negozi diretti, con lo scopo di rilevare in tempo reale eventuali anomalie.

Energia elettrica

In preparazione ai nuovi standard di rendicontazione, è stata modificata la modalità di presentazione dei dati rispetto all'anno precedente, adottando una nuova unità di misura. Per garantire la confrontabilità, i dati relativi al 2023 e al 2022 sono stati convertiti da gigajoule (GJ) a megawattora (MWh) utilizzando le apposite formule di conversione. Inoltre, per la sede di Gallarate e per i negozi a gestione diretta in Italia è stato possibile tracciare il mix energetico, distinguendo tra fonti rinnovabili e non rinnovabili. Tale distinzione non è stata invece effettuata per le sedi estere, con l'impegno di migliorare la metodologia di raccolta e analisi già a partire dal prossimo anno.

Italia

Nel 2024, il consumo energetico complessivo presso l'headquarter di Gallarate si è attestato a 817 MWh, registrando una riduzione del 6,7% rispetto al 2023 e del 21,5% rispetto al 2022. Questo andamento riflette un progressivo miglioramento in termini di efficienza energetica dovuto anche all'adozione di comportamenti responsabili, tra cui lo spegnimento delle luci durante gli orari di pausa e revamping.

Il dato più significativo riguarda la composizione del mix energetico: nel 2024 la quota di energia da fonti rinnovabili per la sede di Gallarate ha raggiunto il 73%, un incremento sostanziale rispetto al 44% del 2023 e al 34% del 2022. Parallelamente, la dipendenza da fonti fossili è diminuita drasticamente, passando dal 66% nel 2022 e 56% nel 2023 al 27,42% nel 2024. L'aumento dell'energia da fonti rinnovabili è stato trainato principalmente dall'incremento dell'energia rinnovabile acquistata. La quota di energia autoprodotta da fonti rinnovabili, invece, è rimasta stabile, con un lieve calo nel 2024 rispetto ai due anni precedenti.

Headquarter Gallarate	2022	2023	2024
Consumo Energetico Totale relativo alle proprie operazioni (MWh)	1.041	876	817
Consumo totale di energia da fonti fossili (MWh)	690	488	224
Percentuale di consumo energetico da fonti fossili sul consumo energetico totale	66%	56%	28%
Consumo totale di energia da fonti nucleari (MWh)	0	0	0
Percentuale di consumo energetico da fonti nucleari sul consumo energetico totale	0	0	0
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili (MWh)	351	388	593
Percentuale di consumo energetico da fonti rinnovabili sul consumo energetico totale	34%	44%	73%
Fonti rinnovabili - Consumo di combustibile (MWh)	0	0	0
Fonti rinnovabili - Energia acquistata (MWh)	308	345	556
Fonti rinnovabili - Energia autoprodotta (MWh)	43	43	37

Nel 2024, il consumo energetico complessivo dei negozi a gestione diretta in Italia si è attestato a 5.340 MWh, registrando una lieve riduzione rispetto al 2023 (5.506 MWh) e al 2022 (5.543 MWh). Sebbene il volume totale di energia consumata si mantenga elevato, l'evoluzione del mix energetico mostra un cambiamento rilevante in termini di sostenibilità.

La percentuale di energia proveniente da fonti fossili è diminuita drasticamente, passando dal 77% nel 2022 e 59% nel 2023 al solo 24,72% nel 2024. Parallelamente, il consumo di energia da fonti rinnovabili ha registrato un incremento significativo, arrivando a coprire il 75,30% del fabbisogno energetico totale, rispetto al 41% del 2023 e al 23% del 2022.

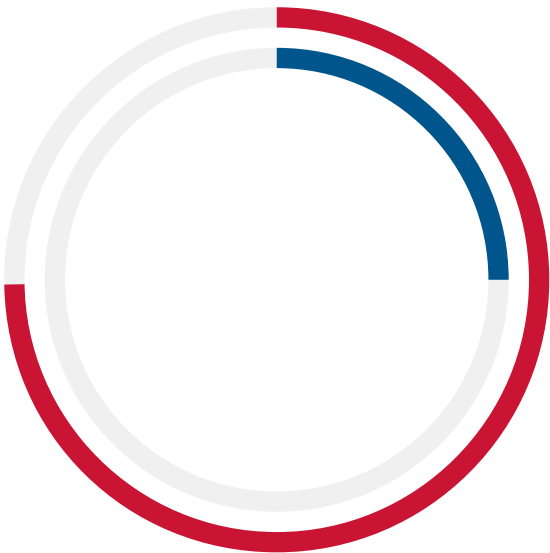
Negozi diretti Italia	2022	2023	2024
Consumo Energetico Totale relativo alle proprie operazioni (MWh)	5.543	5.506	5.340
Consumo totale di energia da fonti fossili (MWh)	4.273	3.228	1.320
Percentuale di consumo energetico da fonti fossili sul consumo energetico totale	77%	59%	25%
Consumo totale di energia da fonti nucleari (MWh)	0	0	0
Percentuale di consumo energetico da fonti nucleari sul consumo energetico totale	0	0	0
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili (MWh)	1.270	2.278	4.021
Percentuale di consumo energetico da fonti rinnovabili sul consumo energetico totale	23%	41%	75%
Fonti rinnovabili - Consumo di combustibile (MWh)	1.270	2.278	4.021
Fonti rinnovabili - Energia acquistata (MWh)	0	0	0
Fonti rinnovabili - Energia autoprodotta (MWh)	0	0	0



In conclusione, nel 2024 in Italia sono stati consumati complessivamente 6.157 MWh, di cui 4.614 provenienti da fonti rinnovabili. Questo risultato ha permesso all'Azienda di raggiungere l'obiettivo fissato dal piano di approvvigionamento energetico, che prevedeva per il 2024 una quota del 75% di energia da fonti rinnovabili.

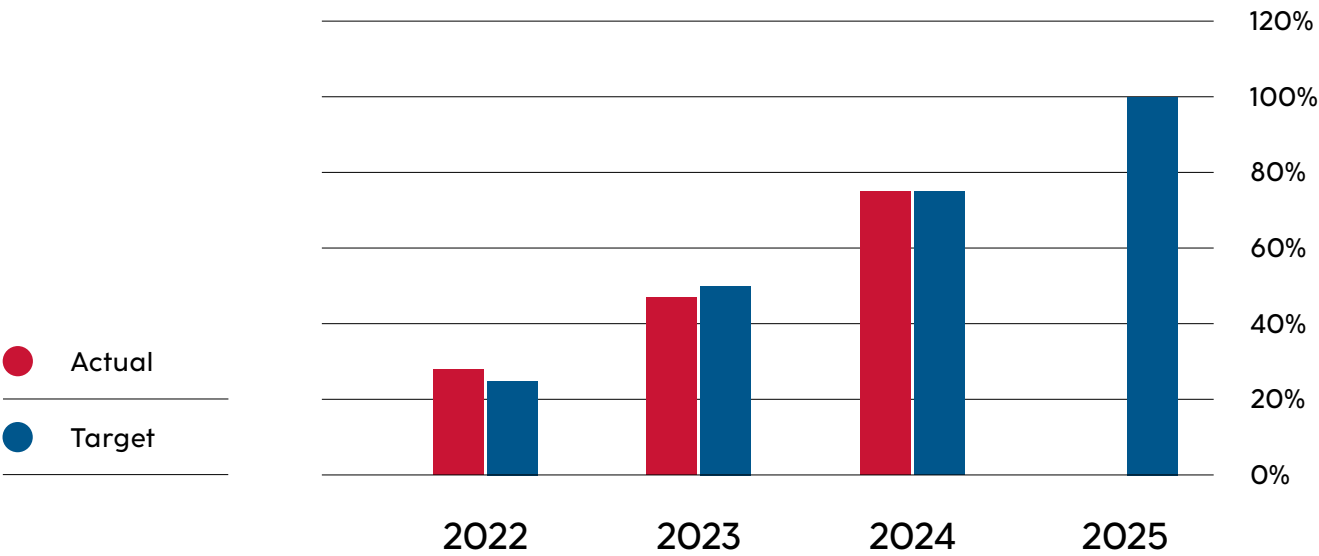
Energia consumata

- **4.614 MWh**
Energia da fonti rinnovabili
- **1.543 MWh**
Energia da fonti non rinnovabili



6.157 MWh
Totale energia consumata

Piano di acquisto di energia rinnovabile (Italia)



Consumi energetici store (MWh)	2023	2024
Pianoforte France	29	23
Pianoforte Middle East	102.350	103.105
Pianoforte Croatia	0	351
Totale consumi	102.379	103.479

Consumi energetici sedi (MWh)	2023	2024
Ying Li Yang International	34	37
Pianoforte Asia Pacific	0	27
Totale consumi	34	64

Per garantire una maggiore chiarezza e accuratezza nell’analisi, i dati relativi ai consumi energetici delle sedi estere sono stati suddivisi tra negozi e uffici. Questa distinzione consente di valutare con più precisione le specificità operative delle diverse tipologie di spazi aziendali distribuiti a livello internazionale. Nel dettaglio, emerge un dato fortemente influenzato dal contributo di Pianoforte Middle East, che con 103.105 MWh rappresenta la quasi totalità dei consumi energetici dei negozi all’estero nel 2024. Tale valore estremamente elevato è principalmente imputabile all’uso intensivo dell’illuminazione e agli impianti di climatizzazione necessari per garantire il comfort all’interno dei mall, in un contesto climatico caratterizzato da temperature elevate per gran parte dell’anno. Al contrario, le altre sedi retail (Pianoforte France e Pianoforte Croatia) presentano consumi significativamente più contenuti, pari rispettivamente a 23 e 351 MWh. Anche gli uffici internazionali registrano consumi molto limitati: 37 MWh per Ying Li Yang International e 27 MWh per Pianoforte Asia Pacific, per un totale complessivo di 64 MWh.

Gas

Nel 2024 Yamamay ha continuato il percorso di ottimizzazione energetica, registrando una riduzione complessiva dei consumi di gas per il riscaldamento pari al 3% rispetto al 2023 (da 913 a 883 m³). Il calo più significativo si è osservato nei punti vendita, grazie a interventi di efficientamento e all’adozione di pratiche più sostenibili, mentre un aumento dei consumi è stato registrato presso le sedi estere, legato all’espansione operativa e all’apertura di nuove strutture. Parallelamente, la gestione dei gas refrigeranti ha mantenuto la sua stabilità: le perdite di R-410A sono rimaste invariate a 18 kg, confermando l’impegno aziendale nel monitoraggio costante e nella manutenzione proattiva degli impianti. Questi risultati rafforzano la volontà di Yamamay di agire non solo attraverso la riduzione dei consumi, ma anche tramite un presidio rigoroso delle emissioni indirette, in linea con la strategia di sostenibilità e con gli obiettivi di lungo periodo legati alla decarbonizzazione e alla resilienza climatica.

Consumi di gas per il riscaldamento (m³)	2023	2024
Sede Italia	229	214
Sede Estero	38	68
Punti vendita	646	601
Totale	913	883

Perdite di gas refrigeranti - Punti vendita (kg)	2023	2024
R-410°	18	18

Flotta aziendale

Nel 2024, la flotta aziendale di Yamamay in Italia si riduce a 33 veicoli, registrando una svolta significativa rispetto agli anni precedenti (46 veicoli nel 2022 e 49 nel 2023). La transizione ecologica dell'Azienda è evidente nella composizione della flotta: i veicoli diesel, che rappresentavano la maggioranza con 30 unità nel 2023, scendono drasticamente a 6 unità. Parallelamente, i veicoli ibridi a benzina aumentano da 18 a 25, mentre aumenta di un'unità il numero di veicoli elettrici passando a 2. Le auto alimentate esclusivamente a benzina, già in calo nel 2023, sono state completamente dismesse nel 2024.

Questo cambiamento si riflette chiaramente nei consumi di carburante. Il consumo di diesel diminuisce sensibilmente del 30%, passando da 57.794 litri nel 2023 a 40.230 litri nel 2024, in linea con la riduzione della flotta diesel. Anche il consumo di benzina mostra una flessione: dopo aver raggiunto un picco di 31.765 litri nel 2023, scende a 28.751 litri nel 2024, registrando una riduzione di quasi il 10%, segno di una maggiore efficienza nei consumi dei veicoli ibridi. Complessivamente, il consumo totale di carburante cala del 23%, passando da 89.559 litri nel 2023 a 68.981 litri nel 2024, sottolineando l'efficacia delle politiche aziendali orientate alla riduzione delle emissioni. In risposta all'aumento di veicoli elettrici, le colonnine di ricarica aziendali, che nel 2023 avevano erogato 3.336 kWh, forniscono 3.585 kWh nel 2024.

kWh erogati da colonnine di ricarica in sede

3.336 kWh nel 2023	3.585 kWh nel 2024
------------------------------	------------------------------

Questa evoluzione si inserisce in un quadro più ampio di strategie aziendali mirate alla sostenibilità. La Travel Policy di Yamamay, infatti, non solo facilita la gestione delle trasferte tramite un sistema di prenotazione online, ma consente anche il monitoraggio dell'impatto ambientale dei viaggi aziendali. Questo approccio integrato conferma l'impegno dell'azienda nella riduzione delle emissioni e nella promozione di una mobilità aziendale più responsabile ed efficiente.

Tra le controllate, Pianoforte Croatia è l'unica a disporre di veicoli aziendali. Nel 2024, la flotta aziendale di Pianoforte Croatia è composta da tre veicoli, senza dati di confronto storico disponibili in quanto la società è stata integrata nel perimetro di Inticom S.p.A durante l'anno. I veicoli, di cui due alimentati a diesel e uno a benzina, sono tutti conformi agli standard ambientali Euro 6.

Consumi flotta aziendale

Italia (litri)		Estero (litri)	
40.230 litri Diesel 2024 (57.794 litri nel 2023)	28.751 litri Benzina 2024 (31.765 litri nel 2023)	1.185 litri Diesel 2024	900 litri Diesel 2024

Flotta aziendale Italia e estero

Alimentazione	2022	2023	2024
Diesel	29	30	8
Full-Hybrid	12	18	25
Benzina	3	0	1
Elettrica	1	1	2

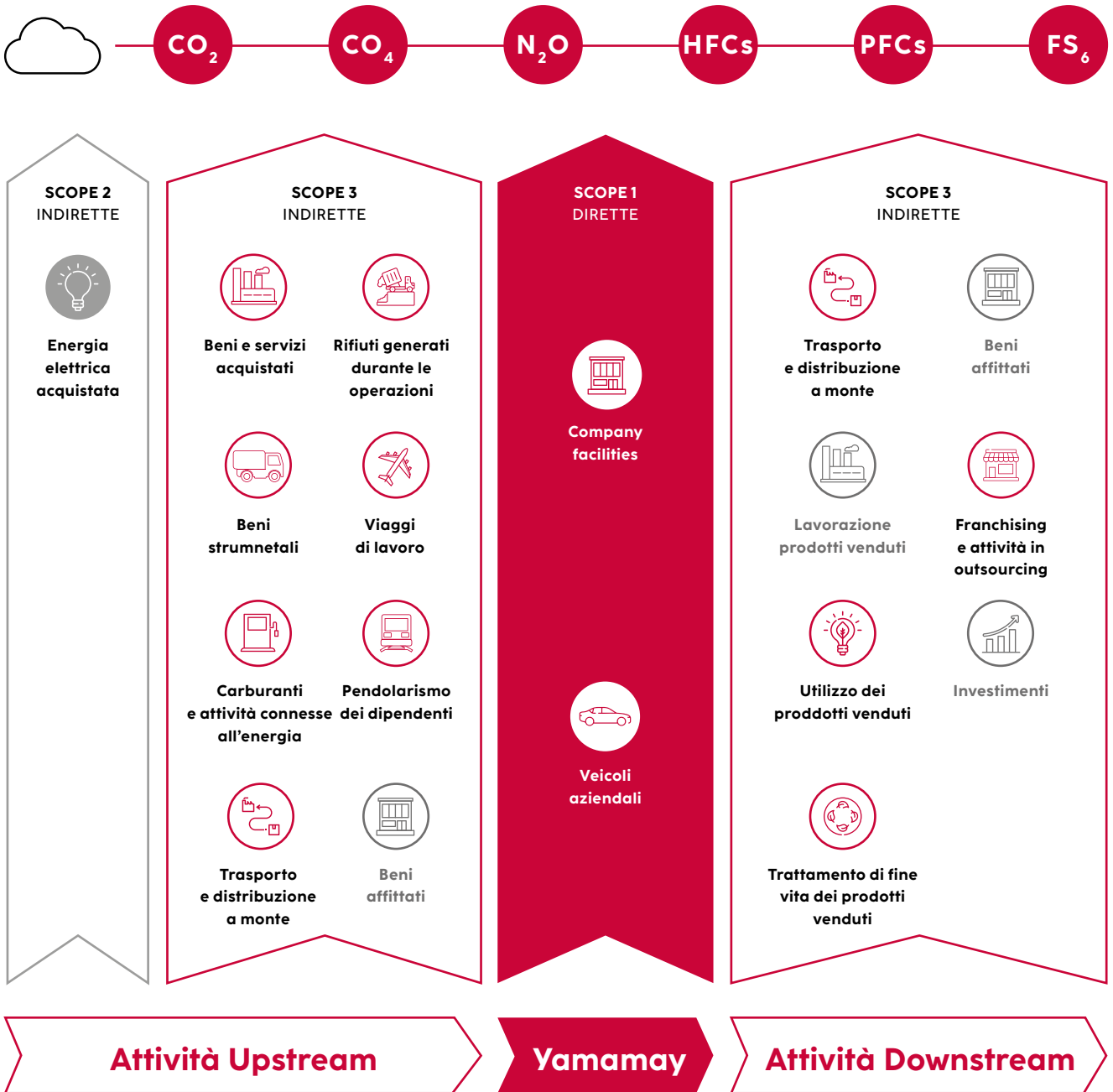
I dati 2022-2023 si riferiscono solamente all'Italia, mentre i dati 2024 si rendicontano anche all'estero.

Pannelli fotovoltaici

Nel 2021, Yamamay ha compiuto un passo significativo verso la sostenibilità energetica con l'installazione di 82 pannelli fotovoltaici sul tetto della sede centrale. Questi pannelli coprono una superficie totale di 131 m² e beneficiano di una potenza installata di 37 kWp, contribuendo in modo concreto alla riduzione della dipendenza dalle fonti energetiche tradizionali. Nel 2024, l'impianto ha prodotto 37,7 kWh di energia elettrica, dimostrando l'impegno dell'Azienda nell'ottimizzare l'efficienza energetica e ridurre l'impatto ambientale.



Emissioni GHG



Le emissioni di gas a effetto serra (GHG), come anidride carbonica (CO_2), metano (CH_4) e ossidi di azoto (NO_x), rappresentano una delle principali cause del cambiamento climatico globale. Questi gas trattengono il calore nell'atmosfera, contribuendo all'aumento delle temperature medie e a fenomeni ambientali come lo scioglimento dei ghiacci, l'innalzamento del livello del mare e l'intensificazione degli eventi meteorologici estremi.

La riduzione delle emissioni è una priorità per Yamamay, che da anni monitora l'impatto delle proprie attività, in collaborazione con un partner esterno specializzato. L'Azienda utilizza una metodologia di calcolo conforme al GHG Protocol, standard internazionale di riferimento, che consente un'analisi accurata delle emissioni dirette e indirette legate ai consumi energetici.

L'approccio adottato considera l'intera catena del valore, includendo sia le attività aziendali sia gli impatti generati a monte e a valle. Questo consente di identificare le aree a maggiore intensità emissiva e di orientare in modo efficace le strategie di riduzione dell'impatto ambientale complessivo.

Nel corso del 2024 sono state cambiate alcune logiche di calcolo illustrate nella nota metodologica.

Emissioni GHG (t CO ₂ eq)	2021 Market-based	2021 Location-based	2022 Market-based	2022 Location-based	2023 Market-based	2023 Location-based	2024 Market-based	2024 Location-based
Emissioni scope 1	140		158		278		256	
Emissioni scope 2	2.273	1.379	2.231	1.679	1.829	2.136	1.191	3.166
Totale emissioni scope 1 e 2	2.413		2.389		2.107		1.447	
Emissioni scope 3 (senza fase d'uso)					42.510		46.546	
Totale emissioni scope 1, 2 e 3					44.617		47.993	

Le emissioni Scope 1 del 2021 e del 2022 non sono comparabili con i dati del 2023 e del 2024 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.



La numerosità dei dati primari fa sì che il calcolo sia rigoroso in continuità con il 2023. 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 di gas a effetto serra di Scopo 3 costituiscono la componente predominante del profilo emissivo di Yamamay, rappresentando circa il **97%** del totale. In linea con i principi di trasparenza e rilevanza, è stato deciso di escludere dal calcolo complessivo la categoria 11, relativa alla fase d'uso del prodotto, in quanto rientra in ambiti non direttamente gestibili dall'Azienda. Il controllo di Yamamay si limita infatti alla definizione di indicazioni di lavaggio e manutenzione, volte a promuovere una gestione corretta dei capi e a prolungarne la durata utile.

Escludendo tale categoria, il confronto con l'anno **2023** evidenzia un aumento complessivo delle emissioni pari al **9%**. Nonostante la diminuzione di circa il 21% della categoria 1, l'aumento è dovuto sia al cambio della metodologia di calcolo, sia all'aumento del dettaglio nel calcolo della categoria trasporti downstream e upstream, che ha comportato un aumento significativo rispetto allo scorso anno.

L'intensità emissiva dell'Azienda, calcolata in termini di chilogrammi di CO₂ equivalente per unità venduta, è pari a **3,49 kg/pezzo**, un dato che riflette l'impegno continuo nella riduzione dell'impatto ambientale lungo l'intera catena del valore.

SCOPO 1

Le emissioni di gas serra (GHG) di Scopo 1 sono direttamente generate dalle attività dell'organizzazione e ricadono sotto il suo controllo operativo. La loro gestione rappresenta una delle leve più immediate per intervenire sul proprio impatto climatico.

Nel caso di Yamamay, le emissioni di Scopo 1 rappresentano una quota marginale sul totale, pari a circa lo 0,5%. Sono riconducibili ai consumi ener-

getici di sede e negozi, nonché ai veicoli aziendali. Quest'anno si è registrata una diminuzione delle emissioni di Scopo 1 dell'8% rispetto all'anno precedente dovuto al passaggio del parco auto ad auto full-hybrid o elettriche e alla diminuzione dei chilometri complessivi di percorrenza.

SCOPO 2 (MARKET-BASED)

Le emissioni di Scopo 2 comprendono le emissioni indirette derivanti dall'energia acquistata e consumata, come elettricità, calore o refrigerazione. Pur non essendo prodotte direttamente dall'organizzazione, sono strettamente connesse alle sue attività operative.

Nel 2024, grazie alla politica di approvvigionamento energetico basata su fonti rinnovabili, Yamamay ha ridotto le proprie emissioni di Scopo 2 del **35%**. In particolare, è stato acquistato il **75%** del fabbisogno elettrico italiano (sede e negozi diretti) tramite garanzie d'origine.

Le emissioni di Scopo 2 incidono per circa il 2,5% sul totale.

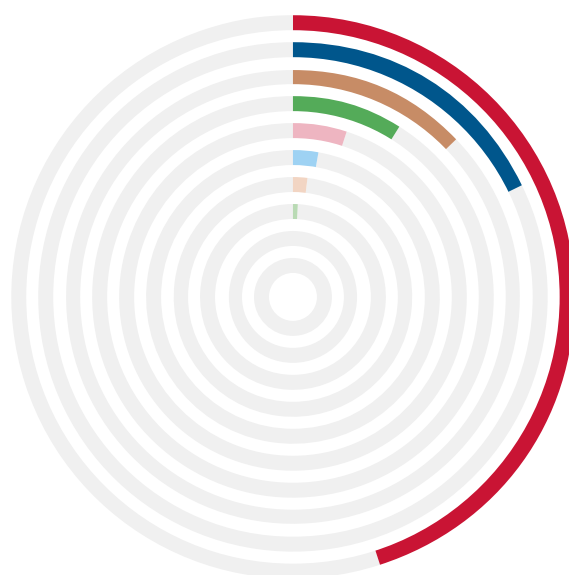
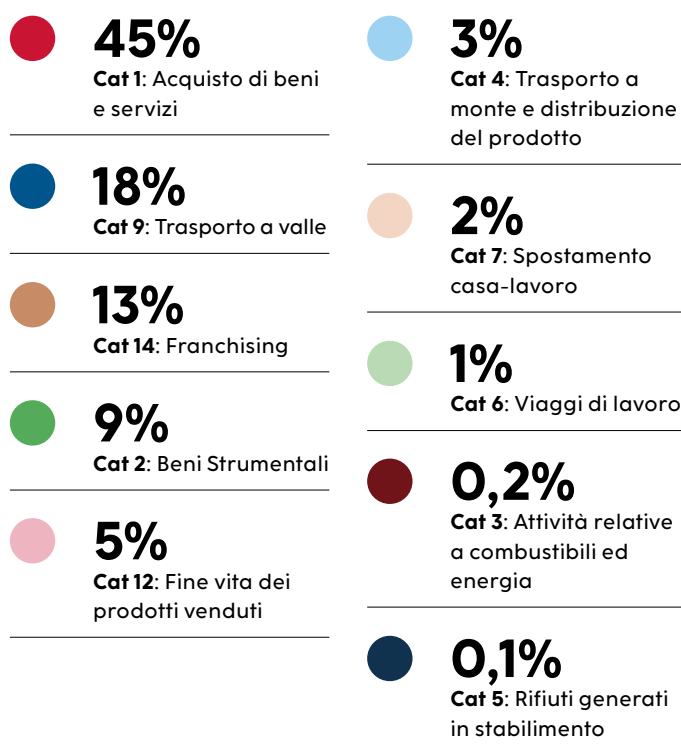
SCOPO 3

Le emissioni di Scopo 3 sono quelle indirette non comprese negli altri due ambiti e si riferiscono a tutte le attività della catena del valore, dai fornitori ai consumatori finali. Rappresentano la componente più ampia e complessa da monitorare, ma anche la più strategica in ottica di mitigazione.

Nel 2024, Yamamay ha concentrato gli sforzi sul perfezionamento delle metodologie di calcolo, definendo un anno base utile per fissare obiettivi di riduzione strutturati.

Una volta esclusa dal conteggio la categoria 11 (fase d'uso del prodotto), poiché non direttamente controllabile dall'Azienda, le emissioni di Scopo 3 risultano in aumento del 9% rispetto al 2023. Le categorie più impattanti si confermano: l'acquisto di beni e servizi (**45%**), il trasporto a valle (**18%**) e il franchising (**13%**).

Emissioni scope 3 del 2024



Categoria 1: costituisce la quota predominante delle emissioni aziendali, riconducibili in gran parte all'acquisto di materie prime tessili e all'utilizzo di risorse nei processi produttivi. Anche se in misura minore, contribuiscono a questa categoria le emissioni generate dall'acquisto di packaging, materiali visual, arredi e servizi. Per abbattere l'impatto legato a questa categoria, è essenziale che Yamamay orienti le proprie scelte verso materiali a basso impatto ambientale e verso fornitori tecnologicamente avanzati, in grado di adottare processi produttivi più sostenibili. A supporto di questa strategia, l'Azienda ha avviato un piano di approvvigionamento focalizzato su prodotti innovativi e sostenibili, e si propone di sviluppare una lista di *Preferred Materials* per la realizzazione delle collezioni. I fornitori vengono inoltre monitorati attraverso una piattaforma che valuta le loro performance su sei ambiti di sostenibilità, e che consente anche di raccogliere dati primari utili per il calcolo delle emissioni. Un'ulteriore iniziativa riguarda il miglioramento del piano di acquisto dei materiali visual, con l'obiettivo di ridurre le quantità.

Categoria 9: oltre alle emissioni derivanti dal trasporto del prodotto ai negozi (B2B) e ai clienti finali tramite l'e-commerce (B2C) raccoglie le emissioni legate alla fase di consegna del prodotto dal punto vendita al domicilio del cliente (C2R), effettuata con modalità non note all'Azienda. Come per la categoria 11, queste emissioni non possono essere oggetto di interventi diretti da parte di Yamamay.

Categoria 14: comprende le emissioni provenienti dai punti vendita in franchising, i quali operano in autonomia per quanto riguarda la gestione delle utenze e del personale. Dal 2024, i franchisee sono stati coinvolti attraverso un questionario volto a rilevare i consumi energetici dei negozi affiliati. I dati raccolti hanno permesso di individuare alcune buone pratiche. Nel corso dell'anno, Yamamay continuerà questo percorso di coinvolgimento, anche tramite la diffusione e promozione delle linee guida delineate nella propria politica ambientale.



4.2 GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA

Nel 2024 Yamamay ha confermato il suo impegno verso un utilizzo consapevole e responsabile delle risorse naturali, tra cui l'acqua, pur operando in un contesto a bassissimo impatto idrico. I consumi si sono mantenuti limitati e circoscritti agli usi igienico-sanitari delle sedi e dei punti vendita, senza variazioni significative rispetto agli anni precedenti. La fornitura idrica continua a provenire esclusivamente da acquedotti locali, e le acque reflue, assimilabili a quelle domestiche, sono immesse in sicurezza nella rete fognaria pubblica. È stata inoltre confermata la totale assenza di prelievi da aree a rischio idrico, elemento che ribadisce la sostenibilità intrinseca delle nostre attività operative sotto questo profilo. Anche in un ambito a impatto ridotto, Yamamay mantiene alta l'attenzione verso la tutela delle risorse idriche, rafforzando policy interne e sensibilizzando il personale sull'importanza di comportamenti virtuosi e quotidiani.

Prelievo idrico (MI)	2022	2023	2024
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	1,5	1,5	1,5
Totale	1,5	1,5	1,5

4.3 GESTIONE DEI RIFIUTI

Yamamay adotta un approccio integrato alla gestione dei rifiuti, fondato sulla prevenzione, il riciclo e il corretto smaltimento, sia presso la sede che nei punti vendita.

Nel proprio processo produttivo e distributivo, l'Azienda promuove l'ottimizzazione delle risorse e la riduzione degli sprechi, con l'obiettivo di limitare la quantità di rifiuti generati. Grazie alla natura delle attività svolte, non vengono prodotti rifiuti pericolosi o speciali, ad eccezione dei toner esausti delle stampanti, che vengono correttamente raccolti e smaltiti dalla società di noleggio, garantendo un trattamento conforme alle normative ambientali vigenti. La raccolta differenziata è attiva su tutti i piani della sede aziendale e comprende plastica, vetro, carta, lattine, organico, indifferenziata, pile esauste e rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche (RAEE), con appositi raccoglitori accompagnati da istruzioni chiare per facilitare un corretto conferimento. Inoltre, materiali provenienti da operazioni di rinnovo e ristrutturazione vengono conferiti a discariche autorizzate tramite appositi formulari FIR, redatti dalle ditte incaricate.

Nel 2024, per le sedi italiane, Yamamay ha raccolto e analizzato i dati disponibili tramite i formulari di conferimento in discarica, relativi principalmente allo smaltimento di arredi provenienti da negozi in fase di chiusura o ristrutturazione. Per la sede centrale di Gallarate, la quantità di rifiuti indifferenziati è stata stimata utilizzando i dati del gestore comunale dei rifiuti, parametrati in base alla superficie degli uffici e al numero di persone presenti. Poiché l'Azienda non dispone ancora di un sistema di monitoraggio puntuale per i rifiuti domestici prodotti in sede e nei negozi, la rendicontazione è limitata al perimetro Italia, escludendo temporaneamente le sedi estere. Dall'analisi dei dati emerge un progressivo aumento della produzione complessiva di rifiuti negli ultimi tre anni: dalle 15,5 tonnellate del 2022 si è passati a 42,9 nel 2023 e a 51,92 nel 2024. Questo incremento è dovuto principalmente all'inclusione della stima dei rifiuti indifferenziati della sede e allo smaltimento straordinario di arredi. In tutti i casi, i rifiuti registrati risultano non pericolosi.

Rifiuti prodotti

	2022	2023	2024
Totale rifiuti prodotti (t)	15,5	42,9	51,9
Rifiuti pericolosi (t)	0	0	0
Rifiuti non pericolosi (t)	15,5	42,9	51,9

Non destinati allo smaltimento	2022	2023	2024
Totale rifiuti pericolosi	0	0	0
Rifiuti pericolosi destinati al riutilizzo	0	0	0
Rifiuti pericolosi destinati al riciclo	0	0	0
Rifiuti pericolosi destinati ad altri tipi di recupero	0	0	0
Totale rifiuti non pericolosi	15,5	16,2	4,72
Rifiuti non pericolosi destinati al riutilizzo	5	5,3	0
Rifiuti non pericolosi destinati al riciclo	9	9,2	1,92
Rifiuti non pericolosi destinati ad altri tipi di recupero	1,5	1,7	2,8

Destinati allo smaltimento	2022	2023	2024
Totale rifiuti pericolosi	0	0	0
Rifiuti pericolosi destinati all'incenerimento	0	0	0
Rifiuti pericolosi destinati alla discarica	0	0	0
Rifiuti pericolosi destinati ad altre operazioni di smaltimento	0	0	0
Totale rifiuti non pericolosi	0	26,7	47,2
Rifiuti non pericolosi destinati all'incenerimento	0	0	18,7
Rifiuti non pericolosi destinati alla discarica	0	26,7	28,5
Rifiuti non pericolosi destinati ad altre operazioni di smaltimento	0	0	0

4.4 PACKAGING RESPONSABILE

Yamamay è fortemente impegnata a ridurre il consumo di materiali utilizzati per il packaging e a ricercare e adottare alternative a basso impatto ambientale.

Le linee guida del manuale si ispirano ai seguenti principi fondamentali:

- ♦ Riduzione della quantità di materiali utilizzati.
- ♦ Semplificazione della struttura del packaging secondo i criteri dell'eco-design, privilegiando materiali monocomponenti o articoli facilmente smontabili per favorire il riutilizzo e la riciclabilità.
- ♦ Diminuzione dell'uso di materie prime vergini, in particolare quelle di origine fossile, preferendo materiali provenienti da fonti rinnovabili o riciclate.
- ♦ Progettazione di imballaggi pensati per una lunga durata, incentivando il riuso e facilitando il riciclo a fine vita.
- ♦ Selezione di materiali con performance di sostenibilità validate, supportate da documentazione e misurazioni verificabili, e, ove possibile, certificati.
- ♦ Utilizzo di materiali conformi alla Restricted Substances List (RSL) aziendale, garantendo elevati standard di sicurezza e rispetto ambientale.
- ♦ Rispetto della normativa vigente, in particolare la Direttiva Europea art. 219 comma 5 del D.Lgs. 152/2006 e ss.mm., relativa all'etichettatura ambientale degli imballaggi.

Per garantire l'applicazione di questi principi, tutti i fornitori sono tenuti a seguire scrupolosamente le indicazioni contenute nel manuale, consultabile all'intero del Manufacturing Agreement.

Nel 2024, Yamamay ha compiuto significativi progressi nella gestione sostenibile dei materiali per il packaging. Il consumo di carta è aumentato del 28% per il packaging delle spedizioni, mentre è diminuito del 35% per il packaging di vendita. L'uso di carta vergine ha mostrato tendenze contrastanti, con un aumento del 55% nelle spedizioni e una riduzione del 45% nelle vendite. La quota di carta certificata FSC si è mantenuta alta, raggiungendo il 96% nel packaging di vendita. Sul fronte della plastica, il consumo per le spedizioni è diminuito del 13%, mentre l'uso di plastica riciclata è aumentato dal 52% al 63%. Tuttavia, il packaging di vendita utilizza ancora plastica vergine al 100%, evidenziando margini di miglioramento.

Per quanto riguarda manichini e grucce, il consumo totale di plastica è sceso del 15%, da 26 a 22 tonnellate, mentre la percentuale di plastica riciclata è aumentata dal 68% all'81%. Questi risultati riflettono un impegno crescente verso soluzioni di packaging e materiali più sostenibili, con significativi progressi nel packaging delle spedizioni e ulteriori opportunità di miglioramento nel packaging di vendita.

Utilizzo Carta e Plastica

Tipologia di materiale	Packa- ging di prodotto 2022	Packa- ging di spedizio- ne 2022	Packa- ging di vendita 2022	Packa- ging di prodotto 2023	Packa- ging di spedizio- ne 2023	Packa- ging di vendita 2023	Packa- ging di prodotto 2024	Packa- ging di spedizio- ne 2024	Packa- ging di vendita 2024
Carta vergine (t)	14	40	13	11	178	0	20	275	6
% carta vergine	26%	18%	4%	31%	49%	0%	48%	59%	4%
Carta FSC (t)	39	187	337	25	184	211	22	190	131
% Carta FSC	74%	82%	96%	69%	51%	100%	52%	41%	96%
Carta totale (t)	53	227	350	36	362	211	41	465	137
Plastica vergine (t)	2	69	9	5	28	2	9	41	5
% Plastica vergine	13%	29%	100%	48%	15%	100%	37%	19%	100%
Plastica riciclata(t)	13	172	0	5	160	0	14	170	0
% Plastica riciclata	87%	71%	0%	52%	85%	0%	63%	81%	0%
Plastica totale (t)	15	241	9	10	187	2	23	211	5

Nel corso del 2024 è proseguita la collaborazione con Movopack, avviata nell'anno precedente. La collaborazione mira alla riduzione dell'uso di imballaggi monouso, garantendo un'esperienza di unboxing coinvolgente. Dopo aver ricevuto il prodotto, il cliente può restituire facilmente la busta inserendola in qualsiasi cassetta postale. Movopack si occupa quindi della sanificazione e della rispedizione del packaging a Yamamay per il riutilizzo.

L'analisi dei dati sull'uso delle buste Movopack nel 2024 mostra variazioni significative sia su base temporale sia regionale. A livello mensile, i picchi di utilizzo si registrano a giugno (12%) e marzo (11%), suggerendo una possibile correlazione con

periodi di alta domanda o promozioni stagionali. Luglio e dicembre seguono con percentuali rispettivamente del 6% e 7%, indicando un incremento nelle spedizioni verso la fine dell'anno. Sul piano geografico, l'incidenza maggiore degli ordini con Movopack si riscontra in Valle d'Aosta, mentre la Basilicata si posiziona all'estremo opposto. Per quanto riguarda la scelta delle dimensioni delle buste, il formato medio domina con il 49% delle spedizioni, seguito dal formato piccolo al 36%. I formati più grandi, L e XL, rappresentano solo il 13% e l'1% rispettivamente. L'analisi dei tassi di rientro rivela una tendenza opposta: le buste più grandi, in particolare il formato XL, registrano il tasso di rientro più elevato (28%), mentre il formato S ha il tasso più basso (13%).

Collaborazione con Movopack

18,2%

Tasso di rientro medio

6,8%

Percentuale ordini
spediti con Movopack

4.5 EFFICIENZA ENERGETICA NEI NEGOZI

L'estesa rete di punti vendita, distribuiti principalmente sul territorio nazionale, rappresenta un punto critico in termini di consumo energetico. Consapevole dell'impatto ambientale legato all'operatività dei negozi, l'Azienda ha intrapreso un percorso mirato all'efficientamento energetico che coinvolge sia l'headquarter sia i negozi.

Monitoraggio consumi energetici

Nel secondo semestre del 2024 Yamamay, in collaborazione con un partner esterno, ha avviato un ambizioso progetto di monitoraggio dei consumi energetici nei propri negozi a gestione diretta. L'iniziativa ha finora coinvolto 100 punti vendita e ha avuto l'obiettivo principale di individuare le cause delle principali inefficienze ed anomalie in modo tale da poter definire azioni correttive mirate. Attraverso l'analisi dei dati raccolti in maniera automatizzata dai portali di distribuzione, sono stati identificati alcuni negozi con criticità nei consumi energetici. Tra le principali cause di inefficienze vi sono: gestione non standardizzata degli impianti di climatizzazione, uso prolungato delle luci e carenze nella manutenzione.

Questa analisi preliminare ha rappresentato il punto di partenza per l'avvio di un progetto più ampio e strutturato volto al monitoraggio e al controllo attivo dei consumi energetici e degli automatismi nei negozi Yamamay. L'integrazione di sistemi di gestione energetica avanzati consentirà non solo di monitorare in tempo reale le performance dei punti vendita, ma anche di intervenire tempestivamente e in modo automatizzato per ottimizzare i consumi e ridurre gli sprechi. Questo approccio proattivo permetterà di affrontare in modo mirato le criticità emerse nella fase iniziale, garantendo un miglioramento continuo dell'efficienza energetica e contribuendo alla riduzione dell'impatto ambientale complessivo dell'Azienda.

Studio pilota: Milano Corso Vercelli

A giugno 2024, Yamamay ha avviato uno studio pilota presso il negozio di Corso Vercelli a Milano, con l'obiettivo di testare soluzioni innovative e digitali per l'efficientamento energetico e la gestione sostenibile degli spazi commerciali. Questo progetto ha rappresentato un valido strumento di valutazione dell'efficacia di tali strumenti.

Il progetto, il cui scopo è stato il monitoraggio dei consumi energetici e della salubrità dell'aria, ha previsto l'installazione all'interno del negozio di:

- ◇ sensori di people counting;
- ◇ sensori di indoor air quality;
- ◇ sensori di energy monitoring;
- ◇ purificatori d'aria.

L'analisi ha rilevato un'anomalia nei consumi energetici notturni, causata dal funzionamento continuo del sistema di climatizzazione, con una media di 2.5 kW consumati ogni notte. Per risolvere questa criticità è stato effettuato il ripristino della programmazione oraria della pompa di calore. Il monitoraggio della qualità dell'aria ha

confermato valori costantemente sotto le soglie critiche grazie ai purificatori installati confermando la salubrità degli spazi sia per il personale sia per la clientela. Questa analisi pilota ha fornito una base per l'estensione del progetto di efficientamento energetico a tutta la rete di negozi Yamamay, con un piano di implementazione progressivo già a partire dal 2025.

Per il 2025, l'Azienda si propone di installare tali sistemi di automazione in 15 store selezionati, con l'obiettivo di creare un campione rappresentativo che consenta di validare, su base statistica, l'efficacia della tecnologia in termini di risparmio energetico e riduzione delle emissioni. In vista di questo traguardo, negli ultimi mesi del 2024 è stata condotta un'analisi approfondita dei consumi energetici dei punti vendita a gestione diretta, affiancata da una quantificazione dettagliata e da una stima dei potenziali risparmi ottenibili per ciascun negozio. I risultati emersi da questo studio hanno permesso di individuare i primi 15 store che beneficeranno dell'implementazione dei sistemi, ponendo le basi per una trasformazione concreta e misurabile, orientata all'efficienza energetica e alla sostenibilità ambientale.



4.6 PROTEZIONE DEL TERRITORIO E DELLA BIODIVERSITÀ

La **Missione M.A.R.E. 2024**, giunta alla sua terza edizione, ha rappresentato un'importante occasione di studio e monitoraggio degli ecosistemi marini del Mediterraneo occidentale. L'obiettivo principale è stato quello di raccogliere dati sulla qualità dell'ambiente marino, con un focus particolare sull'inquinamento, la biodiversità e la rete trofica, oltre a un'analisi dell'inquinamento acustico.

Durante la spedizione, l'attenzione si è concentrata sulla presenza di contaminanti nel plancton, fornendo informazioni preziose per valutare lo stato di salute complessivo del mare e per contribuire alle strategie di tutela e conservazione. Per portare a termine questa missione, il team di ricerca ha percorso circa **1.200 miglia nautiche** a bordo di un catamarano, attraversando diverse aree chiave del Mediterraneo nord-occidentale. Il viaggio, durato da **aprile a luglio 2024**, ha avuto inizio dalla costa nord-orientale della Sardegna, per poi dirigersi verso il Mar Ligure. Successivamente, la spedizione ha seguito la costa francese, proseguendo verso sud lungo il litorale spagnolo. Dopo aver raggiunto le **Isole Baleari**, il catamarano ha ripreso la rotta verso nord-est, toccando la Corsica prima di concludere il percorso ritornando in Sardegna. Questo itinerario ha permesso di coprire un'ampia varietà di ambienti marini, fondamentali per ottenere un quadro completo dell'inquinamento e della biodiversità della regione.

Obiettivi della missione

01

MONITORARE LA CONTAMINAZIONE MARINA

- ♦ Analisi di inquinanti organici persistenti (POPs) come PCB e DDT.
- ♦ Studio della concentrazione di metalli pesanti nel zooplancton.

02

RACCOGLIERE DATI SULLA BIODIVERSITÀ E SULLA RETE TROFICA

- ♦ Campionamento giornaliero di zooplancton per comprendere gli effetti della contaminazione sugli ecosistemi marini.

03

CONFRONTARE I LIVELLI DI INQUINAMENTO TRA AREE GEOGRAFICHE DIVERSE

- ♦ Analisi delle differenze di contaminazione tra il Mediterraneo occidentale e altre regioni monitorate nelle precedenti edizioni (Adriatico 2023, Tirreno 2022).

04

CREARE UNA BASE DI DATI STORICI E CONFRONTARE CON TREND TEMPORALI

- ♦ Studio dell'evoluzione della contaminazione dal 1970 ad oggi.

Risultati principali

La **Missione M.A.R.E. 2024** ha permesso di raccogliere dati fondamentali per valutare il livello di contaminazione marina nel Mediterraneo occidentale, con un'attenzione particolare alla presenza di **inquinanti organici persistenti e metalli pesanti** nei campioni di zooplancton. I risultati preliminari indicano livelli preoccupanti di contaminazione in alcune aree, confermando che il Mediterraneo è un bacino fortemente esposto agli impatti delle attività umane.

INQUINAMENTO DA PCB: LIVELLI ELEVATI NELLE AREE INDUSTRIALIZZATE E COSTIERE

I **Policlorobifenili (PCB)**, un tempo ampiamente utilizzati in applicazioni industriali e successivamente vietati per la loro tossicità, continuano a essere rilevati nell'ambiente marino a causa della loro elevata persistenza. L'analisi dei campioni ha rivelato una **concentrazione media di PCB pari a $48,0 \pm 62,4$ ng/g dw**, con punte particolarmente elevate in zone ad alta industrializzazione e traffico marittimo. Le aree più critiche si trovano nel **Golfo del Leone**, in corrispondenza della foce del Rodano e della città di **Marsiglia**, e lungo la costa spagnola, in particolare a **Barcellona e nel delta dell'Ebro**. Un campione ha addirittura registrato un valore eccezionalmente alto di **2.879 ng/g dw**, attualmente in fase di verifica. Il confronto con i dati raccolti nelle precedenti missioni evidenzia che il **Mediterraneo occidentale presenta livelli di PCB superiori rispetto a quelli rilevati nel Mar Adriatico nel 2023 e nel Mar Tirreno nel 2022**, suggerendo una maggiore esposizione agli inquinanti in questa regione.

CONTAMINAZIONE DA DDT: SEGNI DI INPUT RECENTI IN AREE SPECIFICHE

Nonostante il **DDT (Dicloro-Difenil-Tricloroetano)** sia stato vietato ormai da decenni, i suoi residui continuano a essere rilevati negli ecosistemi marini. La loro presenza è dovuta sia alla **persistenza** del composto nell'ambiente, sia a **possibili nuove immissioni** attraverso l'aria, il suolo o il risolleamento dei sedimenti marini. Nei campioni raccolti è stata misurata una **concentrazione media di DDT di $13,7 \pm 9,6$ ng/g dw**, con valori particolarmente elevati in prossimità della **zona costiera di Barcellona**. Qui, i dati suggeriscono un possibile **input recente di DDT**, che potrebbe derivare da **deposizione atmosferica, rilascio da suoli agricoli o risospensione di sedimenti contaminati**. Un'analisi più approfondita ha permesso di valutare il **grado di degradazione del DDT** attraverso il rapporto tra il composto originale e i suoi prodotti di degradazione (DDE e DDD). I risultati hanno evidenziato la presenza di **DDT non completamente degradato in alcune aree**, segnalando possibili **fonti attive di contaminazione** ancora presenti nel bacino.

CONCENTRAZIONE DI METALLI PESANTI: RISCHI DI BIOACCUMULO NELLA CATENA ALIMENTARE

Oltre agli inquinanti organici, la missione ha analizzato la concentrazione di **15 elementi in tracce**, tra cui **arsenico (As), cadmio (Cd), rame (Cu), ferro (Fe), manganese (Mn), mercurio (Hg), piombo (Pb)**

e **zinco (Zn)**. I **metalli pesanti** rappresentano una minaccia particolarmente rilevante per la biodiversità marina, in quanto possono accumularsi negli organismi e propagarsi lungo la **rete trofica**, aumentando i rischi anche per la salute umana.

Le aree con **maggiore accumulo di metalli pesanti** coincidono con **le foci dei principali fiumi europei che sfociano nel Mediterraneo occidentale**, come il Rodano e l'Ebro, che trasportano contaminanti provenienti da aree industriali e agricole, e le **zone costiere industrializzate e portuali**, dove l'attività umana contribuisce in modo significativo alla diffusione di questi inquinanti.

L'analisi dei campioni di zooplancton fornirà ulteriori informazioni sui processi di **bioaccumulo e biomagnificazione**, contribuendo a comprendere meglio il trasferimento dei contaminanti attraverso la catena alimentare marina.

Il confronto tra i dati raccolti nel **Mediterraneo occidentale nel 2024, l'Adriatico nel 2023** e il **Tirreno nel 2022** evidenzia un **trend crescente dei livelli di contaminazione** in alcune regioni. I livelli di **PCB e DDT risultano più elevati nel Mediterraneo occidentale** rispetto agli anni precedenti, indicando una maggiore esposizione della regione a questi inquinanti. Sono state riscontrate **differenze significative nelle tipologie di contaminanti tra le diverse aree**, con impatti variabili in base alla vicinanza a **fonti di inquinamento industriale, agricolo e portuale**.

Missione M.A.R.E. 2024

1.200 miglia nautiche
Distanza percorsa

3 mesi (Aprile - Luglio 2024)
Durata missione

54
Campioni di zooplancton raccolti

48 ng/g dw
Media PCB

13,7 ng/g dw
Media DDT

**Golfo del Leone,
Barcellona, Delta dell'Ebro**
Aree con inquinamento
più elevato

15 elementi in tracce
(metalli pesanti) e vari
composti organici (PCB, DDT)
Numero di contaminanti
analizzati



05

Nota metodologica

- 192** 5.1 Nota metodologica
- 196** 5.2 Tabelle GRI
- 201** 5.3 Indice contenuti GRI

5.1 NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità 2024, giunto quest'anno alla sua **sesta 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)**, con un **progressivo avvicinamento agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**.

Vengono 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 ciascuno 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 SDGs è stata effettuata attraverso un'analisi basata sul documento **SDG Compass**, seguendo le indicazioni di GRI, UN Global Compact e WBCSD.

Dal 2022 Inticom S.p.A. aderisce 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 pertanto uno strumento per informare gli *stakeholder* sugli impegni assunti con l'adesione all'UNGC. L'Indice GRI include anche una tabella di raccordo tra gli standard GRI e i **10 Principi del UNGC**.

I dati e le informazioni fornite coprono l'esercizio dal **1° gennaio al 31 dicembre 2024**, a meno che non sia diversamente indicato. Quando possibile, sono inclusi **dati comparativi triennali (2022-2024)** per offrire una lettura più completa dell'andamento delle performance del gruppo.

Il perimetro di rendicontazione del presente report corrisponde 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.
- ♦ Pianoforte Croatia d.o.o., controllata al 100% da Inticom S.p.A.
- ♦ Pianoforte Asia Pacific Ltd, controllata al 100% da Inticom S.p.A.

Rispetto al 2023, si segnala quindi l'inclusione di due nuove entità nel perimetro di rendicontazione: Pianoforte Croatia e Pianoforte Asia Pacific.

Rispetto alle edizioni precedenti, il processo di raccolta dati ha registrato un significativo miglioramento in termini di **accuratezza e copertura**. In particolare:

- ♦ È stata **ridotta la necessità di ricorrere a stime** per le controllate estere grazie alla disponibilità di dati diretti.
- ♦ È stato **rafforzato il monitoraggio della catena di fornitura**, con un maggiore coinvolgimento dei fornitori in survey qualitative e l'avvio di survey quantitative rivolte ai fornitori con maggiore maturità in ambito ESG.
- ♦ Per quanto riguarda i **dati sul personale**, ove possibile, è stata introdotta una **suddivisione tra headquarter/uffici e negozi a gestione diretta**, per una lettura più puntuale e veritiera delle performance sociali.
- ♦ Il **gender pay gap** è stato calcolato secondo la formula prevista dagli **standard ESRS**. I dati degli anni precedenti sono stati ricalcolati secondo la nuova metodologia, mantenendo la suddivisione tra sede e punti vendita.
- ♦ Il consumo di gas e di energia elettrica per la sede **estere** è stato stimato proporzionalmente in base al rapporto tra numero di dipendenti di Inticom S.p.A. e quello delle controllate
- ♦ I **consumi elettrici delle sedi estere** sono stati rilevati dai **consuntivi di bolletta**, migliorando la solidità del dato rispetto agli anni precedenti, in cui si faceva ricorso a stime basate su superfici.

La quantificazione delle emissioni Scope 1, 2 e 3 è stata affidata a un partner esterno, secondo un approccio coerente con gli anni precedenti.

Scope	Categoria / Voce	Differenze Rispetto al Calcolo Precedente
Scope 1	Emissioni fuggitive	Non gestite nel calcolo di quest’anno perché marginali rispetto al totale: pari allo 0,05% del totale
	Cat.1 - Acquisto di beni e servizi	Esclusi i servizi tutto è calcolato su base fisica invece che monetaria
	Cat.3 - Produzione combustibili e perdite	Calcolo per tipo di combustibile e sezione invece che monetario
	Cat.4 e 9 - Trasporto e distribuzione (up/down)	Input maggiormente dettagliato per segmento e metodo di trasporto
Scope 3	Cat.5 - Rifiuti generati	Tracciate tutte le tipologie di rifiuto per peso, comprese quelle degli uffici
	Cat.6 - Viaggi di lavoro	Input km invece di quello monetario
	Cat.7 - Spostamenti casa-lavoro	Non incluso lo smartworking
	Cat.12 - Fine vita	Non incluso lo scenario di riutilizzo rispetto allo scorso anno
	Cat.14 - Franchising	Stima dell’area con default PEF

Le fonti utilizzate sono:

- ◆ **Ecoinvent v3.10;**
- ◆ **Industry data v2.0;**
- ◆ **Plastics Europe;**
- ◆ **Per lo Scope 1: BEIS UK 2023;**
- ◆ **Per lo Scope 2: ISPRA 2022 (Location-Based) e AIB 2022 (Market-Based).**

Per lo Scope 3, la rendicontazione è avvenuta in conformità al **GHG Protocol - Corporate Value Chain (Scope 3)**, adottando l’approccio dell’**operational control**. Sono state incluse **11 su 15 categorie previste dal protocollo**, selezionate sulla base della loro rilevanza per la realtà aziendale.

In alcuni casi, la modellizzazione delle emissioni è avvenuta tramite fattori di emissione monetari, in linea con la guida tecnica del GHGP. In particolare, sono state utilizzate:

- ◆ **Banca dati ADEME (progetto Clim’Foot)**, metodo Bilan Carbone™ v8.8;
- ◆ **EXIOBASE**, riconosciute dal GHGP.

L’obiettivo dell’analisi è quantificare le emissioni indirette espresse in **tonnellate di CO₂ equivalente**, legate ai prodotti a marchio Yamamay, lungo tutta la catena del valore.

Il Bilancio di Sostenibilità 2024 **non è soggetto a verifica di parte terza** ed è stato redatto dall’**Ufficio CSR di Yamamay**, in collaborazione con i referenti aziendali delle diverse funzioni coinvolte. Per eventuali **approfondimenti, commenti o richieste di informazioni**, è possibile contattare: **csr@yamamay.com**.



yamamay
BE YOU

5.2 TABELLE GRI

GRI 401.1 Nuove assunzioni e turnover

Distribuzione delle assunzioni (2024)

Paese	Genere	Inferiore ai 30 anni	30 - 50 anni	Superiore ai 50 anni	Totale
Italia	Uomo	7	9	1	17
	Donna	268	209	19	496
Francia	Uomo	0	0	0	0
	Donna	3	2	3	8
UAE	Uomo	0	0	0	0
	Donna	2	0	0	2
Cina	Uomo	0	1	0	1
	Donna	0	0	0	0
Vietnam	Uomo	0	0	0	0
	Donna	0	0	0	0
Croazia	Uomo	0	0	0	0
	Donna	17	16	1	34
Asia Pacific	Uomo	1	0	0	1
	Donna	1	1	0	2
Totale	Uomo	8	10	1	19
	Donna	291	228	23	542

Paese	Numero dipendenti all'inizio dell'anno 2022	Numero dipendenti assunti nell'anno 2022	Tasso di turnover in entrata 2022	Numero dipendenti all'inizio dell'anno 2023	Numero dipendenti assunti nell'anno 2023	Tasso di turnover in entrata 2023	Numero dipendenti all'inizio dell'anno 2024	Numero dipendenti assunti nell'anno 2024	Tasso di turnover in entrata 2024
Italia	767	551	72%	826	575	70%	823	514	62%
Francia	0	0	0%	5	18	360%	7	18	257%
UAE	0	0	0%	14	4	29%	15	2	13%
Cina	26	3	12%	26	0	0%	22	1	5%
Vietnam	0	0	0%	0	0	0%	3	0	0%
Croazia	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%
Asia Pacific	0	0	0%	0	0	0%	17	3	18%
Totale	793	554	70%	871	597	69%	887	538	61%

Distribuzione delle uscite (2024)

Paese	Gender	Inferiore ai 30 anni	30 - 50 anni	Superiore ai 50 anni	Totale
Italia	Uomo	6	10	2	18
	Donna	229	211	19	459
Francia	Uomo	0	0	0	0
	Donna	9	8	0	17
UAE	Uomo	0	0	0	0
	Donna	1	0	0	1
Cina	Uomo	0	0	0	0
	Donna	0	0	0	0
Vietnam	Uomo	0	0	0	0
	Donna	0	0	0	0
Croazia	Uomo	0	0	0	0
	Donna	7	12	2	21
Asia Pacific	Uomo	0	1	0	1
	Donna	1	1	0	2
Totale	Uomo	6	11	2	19
	Donna	247	232	21	500

Paese	Numero dipendenti all'inizio dell'anno 2022	Numero dipendenti che hanno lasciato l'azienda nell'anno 2022	Tasso di turnover in uscita 2022	Numero dipendenti all'inizio dell'anno 2023	Numero dipendenti che hanno lasciato l'azienda nell'anno 2023	Tasso di turnover in uscita 2023	Numero dipendenti all'inizio dell'anno 2024	Numero dipendenti che hanno lasciato l'azienda nell'anno 2024	Tasso di turnover in uscita 2024
Italia	767	511	67%	826	500	61%	823	477	58%
Francia	0	0	0%	10	17	170%	7	16	229%
UAE	0	0	0%	14	4	29%	14	2	14%
Cina	26	3	12%	26	1	4%	22	0	0%
Vietnam							3	0	0%
Croazia							39	21	54%
Asia Pacific							17	3	18%
Totale	793	514	65%	876	522	60%	925	519	56%

GRI 401.3 Congedo parentale

Italia e estero	2022	2023	2024
Numero totale di dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale obbligatorio			
Uomini	0	0	1
Donne	53	30	67
Numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale obbligatorio			
Uomini	0	0	1
Donne	30	6	40
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	0
Donne	15	6	6
Numero totale di dipendenti che sono effettivamente tornati al lavoro dopo il congedo parentale obbligatorio			
Uomini	0	0	1
Donne	2	13	25
Numero totale di dipendenti che avrebbero dovuto tornare al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale obbligatorio			
Uomini	0	0	0
Donne	19	15	10
Numero totale di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro al termine del congedo parentale obbligatorio			
Uomini	0	0	0
Donne	15	6	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	1
Donne	30	6	6
Tasso di rientro al lavoro	10%	87%	250%
Tasso retention	50%	100%	100%

GRI 404.1 Ore di formazione medie annuali per dipendenti

Ore medie di formazione	2022	2023	2024
Italia			
Dirigenti	48,7	23,5	26,6
Quadri	11,5	228,9	46,2
Impiegati	18,7	125,6	27,4
Operai	0,0	0,0	0,0
Totale	18,6	128,1	100,2
Estero			
Dirigenti	-	0,0	4
Quadri	-	0,0	4
Impiegati	-	16,8	0,75
Operai	-	0,0	0
Totale	-	16,8	8,75

GRI 404.3 Dipendenti che hanno ricevuto una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale

Italia (numero)	2022	2023	2024
Dirigenti	3	2	3
Quadri	21	20	21
Impiegati	107	113	107
Operai	0	0	0
Totale	131	135	131
Estero			
Dirigenti	-	0	0
Quadri	-	0	0
Impiegati	-	13	0
Operai	-	0	0
Totale	-	13	0

Italia (%)	2022	2023	2024
Dirigenti	100%	100%	100%
Quadri	100%	91%	100%
Impiegati	14%	14%	13%
Operai	0%	0%	0%
Totale	17%	16%	15%
Estero			
Dirigenti	-	0	0
Quadri	-	0	0
Impiegati	-	100%	0
Operai	-	0	0
Totale	-	100%	0%

5.3 INDICE CONTENUTI GRI

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
GRI 2: General Disclosure (2021)				
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione				
2-01		Dettagli organizzativi	10-11, 31-38	
2-02		Entità incluse nel report di sostenibilità dell'organizzazione	30	
2-03		Periodo di segnalazione, frequenza e punto di contatto	10-12	
2-04		Ristrutturazioni di informazioni	192-194	
2-05		Attestazione esterna		I contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità non sono sottoposti ad attestazione esterna.
Attività e Lavoratori				
2-06		Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	16-17	
2-07	6	Dipendenti	122-130	
2-08	6	Lavoratori che non sono dipendenti	122-130	
Governance				
2-09	10	Struttura e composizione della governance	30-39	
2-10		Nomina e selezione del massimo organo di governo	30-39	
2-11		Presidente del più alto organo di governo	30-39	
2-12		Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	30-39	
2-13		Delega di responsabilità per la gestione di impatti	30-39	
2-14		Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	30-39	
2-15		Conflitti d'interesse	30-39	
2-16		Comunicazione delle criticità	40-42	
2-17		Conoscenze collettive del massimo organo di governo	33	
2-18		Valutazione della performance del massimo organo di governo	147-148	
2-19		Norme riguardanti le remunerazioni	147-148	
2-20		Procedura di determinazione della retribuzione	134-135	
2-21		Rapporto di retribuzione totale annuale	134-135	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
Strategia, politiche e prassi				
2-22		Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2-7	
2-23	10	Impegni in termini di policy	10-12, 45-63, 78, 93-94, 120-121, 181, 183, 185	
2-24		Integrazione degli impegni in termini di policy	10-12, 45-63, 78, 93-94, 120-121, 181, 183, 185	
2-25		Processi volti a rimediare impatti negativi	40-42	
2-26		Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	34-35	
2-27		Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del 2024 non si sono verificati casi di non conformità a leggi e regolamenti.	
2-28		Appartenenza ad associazioni	24-29	
Coinvolgimento degli stakeholder				
2-29		Approccio al coinvolgimento degli Stakeholder	50-64	
2-30	3, 6	Contratti collettivi	135	
GRI 3: Temi Materiali (2021)				
3-1		Processo per determinare gli argomenti materiali	50-64	
3-2		Elenco delle tematiche materiali	54	
Performance economico finanziaria				
GRI 3	Temati Materiali (2021)			
3-3		Gestione delle tematiche materiali	180	
201	Performance Economica (2016)			
201-1		Valore economico direttamente generato e distribuito	22-23	
201-2	7, 8, 9	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	40-42	
201-3		Piani pensionistici a benefici definiti e altri piani di pensionamento	150-153	
Anticorruzione				
GRI 3	Temati Materiali (2021)			
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
205	Anti Corruzione 2016			
205-1	10	Operazioni di valutazione per i rischi relativi alla corruzione	34-35	
205-2	10	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	34-35	
205-3	10	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	34-35	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
Sviluppo e Innovazione; Circolarità e design sostenibile				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
301		Materiali 2016		
301-1	7, 8, 9	Materie prime utilizzate per peso o volume	82, 83	
301-2	7, 8, 9	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	82-85	
301-3	7, 8, 9	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	183-184	
Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
302		Energia 2016		
302-1	7, 8, 9	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	169-175	
302-3	7, 8, 9	Intensità energetica	195	
302-4	7, 8, 9	Riduzione del consumo di energia	169-175	
303		Acqua e scarichi idrici 2018		
303-2		Gestione degli impatti legati allo scarico d'acqua	180	
303-3	7, 8, 9	Prelievo idrico	180	
Protezione del territorio e della Biodiversità				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
304		Biodiversità 2016		
304-2	7, 8, 9	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	187-189	
305		Emissioni 2016		
305-1	7, 8, 9	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	176-179	
305-2	7, 8, 9	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	176-179	
305-3	7, 8, 9	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	176-179	
305-4	7, 8, 9	Intensità delle emissioni di GHG	187-189	
305-5	7, 8, 9	Riduzione delle emissioni come diretta conseguenza di specifiche attività e iniziative	176-179	
305-6	7, 8, 9	Emissione di sostanze che riducono lo strato di ozono (ozone-depleting-substances - ODS)	Yamamay nel 2024 non utilizza sostanze ozonolesive.	
305-7	7, 8, 9	Ossido di Nitrogeno (Nox), Ossido di Zolfo (Sox) e altre emissioni significative nell'atmosfera	Yamamay nel 2024 non utilizza tali sostanze.	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
306		Waste 2020		
306-1	7, 8, 9	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	181-182	I dati relativi ai negozi diretti 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	181-182	I dati relativi ai negozi diretti 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	181-182	I dati relativi ai negozi diretti e delle sedi in Cina sono assimilabili ai rifiuti urbani e gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate secondo le modalità di raccolta locali.
306-4	7, 8, 9	Rifiuti non destinati a smaltimento	181-182	I dati relativi ai negozi diretti 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	181-182	I dati relativi ai negozi diretti 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	53-54	
308		Valutazione ambientale dei fornitori 2016		
308-1		Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	93-102	
308-2		Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	93-102	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
Gestione, sviluppo e benessere delle persone				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
401		Occupazione 2016		
401-1	6	Nuove assunzioni e turnover	127-130, 196-197	
401-2	6	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	150-153	
401-3		Congedo parentale	198	
Gestione delle relazioni industriali				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
402		Gestione delle relazioni industriali 2016		
402-1	3	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	120-122	
Salute e sicurezza				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
403		Salute e Sicurezza sul Lavoro 2018		
403-1	1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	154-159	
403-2	1	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	154-159	
403-3	1	Servizi per la salute professionale	154-159	
403-4	1	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	154-159	
403-5	1	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	154-159	
403-6	1	Promozione della salute dei lavoratori	154-159	
403-7	1	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	154-159	
403-8	1	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Il sistema di gestione della salute e della sicurezza ISO45001 ricopre il perimetro di Gruppo in Italia.	
403-9	1	Infortuni sul lavoro	154-159	
403-10	1	Malattie professionali	154-159	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
404		Formazione e Istruzione 2016		
404-1	6	Ore di formazione medie annuali per dipendente	139	
404-2		Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	139-148	
404-3	6	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	200	
Diversità, pari opportunità e inclusione				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
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	33	
405-2	1, 6	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	134	
406		Non Discriminazione 2016		
406-1	1, 6	Episodi di discriminazione e azioni intraprese		Nel 2024 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	93-102	
408		Lavoro Minorile 2016		
408-1	1, 5	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	93-102	
409		Lavoro Forzato o Obbligato 2016		
409-1	1, 4	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	93-102	

GRI Standard	UNGC	Descrizione General Standard Disclosure	Pagina	Note/Omissioni
Supporto alla comunità locale				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
413		Comunità Locali 2016		
413-1	1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	160-163	
414		Valutazione sociale dei fornitori 2016		
414-1	1, 2, 6	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	154-159	
416		Salute e Sicurezza dei clienti 2016		
416-1		Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	88-90	
416-2		Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	88-90	
Comunicazione trasparente e marketing responsabile				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
417		Marketing ed etichettatura 2016		
417-1		Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	91-92	
417-2		Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	91-92	
417-3		Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	91-92	
Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales				
GRI 3		Temi Materiali (2021)		
3-3		Gestione delle tematiche materiali	53-54	
418		Privacy dei clienti 2016		
418-1		Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	109-113	



yamamay