

...dendo al rosso-rame. Le femmine misurano talvolta ad ali spiegate, dai 20 ai 25 centimetri: i maschi sono notevolmente più piccoli.

Per il raccolto, gli indigeni scelgono di preferenza la notte, essendo difficile scorgere i bozzoli durante il giorno. Non appena imbruna essi percorrono i boschi di querce ove, alla luce delle torce, appaiono loro i bozzoli con dei riflessi argentati e cristallini.

L'allevamento di questo baco da noi è stato un dei più tentati, ma ha cozzato con numerosi ostacoli. Anzitutto, di natura assai selvaggia, non vive che sulle querce o sui rami appena tagliati e mantenuti



Fig. 2. Bozzolo del *Bombix Yamamay*.

# Profilo del brand

...e si collocandone l'estremità in recipienti d'acqua freschissima e pura.

Segue l'irregolare misura delle farfalle: talvolta le femmine nascono quando i maschi son già morti. Questo consiglia tenere i bozzoli piccoli, nei quali si suppone un maschio, alla temperatura molto più bassa onde ritardarne lo sfarfallamento). All'accoppiamento, e specialmente dopo, le farfalle devono essere rinchiuso per impedire che prendano il volo e depongano il seme altrove.

Per questi motivi le speranze tanto accarezzate di allevare questo baco nelle nostre provincie centrali e meridionali si possono dire totalmente abbandonate.



# L'identità e la storia di Yamamay

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

Il nome e la storia sono evocativi di una continua trasformazione che implica un diverso rapporto tra l'organismo e l'ambiente. In questa metamorfosi il prodotto è protagonista di un percorso che, grazie ai valori del brand<sup>2</sup>, si trasforma nello strumento che permette al cliente di raggiungere benessere e felicità.

Yamamay nasce nel 2001 grazie all'idea dell'imprenditore napoletano Gianluigi Cimmino, il quale, certo del potenziale del mondo del retail e del mercato dell'intimo, ha investito con la sua famiglia su una nuova sfida imprenditoriale. Francesco Pinto in qualità di Amministratore Delegato e Barbara Cimmino, fondatrice della Yamacademy, danno vita ad Inticom S.p.A.

Yamamay è oggi **leader** nella vendita al dettaglio di prodotti intimo, corsetteria, lingerie, costumi da mare, abbigliamento ed accessori.

La nostra ragione d'essere è racchiusa nel purpose, che sottolinea la visione di Azienda sostenibile e longeva in un contesto di miglioramento ambientale, sociale ed economico nel quale la responsabilità per gli obiettivi condivisi, le azioni e le persone è centrale.

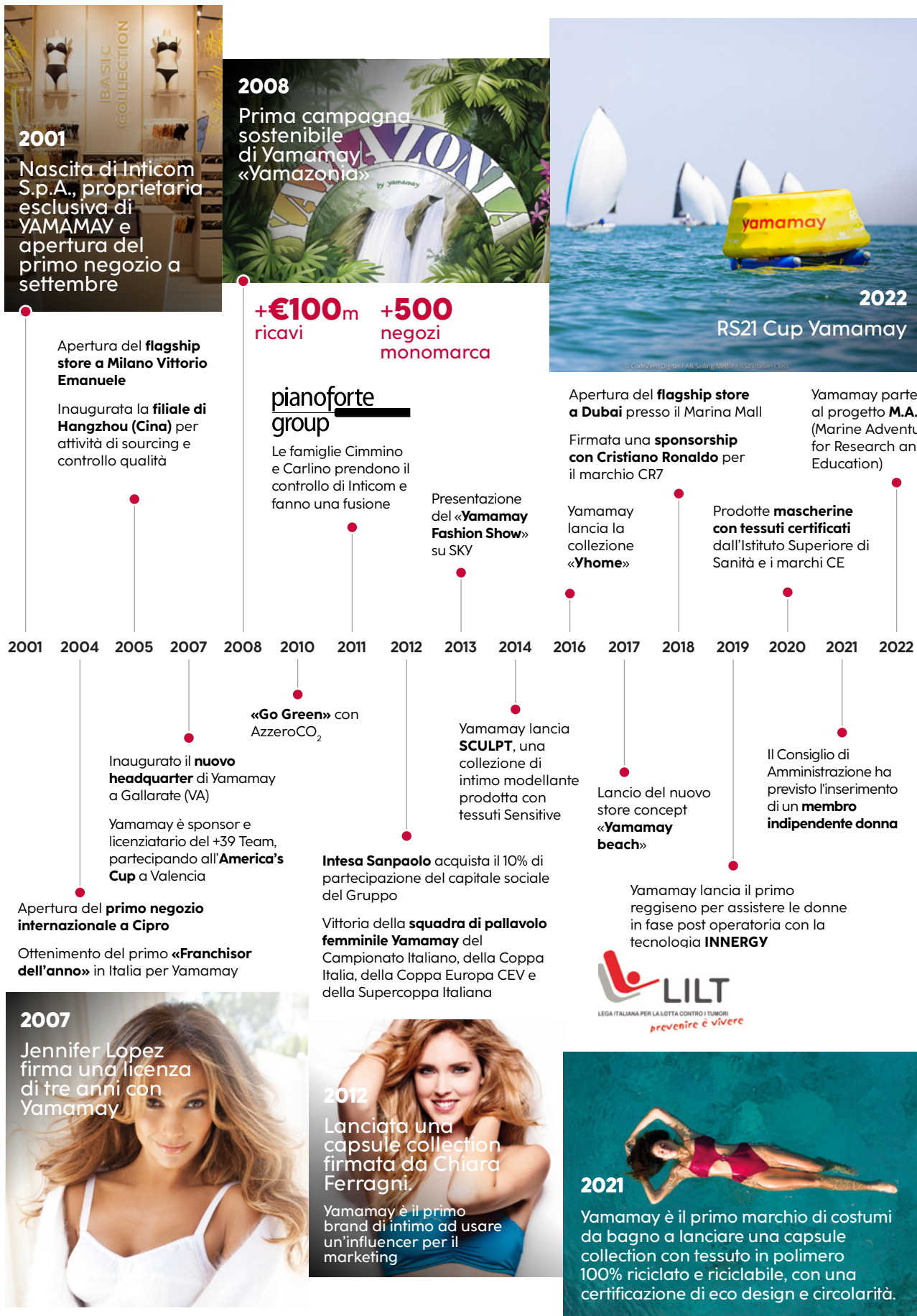


Ci prendiamo cura del benessere dei nostri clienti attraverso la creazione di prodotti durevoli e di qualità. Vogliamo che i nostri indumenti rendano felici chi li indossa.

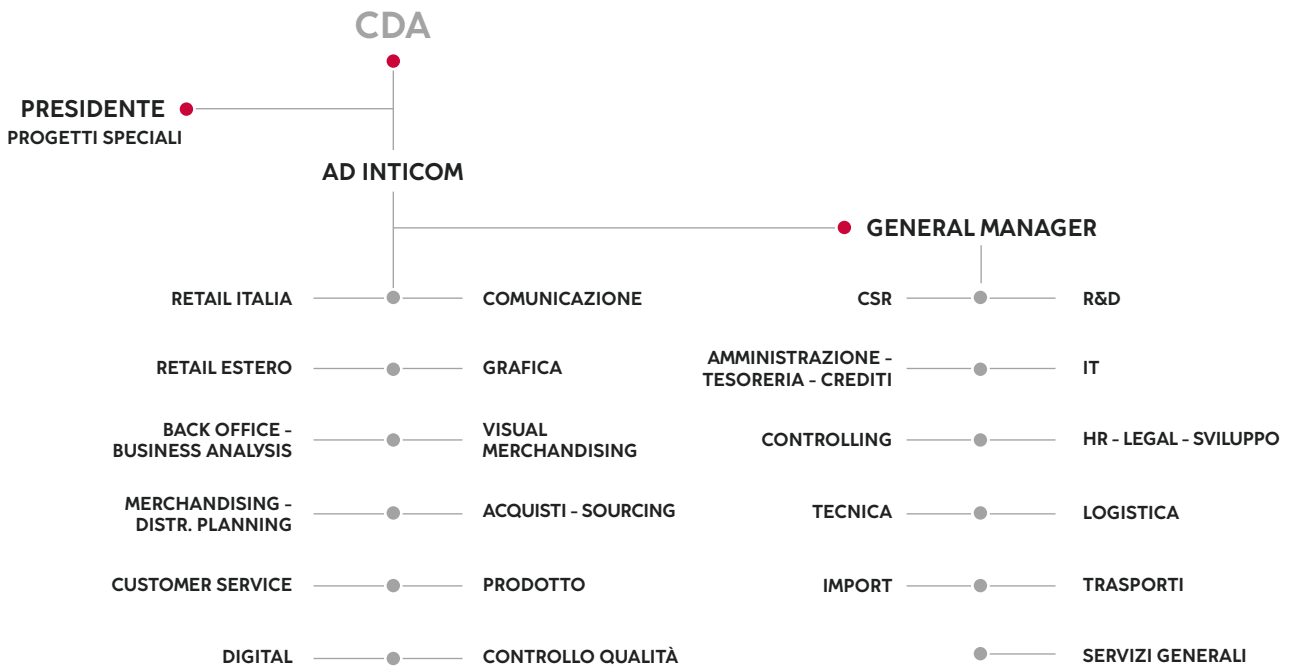
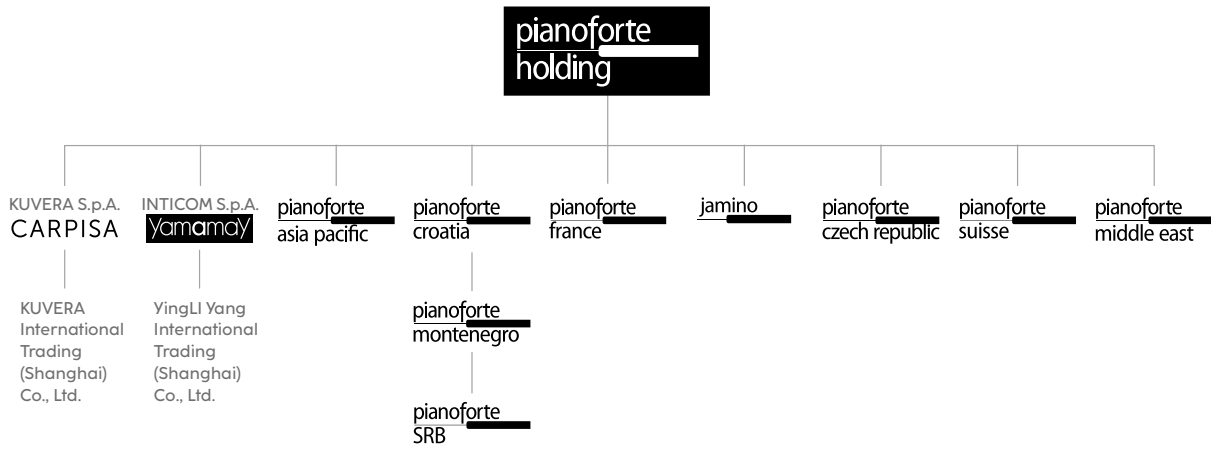
Ci impegniamo a rendere questo possibile e misurabile rispettando persone ed obiettivi. Pensiamo che la responsabilità che mettiamo in ogni azione ed in ogni innovazione sia determinante per la crescita sostenibile nel medio periodo, oggi e per sempre.

<sup>2</sup> I valori di Yamamay sono cinque: "fiducia", "passione", "rispetto", "integrità" e "creatività e innovazione".

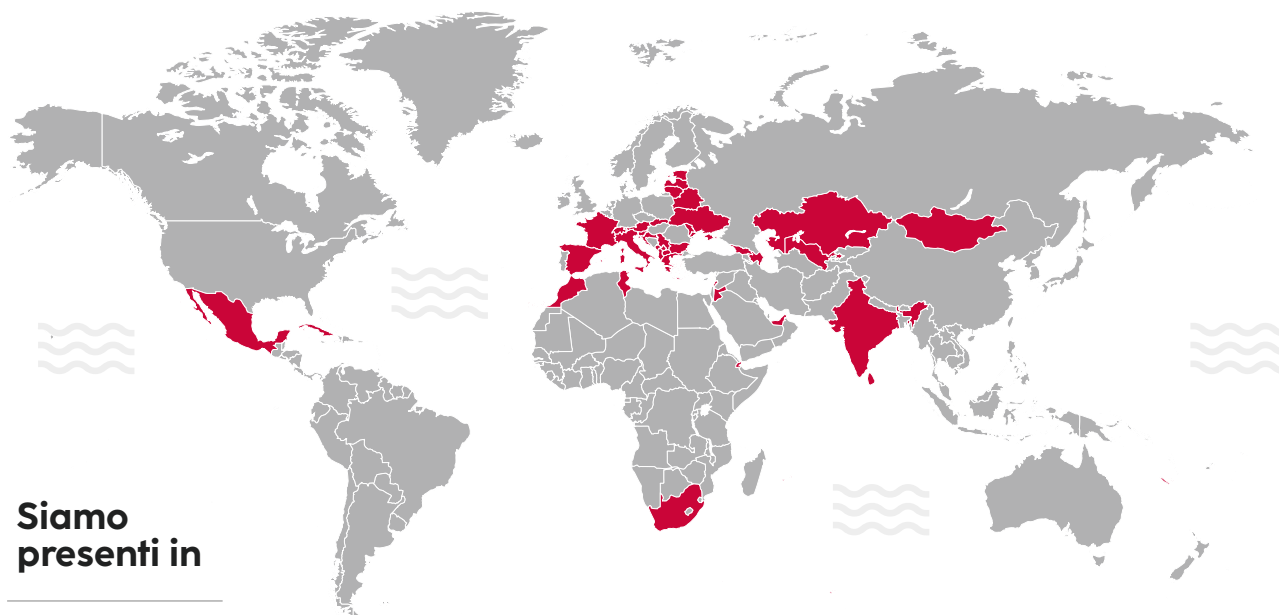
# TIMELINE



# PRESENTAZIONE GRAFICA DELLA STRUTTURA SOCIETARIA DEL GRUPPO PIANOFORTE E DI YAMAMAY AL 31.12.2021



# Presenza di Yamamay in Italia e nel mondo



Siamo presenti in

**41** Stati

## Mediterraneo

Francia  
Grecia  
Italia  
Libano  
Malta  
Monaco  
Spagna

## Balcani

Albania  
Croazia  
Kosovo  
Macedonia  
Montenegro  
Serbia  
Slovenia

## Medio Oriente e Africa

Emirati Arabi Uniti  
Gibuti  
Giordania  
Kuwait  
Marocco  
Qatar  
Sud Africa  
Tunisia

## Centro e Nord Europa

Austria  
Bulgaria  
Estonia  
Lettonia  
Moldavia  
Slovacchia  
Svizzera

## Former USSR

Azerbaijan  
Bielorussia  
Georgia  
Kazakistan  
Lituania  
Ucraina  
Uzbekistan

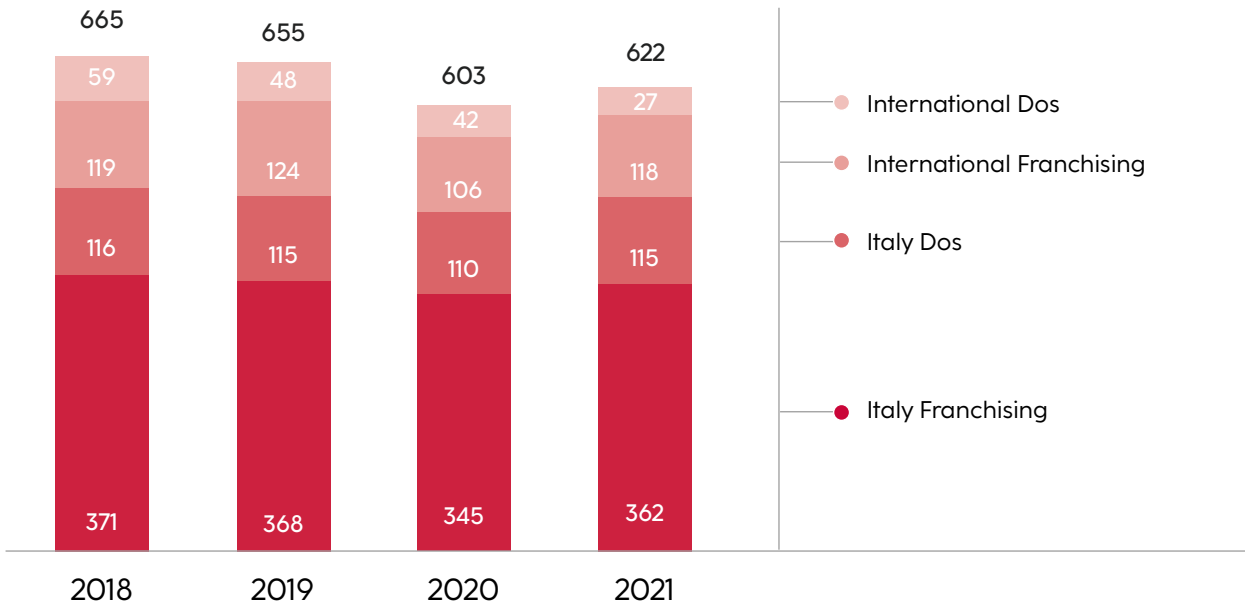
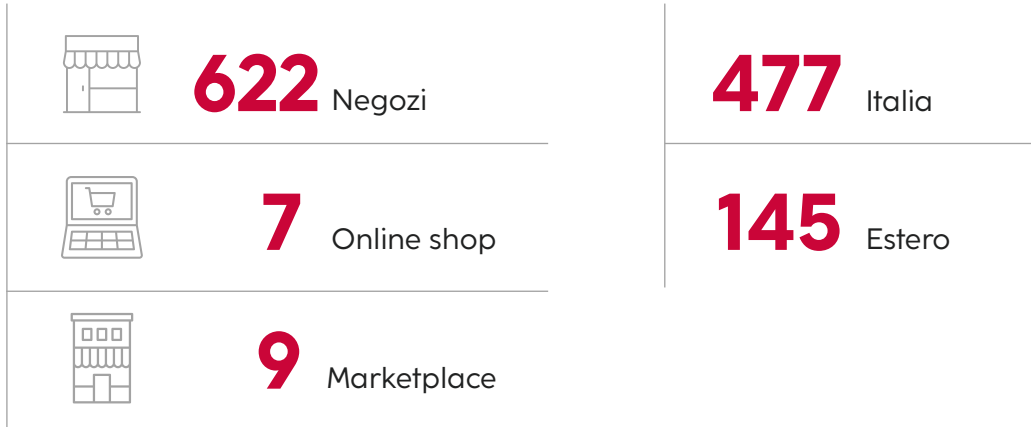
## Asia

India  
Mongolia  
Sri Lanka

## America Latina

Cuba  
Messico

## CLASSIFICAZIONE NEGOZI (2018-2021)





# Valore aggiunto prodotto e distribuito



Il **valore economico generato e distribuito** rappresenta la capacità dell'organizzazione di generare ricchezza e di ripartire la stessa tra i propri stakeholders.

Nel corso del 2021 la Società ha generato un valore economico pari 17.834 migliaia di euro, mentre il valore economico distribuito è stato pari a 20.496 migliaia di euro. Si sottolinea come il valore economico distribuito dalla Società agli stakeholders, sia interni che esterni, sia superiore a quello prodotto (pari al 115% di quest'ultimo). Ciò riflette l'impegno di Yamamay nelle attività di corporate giving, svolte in collaborazione con Diana ODV, cioè l'insieme di iniziative ed interventi svolti a supporto delle comunità. Per ulteriori informazioni, si veda il capitolo "Persone, Supporto alla comunità locale".

Per ulteriori approfondimenti relativi all'andamento economico della Società ed alla situazione patrimoniale e finanziaria della stessa si rimanda alla Relazione sulla gestione del Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2021.

Definisco la sostenibilità come la qualità della crescita e la responsabilità delle attitudini, delle manovre e delle azioni finalizzate a tutelare e a valorizzare la longevità e l'esistenza dell'impresa. In questa luce la sostenibilità dovrebbe essere interpretata come vocazione di progresso sia sociale, culturale e ambientale, sia continua, funzionale, efficiente ed efficace rivolta a conseguire un futuro migliore per tutti e a raggiungere un risultato più qualitativo, più robusto e più duraturo che darà maggior slancio vitale nel tempo all'azienda. Ritengo che Yamamay stia operando in questa direzione con entusiastica devozione e appassionato impegno.

Emanuele Sacerdote

## Prospetto di determinazione del Valore Aggiunto (migliaia di €)

	<b>2021</b>
<b>Valore Aggiunto Netto generato (A)</b>	<b>17.834</b>
<b>Valore Aggiunto distribuito (B)</b>	<b>20.496</b>
di cui a Dipendenti (stipendi, salari, oneri, TFR, costi per servizi al personale)	19.543
di cui Finanziatori (interessi sul debito)	1.477
di cui Azionisti	0
di cui Pubblica Amministrazione (imposte dirette, indirette e tasse)	-612
di cui Comunità (liberalità e sponsorizzazioni)	89
<b>Valore Aggiunto trattenuto nel Gruppo (A-B)</b>	<b>-2.662</b>

## LA SUSTAINABLE BALANCED SCORECARD

Nel corso del 2021 e dei primi mesi del 2022 abbiamo avviato con la LIUC il lavoro sulla **Sustainable Balanced Scorecard** (SBSC), legato alla necessità di individuare degli obiettivi comuni, collegati al Purpose, per incrementare gli investimenti, che si sono progressivamente ridotti, in particolare quelli in innovazione di prodotto e processo, ed avere visibilità sui risultati di breve e medio periodo, soprattutto quelli che hanno come scopo le transizioni ambientale e digitale.

In primavera del 2022 abbiamo avviato un progetto per l'elaborazione di una Sustainable Balanced Scorecard. Il progetto, che prevede un ampio coinvolgimento delle prime linee aziendali, si prefigge di fornire un ulteriore supporto nell'attuazione di una Strategia aziendale in grado di riassumere e portare ad unità la Corporate Social Responsibility che da tempo ci siamo dati e la crescente sensibilità agli impatti ambientali del nostro agire.

Pertanto, se la Balanced Scorecard si era dimostrata un'efficace metodologia per dare "attuazione alla strategia" (strategy execution), allora per l'impresa che decide di darsi una strategia che risponda alle richieste della sostenibilità, è corretto ed efficace dotarsi di una Sustainable Balanced Scorecard.

In questo caso la Missione si amplia e gli intenti strategici sono attenti alle tre dimensioni: economica, sociale e ambientale. Pertanto, la Customer Perspective si amplia sino a divenire "Stakeholder" perspective. Si devono considerare le istanze che vengono, oltre che dai clienti,

dai fornitori, dai dipendenti e dalle istituzioni pubbliche, locali e nazionali e tutte realtà che ruotano intorno all'azienda ed hanno una loro rilevante e crescente valenza sociale.

In tal modo la seguente figura richiama alcune caratteristiche della Balanced Scorecard in una prospettiva più ampia:

- ✂ al centro rimane la Strategia, esplicitata in Missione e Intenti strategici; questi si irradiano nelle quattro prospettive:
  - Financial, Environmental & Social Outcomes
  - Stakeholder
  - Processes Learning and innovation.
- ✂ le quattro prospettive e la strategia sono collegate da stringenti relazioni di causa-effetto individuate attraverso l'analisi per l'elaborazione della "mappa strategica".

Quindi, dal punto di vista metodologico, le analisi rimangono quelle della BSC "tradizionale". Dal punto di vista contenutistico, ci saranno invece nuovi indicatori-misure per le nuove variabili legate all'impatto che l'azienda vuole avere in termini di sostenibilità.

Naturalmente lo scopo dello strumento rimane inalterato: attraverso le misure si vuole porre, in modo selettivo, l'enfasi sulle variabili a valenza strategica, cioè quelle che è giusto chiamare **Strategic Performance Indicator (SPI)**, per distinguerli nettamente da quelli che sono diventati nel tempo un sovrabbondante numero di **Key Performance Indicator (KPI)**, perdendo la caratteristica di essere "chiave".



Sono dunque misure che vogliono essere a supporto di Strategie attente e focalizzate per realizzare una multi-purposes enterprise e che da indicatori singoli e isolati possono essere portate a sistema grazie alla Sustainable Balanced Scorecard.

L'intento rimane sempre lo stesso: **spostare l'attenzione del management dai risultati alle**

**cause che determinano i risultati.** Questo **al fine di intervenire "prima"**, di anticipare le più rilevanti evoluzioni dell'ambiente esterno.

Il **prossimo passo** sarà quindi **l'elaborazione della "mappa strategica"**.



# Governance

# La governance di Yamamay

La governance di Yamamay adotta un approccio etico e trasparente, che assicura la corretta applicazione dei principi contenuti nel **Codice Etico**, nel **Modello Organizzativo 231**, nella Carta della Sostenibilità, nonché delle **politiche**, delle **linee guida**, delle **procedure**, delle **direttive** e delle **disposizioni del Gruppo Pianoforte** di cui fa parte. Inoltre, le azioni di Yamamay sono 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**.

Dal 2021, a seguito del passaggio da holding industriale a holding finanziaria della Pianoforte Holding S.p.A., Yamamay ha stabilito la propria struttura di governance dedicata, gestendo e presidiando le proprie attività e funzioni operative in autonomia. La struttura del Gruppo e di Yamamay è volta a ottenere un adeguato e un efficiente presidio delle diverse unità funzionali, oltre a permettere l'adeguata flessibilità e rapidità decisionale.

L'**Assemblea degli Azionisti** delibera sulle materie rimesse alla stessa dalla Legge o dallo Statuto.

Il **Consiglio di Amministrazione** (CdA) rappresenta l'organo esecutivo e definisce le linee strategiche, i principi e gli obiettivi di sostenibilità comuni a livello di Gruppo. Inoltre, ha il compito di supervisionare le tematiche di sostenibilità legate all'esercizio dell'attività di impresa e le sue dinamiche di interazione con gli stakeholder. Da luglio 2021, la holding ha nominato il **Consiglio di Amministrazione di Inticom S.p.A.**, composto da quattro membri, di cui un membro indipendente donna, al fine di arricchire le competenze e le esperienze dei consiglieri nonché confermare la cultura inclusiva e promotrice delle pari opportunità.

Il **Collegio Sindacale** rappresenta l'organo di controllo a cui è affidato il compito di vigilare sulle attività degli Amministratori, assicurandosi che la gestione e l'amministrazione del Gruppo siano svolte nel rispetto della legislazione vigente e dell'atto costitutivo.

L'**Organismo di Vigilanza** (OdV) ha il compito di vigilare sull'applicazione e l'osservazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/2001, nonché curarne l'aggiornamento.

Yamay si è sempre distinta per il suo impegno verso i temi legati alla **Sostenibilità**, per tale ragione abbiamo istituito all'interno della propria governance un Gruppo di Lavoro CSR dedicato. Yamamay, inoltre, partecipa attivamente a **gruppi di lavoro** per integrare nel sistema aziendale le linee guida, i principi e la best practice emergenti oltre alle linee guida di Confindustria sulla Responsabilità Sociale. Lo scopo ultimo di Yamamay è **creare valore condiviso**, perseguito attraverso un lavoro quotidiano mirato e concreto.



## IL MODELLO ORGANIZZATIVO 231

La holding di controllo Pianoforte e le controllate operative Inticom e Kuvera hanno da tempo adottato ed implementato il proprio modello di organizzazione, gestione e controllo. Il Modello è sottoposto periodicamente ad aggiornamento e revisione, specialmente per recepire i nuovi reati presupposto, di volta in volta inseriti nel catalogo compreso negli articoli 24 e seguenti del Decreto. Il Modello prevede una Parte Generale, contenente, in particolare, lo Statuto dell'Organismo di Vigilanza e il codice sanzionatorio e da una Parte Speciale, con le norme generali di condotta nelle aree di rischio individuate in relazione ai reati presupposto contemplati dal Decreto. Le società del Gruppo hanno quindi istituito e nominato l'Organismo di Vigilanza, il quale ha, tra l'altro, il compito di vigilare sulla corretta applicazione del Modello, ed è in possesso altresì dei necessari requisiti di autonomia, indipendenza e professionalità e continuità d'azione (come previsto e contemplato dall'articolo 6 del Decreto).

L'Organismo di Vigilanza si riunisce periodicamente - con una cadenza trimestrale - ed in ottemperanza al proprio piano di attività annuale svolge 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. Sempre in ottemperanza al proprio piano di attività annuale, l'Organismo di Vigilanza incontra periodicamente

i soggetti apicali della Società e, più in generale, i principali responsabili delle funzioni aziendali. Questa attività di approfondimento viene svolta con specifico riferimento all'opportunità di monitorare costantemente le ipotesi di aree di rischio, per la commissione di taluno dei reati presupposto contemplati dal Decreto.

Analogamente, con cadenza periodica l'Organismo di Vigilanza trasmette delle newsletter di approfondimento ai soggetti apicali del Gruppo ed ai componenti degli altri organi societari, aventi per oggetto l'illustrazione delle più significative applicazioni giurisprudenziali del Decreto, ovvero, per illustrare l'eventuale ampliamento del catalogo dei reati presupposto.

Nel rispetto di quanto previsto dalla L. n. 179 del 2017 e del contenuto dell'articolo 6 del Decreto sopra richiamato, le Società del Gruppo da tempo hanno istituito delle caselle di posta elettronica dedicate all'Organismo di Vigilanza, per l'inoltro di qualsiasi eventuale segnalazione, nel rispetto dei requisiti di cui al D. Lgs. 196 del 2003 e della tutela del segnalante.

Peraltro, le Società del Gruppo dedicano particolare attenzione anche al tema della "formazione", con specifico riferimento all'illustrazione a tutti i destinatari, sia dei principi fondamentali di applicazione del Decreto, sia del contenuto del Modello.

Infine, l'Organismo di Vigilanza riferisce con cadenza periodica al Consiglio di Amministrazione, quanto meno una volta per esercizio nella forma della propria relazione annuale, ed ha mantenuto un costante scambio di flussi informativi con il Collegio Sindacale delle Società del Gruppo.

## GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ



### CDA di Inticom S.p.A.

**Presidente**  
**CEO**  
**Membro**  
**Membro indipendente**

- ✘ **Definizione delle linee strategiche, dei principi e degli obiettivi** di sostenibilità per Yamamay
- ✘ **Supervisione delle tematiche di sostenibilità** connesse all'esercizio dell'attività di impresa e alle sue dinamiche di interazione con gli stakeholder
- ✘ **Riunioni** 3 volte all'anno
- ✘ **Composto da** 4 membri, di cui un consigliere indipendente donna

### Dipartimento CSR

**CSR Director**  
**CSR Team**

- ✘ **Sviluppo di piani di sostenibilità** in conformità alle strategie aziendali
- ✘ **Monitoraggio dell'interazione tra i progetti CSR e le politiche** con gli stakeholder
- ✘ **Proposta ed esame delle iniziative** e delle progettualità eventualmente sottoposte al CdA
- ✘ **Coordinamento dell'implementazione delle attività** da parte del Gruppo di Lavoro
- ✘ **Gestione della comunicazione corporate**
- ✘ **Modifica e pubblicazione del Report di sostenibilità**
- ✘ **Riunioni** con il Comitato Direttivo ogni 2 mesi
- ✘ **Composto da** 4 membri

### Gruppo di Lavoro

**Reporting team**

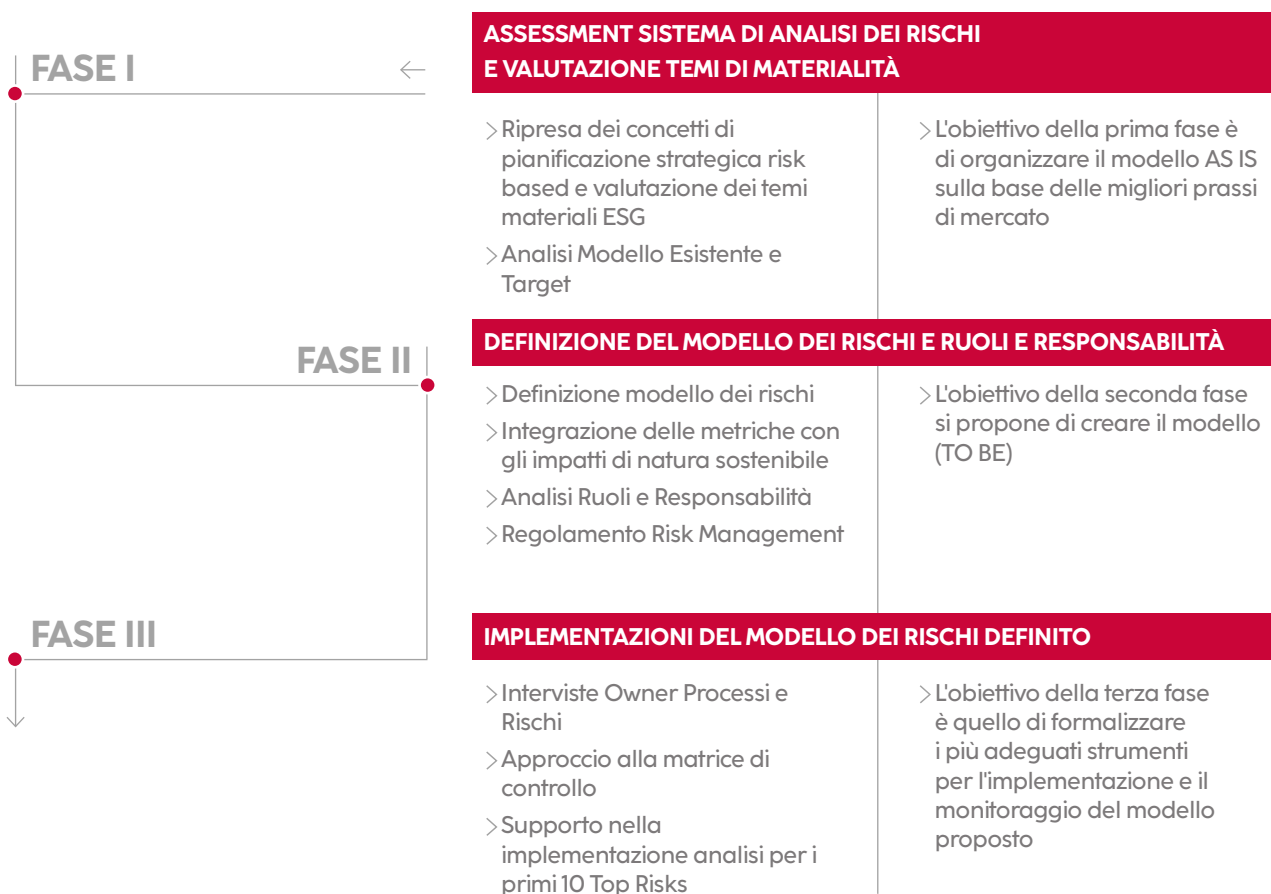
- ✘ **Implementazione e gestione operativa** delle attività di sostenibilità definite dal Comitato di Sostenibilità
- ✘ **Collaborazione con le altre funzioni aziendali** per la realizzazione di specifici progetti
- ✘ **Attività di reporting** secondo gli Standard GRI
- ✘ **Riunioni** mensili con tutti i referenti di rendicontazione
- ✘ **Composto dai** referenti di rendicontazione



## IL GRUPPO DI LAVORO RISCHI

Il **Global Risk Report 2022**, pubblicato dal World Economic Forum, analizza i rischi principali che potranno verificarsi nei prossimi anni. Ad esempio quelli legati alle sfere ambientale e sociale, in particolare condizioni climatiche estreme, azione climatica fallimentare, frammentazione geopolitica.

La rilevanza e la necessità di presidiare taluni rischi, nonché di individuare misure di mitigazione efficaci anche a livello aziendale, ha spinto alla creazione di un Gruppo di lavoro avente il compito di definire un adeguato Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR) ossia l'insieme delle regole, procedure e strutture organizzative finalizzate ad una effettiva ed efficace identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, al fine di contribuire al successo sostenibile della società.



### La Carta della Sostenibilità

Approvata a febbraio 2020, la Carta della Sostenibilità rappresenta il documento in cui Yamamay, all'interno del Gruppo Pianoforte, ha formalizzato il proprio impegno definendo linee guida e principi rispetto alle tematiche legate alla sostenibilità che impattano su persone, ambiente, comunità, fornitori e clienti.

Il documento è nato con l'intento di sensibilizzare maggiormente tutti gli stakeholder sulle tematiche ESG (Environmental, Social and Governance) legate al business, principalmente in riferimento al **rispetto dei diritti umani, dell'ambiente e della collettività**.

La Carta della Sostenibilità è applicata in tutti i Paesi in cui Yamamay opera, in armonia con il Codice Etico, il Modello Organizzativo 231 e l'insieme di politiche, linee guida, procedure, direttive e disposizioni di cui è composto il corpo normativo del Gruppo.

Al fine di costruire un duraturo e solido rapporto di partnership, a partire dal 2022, i fornitori sono tenuti a sottoscrivere, oltre al Manufacturing Agreement e agli allegati "Quality Manual" e "Code of Conduct", anche la **"Charter of Values of Sustainability"**. Quest'ultimo documento è stato redatto integrando all'interno del Codice di Condotta i principi di sostenibilità utili alla realizzazione delle azioni pianificate all'interno del Piano di sostenibilità.

