



**02** **PRODOTTO**

## 2.1 Sviluppo e innovazione

Nell'anno 2022 Yamamay ha integrato agli obiettivi del piano industriale relativi allo sviluppo prodotti sostenibili e innovativi una maggiore attenzione alla decarbonizzazione, al mantenimento della biodiversità e all'integrazione della EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles introdotta dalla Commissione Europea a marzo del 2022.



SDGs 8.2



SDGs 17.16

SDGs 17.17

Il nuovo piano d'azione per l'economia circolare annovera i prodotti tessili tra le categorie di prodotti prioritari sui quali adottare misure per la riduzione degli impatti da oggi al 2030. I Team di R&D e Sviluppo Prodotto hanno reagito agli stimoli forniti dal nuovo contesto, migliorando l'attitudine a lavorare con una prospettiva di medio lungo periodo utilizzando il forward looking approach.

Il Purpose dà senso al lavoro di progettazione e avvicina al cliente il punto di vista e la creatività di chi progetta, in quanto la responsabilità e il rispetto restano valori centrali e imprescindibili, tesi a mantenere e rafforzare nel tempo una relazione solida e trasparente con tutti gli stakeholder. Il Purpose è nella mente e nel cuore di chi progetta, per questo motivo i prodotti Yamamay

sono realizzati con cura, misurando le prestazioni e gli impatti, dove possibile. I miglioramenti che ogni anno vengono aggiunti a processi e prodotti sono sviluppati dalla conoscenza, dalle analisi e dai ragionamenti che si elaborano guardando i dati raccolti, suggerimento fornito anche dal Transition Pathway for the Textiles Ecosystem, bussola per il consolidamento delle azioni all'interno delle 5 direttrici principali del brand Yamamay.

Il Pathway ha inoltre definito i principi per affrontare la duplice transizione e la creazione di un ecosistema del tessile nel quale ogni azienda pianificherà le azioni collegate agli obiettivi industriali ed ESG. Per questo motivo per Yamamay è fondamentale affiancare le evoluzioni di prodotto e di processo.

\* Sistema Moda Italia



## INNOVAZIONE DI PRODOTTO

Bellezza, qualità, innovazione e sostenibilità sono i pilastri sui quali Yamamay radica il proprio modo di creare i prodotti.



Questi dovranno essere più durevoli, riutilizzabili, riciclabili, circolari e avere un contenuto di fibre riciclate visto il sostenuto trend di crescita dei consumi e la crescente scarsità di materie prime: solo in Europa si consumano 26 kg di prodotti di abbigliamento a testa, dei quali 11 kg diventano rifiuti e soltanto l'1% viene destinato al riciclo\*. È quindi un dovere inserire nel processo di progettazione i principi dell'ecodesign e della semplificazione, riducendo il numero delle

componenti accessorie, riducendo la diversità di fibre all'interno dello stesso prodotto e immaginando, nel rispetto dei canoni estetici, il fine ciclo vita del prodotto e le attività di disassemblaggio degli stessi collegato all'upcycling e al downcycling. L'implementazione dell'EPR avrà nei prossimi mesi un ruolo centrale nelle attività di Yamamay e per questo che Inticom Spa è tra i soci fondatori del primo hub per il riciclo del tessile creato da Sistema Moda Italia, RETEX GREEN.

Tra le serie INNOVATIVE realizzate nel corso del 2022 è possibile citare:

### ADAPTIVE

Grazie all'inserimento del filato Lycra® Adaptiv, all'interno della linea Adaptive sono state sviluppate linee di intimo, athleisure e costumi da bagno con un ridotto numero di misure che consentono una copertura molto ampia di taglie. Per il retail in generale e per Yamamay in particolare, avere una grande copertura su diverse vestibilità della popolazione di clienti la rende anche particolarmente inclusiva, oltre che strategica in quanto permette di ridurre il numero di SKU al fine di incrementare i sell-through di fine stagione. Il progetto ha visto una forte collaborazione tra i Team di R&D di Yamamay e di Invista, divisione di Lycra®.

### SCULPT - SCULPT LIGHT - SCULPT BOLD

La linea Sculpt è una linea particolarmente virtuosa fin dalla sua nascita in quanto rappresenta il primo articolo Yamamay di ecodesign. Nel tempo, è stata misurata la carbon footprint della linea e sono state compensate le emissioni con l'acquisto di crediti internazionali per il supporto alla produzione di energia da fonti rinnovabili collegati all'acqua.

Nel 2022, in preparazione della celebrazione dei 10 anni del leggings SCULPT, è avviata l'analisi PEF (Product Environmental Footprint) e la progettazione di un'ultima versione del leggings con il tessuto SCULPT BOLD, lanciato da Eurojersey. Inoltre, in anticipo rispetto alla normativa europea, sarà sviluppato un primo esempio di Digital Product Passport con l'inserimento di tutte le informazioni sul prodotto anche in merito agli impatti e alla filiera. In particolare, le misurazioni degli impatti hanno dato la possibilità ai Team tecnici di apportare ulteriori miglioramenti alla costruzione di tutti gli articoli della serie che rappresenta in Europa un esempio di ecodesign e di durabilità.

### SEMPRE PERFETTA

Grazie alle numerose richieste delle clienti fidelizzate a questa linea di prodotti, sono stati inseriti nuovamente prodotti che arriveranno in negozio nel 2023. Le caratteristiche prestazionali del tessuto Sensitive hanno permesso ai creativi Yamamay di progettare un mini-guardaroba di abbigliamento utilizzabile trasversalmente a tutte le ore del giorno e soprattutto in viaggio perché gli indumenti non si stropicciano, si lavano a basse temperature, non hanno bisogno di essere stirati, sono estremamente confortevoli all'indosso e anche con proprietà antibatteriche e di protezione per i raggi UV. Da ricordare che il tessuto Sensitive ha la certificazione PEF.

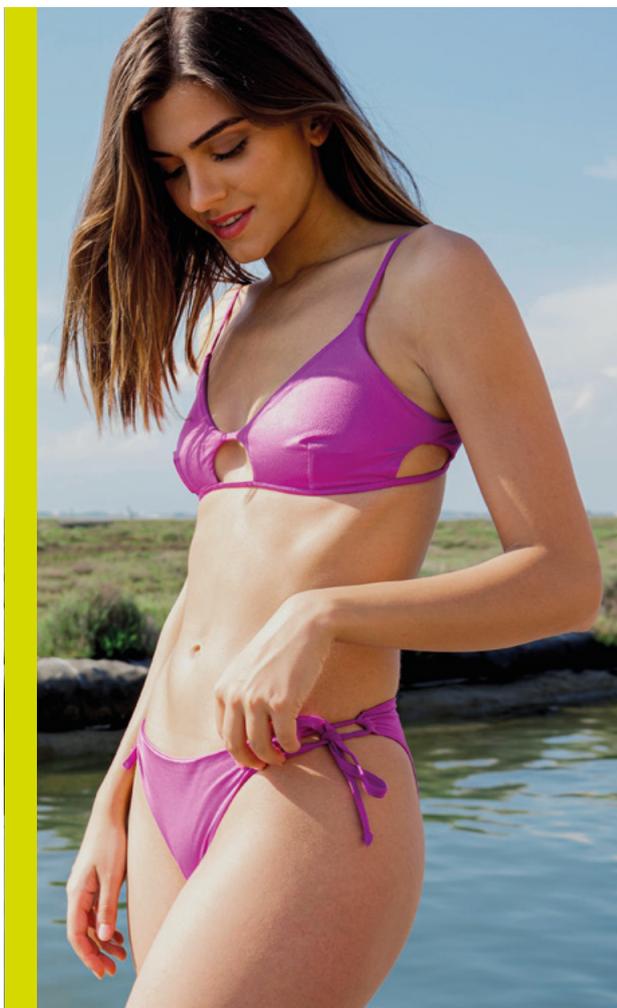


Sculpt bold

## PRINCIPESSA SUPER BRA

Nel 2021 Yamamay ha ideato un reggiseno capace di rispondere alle sfide del mercato di riferimento, ma anche a quelle ambientali, con riferimento alla riduzione degli sprechi e degli invenduti. Questo reggiseno ha battuto ogni record di permanenza al vertice dei best seller di ogni stagione e ha permesso di ridurre la quantità di resi per le vendite online e le giacenze nei negozi fisici. Il fatto che con poche taglie si arrivi a una copertura totale della popolazione Yamamay ha spinto il Team R&S a incrementare tale copertura aggiungendo 2 taglie (per un totale di 5 taglie XS-S-M-L-XL) per arrivare a ben 35 accoppiate taglia/coppa; questo pone Yamamay tra i leader nel mercato dell'intimo sul tema dell'inclusività di ogni tipo di conformazione fisica. Restano invariate le caratteristiche iniziali di comfort, tenuta, leggerezza, trasversalità confermate in fase di progettazione attraverso i focus group.

Principessa Super Bra rappresenta una best practice del settore e per questo si sono avviate delle differenziazioni di prodotto che possano continuare a garantire le prestazioni al di sopra dei prodotti più tradizionali e anche l'allargamento del target, sono state completate le progettazioni del PRINCIPESSA SILVER BRA (destinato alle operate al seno e alla Silver generation) e del PRINCIPESSA LACE BRA.



## SERIE EDIT E MAGLIE PER MISSIONE MARE E CAMPIONATO RS21 IN FILATO REPETABLE

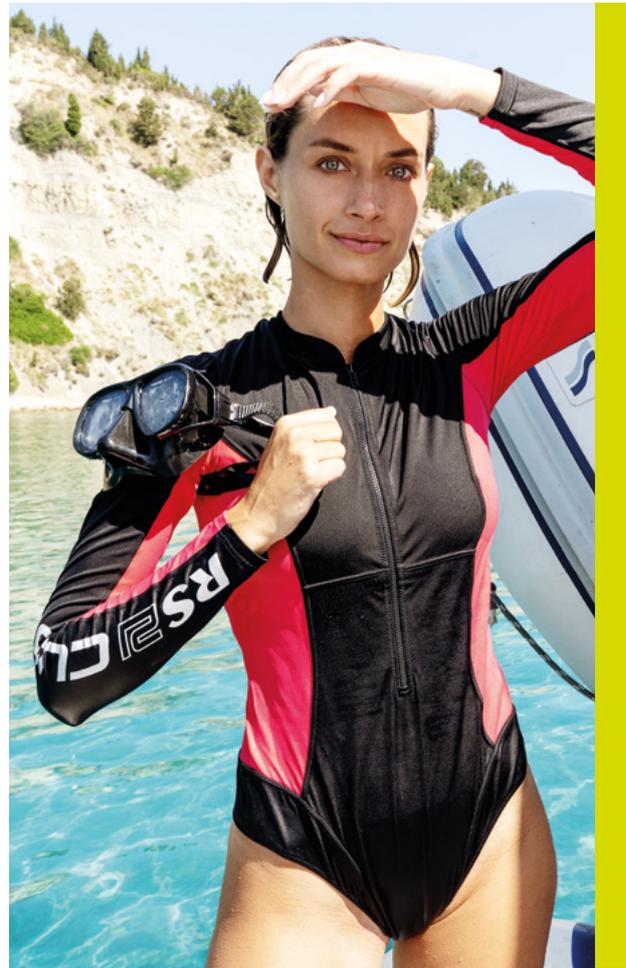
La serie Edit di costumi sostenibili e circolari è prodotta per la stagione 2023 con il filato REPETABLE© di RadiciGroup. Si tratta di un innovativo filato in poliestere ottenuto mediante un processo di riciclo post-consumer delle bottiglie di PET. Le sue caratteristiche tecniche e prestazionali conferiscono al tessuto, prodotto da Tiba Tricot, e quindi ai costumi Edit, numerosi vantaggi, oltre essere rispettosi dell'ambiente. I costumi Edit sono progettati secondo i principi dell'ecodesign: monocomponente, realizzati con filato riciclato, durevoli e con possibilità di essere riciclati a fine ciclo vita del prodotto. Per coerenza con i contenuti di innovazione e di sostenibilità di questa linea di prodotti, le fotografie pubblicitarie sono state scattate nel corso della Missione M.A.R.E. (Marine Adventure for Research & Education) con l'obiettivo di divulgare ai clienti Yamamay quanto bellezza, qualità, sostenibilità e innovazione siano i pilastri fondamentali dello sviluppo di questa serie unica, per le sue speciali caratteristiche.

Poiché indossare Edit significa poter stare a contatto con la natura e il mare con un prodotto a ridotti impatti, si è pensato di costruire con il medesimo tessuto anche le t-shirt per il Team del Catamarano ONE del Progetto M.A.R.E. e quelle per il campionato italiano e mondiale di RS21, per queste attività il feedback degli sportivi è stato assolutamente positivo sia per le prestazioni funzionali (si lava a bassa temperatura e si asciuga all'aria velocemente) che estetiche e di confortevolezza.

## SERIE RS21

Anticipando le analisi dell'ultimo rapporto di McKinsey "The State of Fashion 2023" che definisce la categoria degli indumenti sportivi "super winner" dell'anno 2022, Yamamay e il Team di RS21 hanno progettato una linea di prodotti sportivi per la vela e per il mare condividendo gli obiettivi di tutela ambientale, riduzione degli sprechi, circolarità e di Citizens Science. Si tratta di una collezione co-creata con tessuti tecnici e sostenibili in quanto realizzati con filati riciclati certificati GRS, altamente performanti grazie allo studio di forme adatte ai movimenti degli sportivi che forniscono, nel caso delle t-shirt e dei costumi da bagno da donna, anche protezione ai raggi UV.

La collezione è composta da costumi da donna, da uomo, bermuda, polo, t-shirt e felpa. Alla parte di progettazione sono stati poi aggiunti, per rafforzare il contenuto di sostenibilità sociale, delle azioni di marketing strategico. Infatti, i proventi delle royalty per l'utilizzo del marchio RS21 saranno devoluti a due fondazioni, Peso Positivo che si occupa di disturbi del comportamento alimentare e Projeto Grael di Torben Grael che da 25 anni offre istruzione professionale gratuita, anche in ambito tutela dell'ambiente, a 700 ragazzi all'anno. Yamamay crede che investire nella pratica sportiva e in indumenti che possano aiutare gli sportivi a vivere le loro esperienze ed emozioni sia uno stimolo per il proprio business, per la diffusione di una cultura orientata al rispetto dell'ambiente e delle persone e per il rafforzamento della propria brand reputation.



## INNOVAZIONE DI PROCESSO

L'innovazione dei processi di progettazione attraverso la digitalizzazione ha molteplici scopi per Yamamay e i suoi reparti Prodotto e IT tra cui ridurre i tempi del time to market, efficientare le attività in capo a ogni funzione aprendo, attraverso l'upskilling e il reskilling, il gruppo di lavoro alle attività nuove e infine rendere i prodotti più sostenibili.

### PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT (PLM)

Yamamay adotta da tempo un Product Lifecycle Management a supporto dei processi di progettazione e sviluppo prodotto integrandolo con i sistemi gestionali aziendali per la veicolazione delle informazioni all'interno di tutti gli uffici coinvolti, anche quelli delle sedi distaccate.

Questi gli elementi competitivi dell'intero processo:

✂ **riduzione del time to market** grazie al monitoraggio delle scadenze;

✂ **analisi dei costi**;

✂ **miglioramento della qualità delle collaborazioni** con i partner industriali;

✂ **contabilità collezioni** da sviluppare;

✂ **miglioramento della qualità finale** del prodotto;

✂ **miglioramento della pianificazione** delle collezioni;

✂ **tracciabilità delle informazioni di sostenibilità e qualità delle componenti**.

L'ufficio Ricerca e Sviluppo (Ufficio R&D) traccia e inserisce a sistema i materiali che compongono i prodotti Yamamay, solo dopo aver verificato la compliance qualitativa e prestazionale rispetto al Manufacturing Agreement. Le componenti caricate sul PLM alimentano tutto il sistema di progettazione favorendo la riduzione dei tempi di transito tra le varie funzioni impegnate nella progettazione e riducendo le attività di re-work causate da componenti non conformi e non adatte all'utilizzo.

Il PLM, oltre a essere il repository delle componenti, consente di realizzare attività collaborative interne ed esterne all'Azienda misurando obiettivi e tempi. Il materiale, tessuto o accessorio, viene caricato in una scheda che lo identifica attraverso codici interni riconducibili alla propria categoria merceologica.

# 350

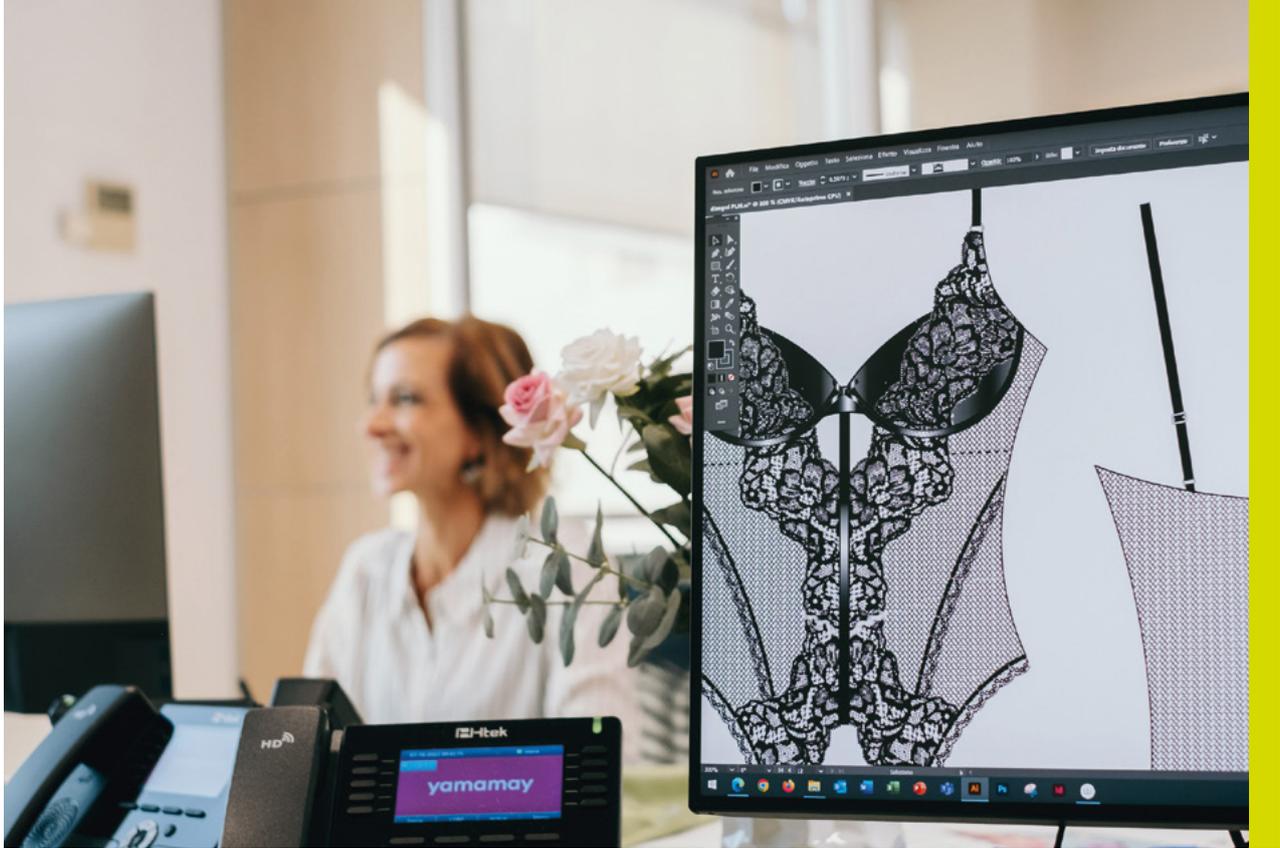
componenti tracciate  
dal 2020 al 2022

Vengono inoltre identificate le caratteristiche primarie sia cogenti (composizione) che fisico meccaniche (aspetto, forma, dimensioni, ecc.). La definizione di parametri base permette di avere dati tecnici in tempo reale delle performance dei tessuti e accessori. Questo, oltre a definire degli standard di qualità facilmente identificabili nel prodotto finale, offre la possibilità di poter trovare materiali alternativi o in sostituzione per garantire un sourcing snello e mirato.

Oltre ai dati del materiale, per le componenti nominate, vengono anche registrati i dati del fornitore e/o produttore dello stesso, definendo quindi l'origine di fabbricazione e delle lavorazioni applicate.

Con l'accompagnamento strutturato di PricewaterhouseCoopers, nel corso del 2022, è stato analizzato l'intero processo governato dal PLM con l'obiettivo di garantire una **costante e produttiva copertura funzionale a tutte le aree coinvolte** sia nella parte di disegno che in quella di industrializzazione e workflow in modo da accelerare ulteriormente lo sviluppo della collezione inserendo delle metriche di riferimento su tempi di attraversamento delle varie fasi, aderenza della collezione al piano di mix prodotto iniziale, delta tempi pianificati, tempi effettivi per task di workflow e numero prototipi impiegati nel processo.

Inoltre, si è reso necessario migliorare e integrare la tracciabilità di ogni singolo componente, raccogliere in modo più puntuale le certificazioni legate non solo al prodotto ma anche a specifici aspetti di sostenibilità e integrare la possibilità di collaborare con la supply chain in modo diretto riducendo quindi il numero di e-mail e di viaggi.



**40+**

**WORKSHOP E INTERVISTE**

tenuti di persona presso HQ  
o tramite videocall



**30+**

**REFERENTI YAMAMAY**

Numero di referenti intervistati  
durante le sessioni di As Is



**140+**

**REQUISITI RACCOLTI**

Numero di richieste personalizzate  
per Yamamay da implementare  
nel modello a tendere

Dall'analisi sono emerse diverse necessità degli utenti,  
questo l'elenco:

✘ MIGLIORAMENTO DELLA GESTIONE  
DEL CICLO DI VITA DI PRODOTTO E DEI  
CALENDARI DI COLLEZIONE

✘ MIGLIORAMENTO DELL'ANAGRAFICA E  
DELLA CODIFICA DELLE MATERIE PRIME

✘ SOSTENIBILITÀ E CERTIFICATI

✘ SOSTENIBILITÀ E QUALITÀ

✘ INTEGRAZIONE LABELLING

✘ SUPPLIER COLLABORATION

✘ PRE-COSTING

✘ INTEGRAZIONE CAD 2D E 3D PLANNING

✘ INTEGRAZIONE MERCHANDISE PLANNING

✘ INTEGRAZIONE COLOR

✘ REPORTING CON STATISTICHE

## CAD 3D E VIZOO

Le linee guida di ecodesign inducono a studiare una revisione del processo di progettazione del capo, riducendo, non solo i tempi e la logistica dei fitting, ma soprattutto le materie prime utilizzate per i prototipi. Il futuro della progettazione del capo, il forte legame con la vendita online e un universo virtuale in cui il cliente può trovare un riscontro sono i temi che hanno portato Yamamay all'utilizzo di questi strumenti.

A seguito dell'installazione del software **3D integrato alla esistente piattaforma CAD 2D** e delle attività di formazione, è stato possibile integrare soluzioni migliorative e nuove funzionalità a uso delle modelliste e delle designer. Il processo di formazione avviato a inizio 2022 ha subito un forte rallentamento nel corso dell'anno a causa della difficoltà riscontrata nel reperire figure professionali con new skills specifiche da dedicare al 3D, si tratta di specialisti che possano fare da collegamento tra i tre gruppi di lavoro: modelliste, designer e team R&D. Contestualmente alla ricerca di giovani di talento per lo sviluppo del nuovo processo si è portato avanti con successo l'upskilling delle modelliste e la formazione delle designer.

Il 3D resta comunque integrato alla piattaforma di 2D e il Team di modelliste mantiene gli obiettivi di strutturazione di vantaggi collegati alle fasi di Up stream. A fronte di questo rallentamento, si nota una forte accelerazione da parte di tutti i fornitori confezionisti e anche un supporto importante da parte dei fornitori di tessuti, che stanno creando le librerie necessarie ad avviare il processo.

Collegato al 3D il processo di acquisizione a sistema delle immagini fotografiche delle componenti con **VIZOO**, per il quale sono state formate diverse risorse, che ha una tecnologia di scannerizzazione digitale che prende in considerazione l'aspetto materico su più livelli di visione e materialità. I campioni ottenuti digitalmente servono a realizzare una libreria modulare 3D che servirà per molteplici utilizzi: creare nuovi tessuti, fantasie, armature, varianti fino all'uso di vestibilità di un avatar 3D. Con l'utilizzo del 3D sono state progettate linee innovative come EDIT e i nuovi best seller della serie PRIMULA.

## COLOR PLANNING

Il Color Planning è elaborato dal Color Team, composto da designer interni che si riuniscono periodicamente per definirne i colori. Il ruolo del Color Team è stato particolarmente rilevante in quanto l'analisi dei trend cromatici è un aspetto sempre più importante da monitorare per anticipare le preferenze dei consumatori.

Attraverso una figura aziendale di riferimento il Color Team partecipa a tavoli di lavoro con Associazioni internazionali, tra cui l'**International Association of Color Consultant and Designer (IACC)**.



## LAB DIP: COLOR MATCHING

L'ufficio R&D dispone di un laboratorio interno dedicato all'analisi del colore, che si avvale di personale altamente formato e specializzato che controlla il colore con luci normalizzate e con strumentazioni digitali. La peculiarità del settore corsetteria richiede a volte fino a 20 componenti per la confezione di un solo capo, che spesso sono di diversa natura fisica con differente struttura superficiale.

La qualità estetica è imprescindibile per Yamamay: costituisce un fattore di rischio la disomogeneità cromatica tra le componenti del medesimo prodotto e anche tra prodotti di serie diverse che adottano gli stessi colori.

Con gli strumenti a disposizione (spettrofotometro e lampade del colore) il team R&D è in grado di definire dei range specifici di tolleranza per le disuniformità dei bagni di tintura e può inoltre, tramite chiare letture strumentali, dialogare con i tecnici di produzione i quali, avvalendosi di medesime tecnologie, riescono ad apportare eventuali correzioni richieste o a definire specifici standard colore.

## COLLABORAZIONE CON ENTI DI RICERCA E DIPARTIMENTI UNIVERSITARI



SDGs 17.16

SDGs 17.17

Per innovare è indispensabile aprirsi a collaborazioni con enti universitari e di ricerca attraverso la metodologia dell'OPEN INNOVATION.

Nel corso del 2022, Yamamay ha collaborato con:

- ✂ **LIUC Università Cattaneo** per sviluppare la Sustainable Balanced ScoreCard di Yamamay;
- ✂ **Università Bocconi e One Ocean Foundation** per il progetto Ocean Disclosure Initiative;
- ✂ **IED Accademia Aldo Galli** per la formazione degli studenti del corso di Arti Grafiche;
- ✂ **UNICAL** per il progetto di ottimizzazione delle tabelle misure da uomo;
- ✂ **RCS Academy Business School** per la messa a punto del progetto di marketing del TAKE BACK dei costumi da bagno,
- ✂ **CentroCot** per sperimentazioni relative alla circolarità dei costumi da bagno.



Lavorare in squadra per trovare soluzioni belle, innovative e sostenibili da offrire al consumatore: questa è la modalità con cui stiamo realizzando, in collaborazione con i nostri clienti, tanti progetti che davvero possono contribuire a ridurre l'impatto ambientale dei settori in cui operiamo, in maniera trasparente, tracciabile e misurata. In particolare in ambito tessile e abbigliamento, dove RadiciGroup è un operatore strategico a monte della filiera e con grande conoscenza dei materiali, possiamo concretamente supportare i brand della moda nella progettazione e realizzazione di offerte circolari: eco-design e riciclabilità, abbinate a estetica e performance, sono i driver della sostenibilità del settore.

Per quanto riguarda le START UP:

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

Tra i fornitori maggiormente attivi e disponibili a sperimentazioni e confronti per sostenere la transizione ambientale e digitale, vengono ricordati **RadiciGroup**, **Eurojersey** e **Tiba Tricot**.

Con Yamamay stiamo lavorando sempre più per mettere a disposizione costumi di qualità realizzati con il nostro filato Repeatable: si tratta di poliestere da riciclo che consente di abbattere le emissioni di CO<sub>2</sub> (-45%) e ridurre i consumi di acqua (-90%) ed energia (-60%), garantendo al contempo prestazioni tecniche elevate. Oltre a non consumare nuova materia prima vergine, Repeatable, viene anche tinto in massa, consentendo un ulteriore risparmio di acqua ed energia elettrica impiegate nella lavorazione.

È una visione a lungo termine quella alla base della collaborazione con Yamamay, che mira a coniugare la bellezza e la praticità del beachwear al rispetto del pianeta e del mare, con l'obiettivo di soddisfare le esigenze anche delle consumatrici più attente e sensibili a queste tematiche. Eco-design è la parola chiave che ci guida per diminuire l'utilizzo di materia prima vergine a favore di materia riciclata e agevolare il riciclo del costume - giunto a fine vita - grazie all'uso di un unico materiale e di un'unica fibra per tutte le componenti. Perché il futuro sostenibile non è di chi lo immagina ma di chi lo fa!

**Mariateresa Betti**

Team Sustainability e Rendicontazione non finanziaria di RadiciGroup



“Esistono due tipi di aziende: quelle che cambiano e quelle che scompaiono”...

Al giorno d'oggi guardare e guidare l'azienda con uno sguardo improntato al futuro, all'innovazione e alla sostenibilità è necessario per crescere e migliorarsi.

La parola sostenibilità ha da sempre accompagnato Tiba Tricot nel suo percorso di crescita aziendale e la partnership con Yamamay ha rafforzato questo concetto grazie allo sviluppo di un tessuto studiato direttamente con il cliente.

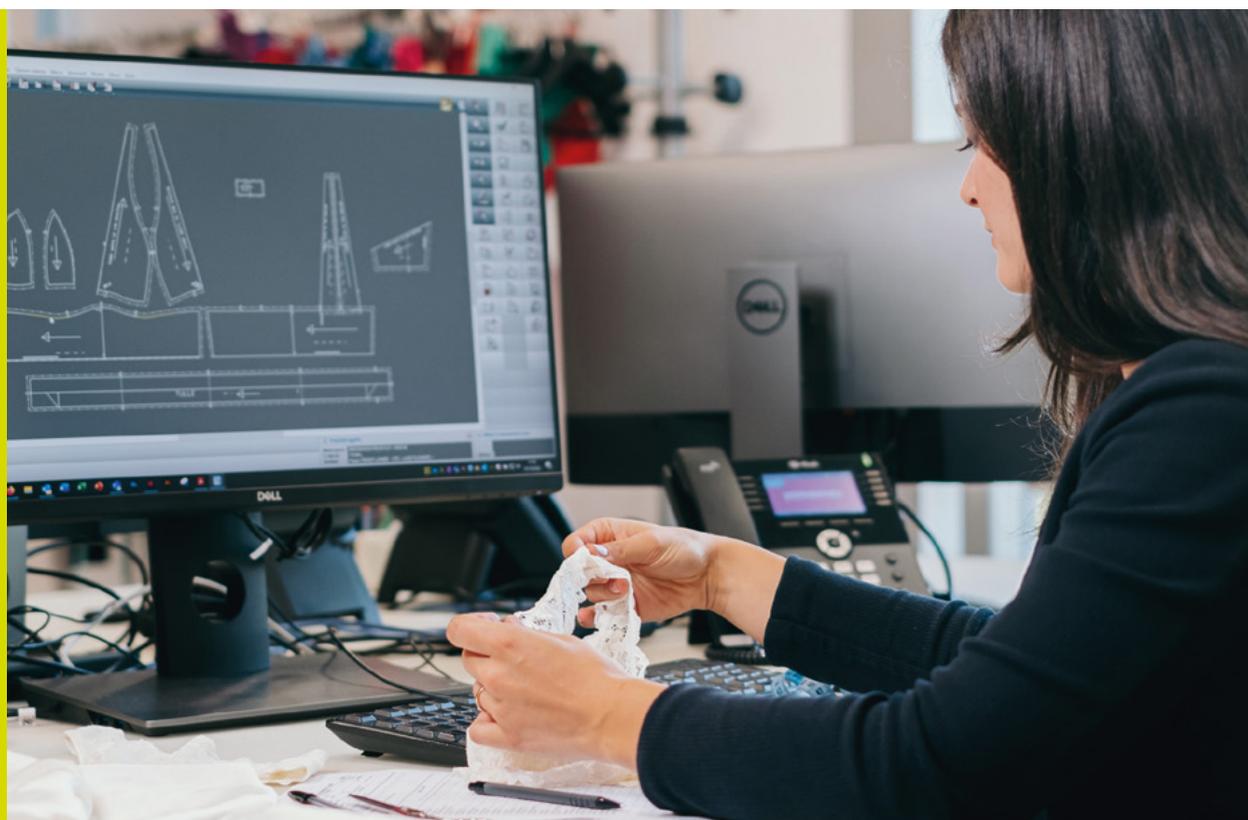
A livello di prodotto l'impegno di Yamamay verso la sostenibilità e le risorse di Tiba hanno dato vita ad un articolo certificato GRS (Global Recycled Standard) il cui filato deriva da materiale riciclato. Questo non solo permette di rintracciare i materiali di input riciclati, ma permette anche di prendere decisioni consapevoli, ridurre l'impatto della produzione su persone e ambiente e di guidare l'innovazione.

Per Tiba, però, sostenibilità non si declina solo a livello di materie prime e prodotto finito, ma anche all'interno di tutta la filiera produttiva e in tutti i reparti aziendali.

L'impianto fotovoltaico installato l'anno scorso e messo in funzione in onore dei 60 anni dell'azienda permette di impiegare nella produzione energie rinnovabili e ridurre notevolmente le emissioni di CO<sub>2</sub> nocive per il pianeta, la comunità e le generazioni a venire.

Tutto lo staff Tiba Tricot ringrazia sentitamente Yamamay per l'opportunità che ci è stata data e per la fiducia riservata nel progetto.

**Giovanni Brugnoli**  
Titolare Tiba Tricot SRL



## MATERIALI SMART E SOSTENIBILI

Il team R&D collabora a stretto contatto con aziende nazionali e internazionali sia di filato che di tessuti con l'obiettivo specifico di anticipare il passaggio da processi lineari a processi circolari.



Per essere innovativi è quindi indispensabile essere attivi con collaborazioni creative e innovative della filiera a monte e sia con le grandi aziende particolarmente avanzate nella ricerca sia con i piccoli artigiani, fonte inesauribile di creatività.

Per i prodotti Yamamay sono utilizzati sia tessuti tecnici sia smart di varia natura con prestazioni funzionali specifiche per la corsetteria e i costumi da bagno che rispondono a requisiti di compliance e sostenibilità riportati in modo puntuale nel Manufacturing Agreement, aggiornato proprio nell'inizio del 2022.

La **libreria dei materiali** viene aggiornata periodicamente da un Team dedicato con materiali e accessori standard, innovativi e sostenibili, per i quali comunque vengono tracciate le origini. La gestione del progetto prevede sia uno spazio fisico, dove i campioni vengono classificati e catalogati per

categoria merceologica, sia presentazioni stagionali, dove vengono dati all'ufficio stile/prodotto delle linee guida di innovazione e sono spiegati prodotti e processi così come le tendenze emergenti per tessile e abbigliamento.

L'ufficio rimane open consulting, creando così uno spazio dove poter attingere ai materiali, favorire la ricerca e poter presentare progetti nuovi nati dalle persone coinvolte nella progettazione interna oppure da fonti esterne come Istituti Universitari e altre aziende nazionali e internazionali.

Inoltre, per garantire la tracciabilità della filiera, all'interno del PLM di Yamamay sono registrate le certificazioni di parti terze che riguardano il filato, il tessuto e il prodotto finito dei prodotti classificati come sostenibili e innovativi. Questo materiale è da supporto nella successiva costruzione dei green claims.

**Di seguito, le certificazioni che Yamamay chiede alla propria filiera produttiva:**



### SUPIMA®

Le linee Butterfly e Supima sono certificate **Supima® Cotton**. Supima® Cotton è una varietà di cotone unica nel suo genere, caratterizzata da una fibra più lunga rispetto a quella del cotone comune e le cui proprietà caratteristiche sono: morbidezza, resistenza e tenuta colore. Il Supima® Cotton, originario degli USA, rappresenta meno dell'1% di crescita di cotone al mondo ed è una varietà di cotone pregiata e di alta qualità.

Supima è in grado di autenticare il proprio cotone lungo l'intera filiera, dalla fibra e dal filato fino al tessuto e al prodotto finito al dettaglio. Questa completa trasparenza consente di poter tracciare ogni punto della filiera, oltre che gli aspetti di responsabilità sociale ed economica.



### GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD (GOTS)

Il Global Organic Textile Standard (GOTS) è stato sviluppato con l'obiettivo di unificare i vari standard nel campo della lavorazione dei tessuti per definire requisiti riconosciuti a livello mondiale che garantiscano che i tessuti siano **biologici**, dalla raccolta delle materie prime, alla **produzione responsabile dal punto di vista ambientale e sociale quindi applicabile a tutte le fasi di lavorazione**, fino all'etichettatura, al fine di fornire una garanzia credibile al consumatore finale. I trasformatori e i produttori dovranno essere in grado di fornire i loro tessuti e indumenti biologici con un'unica certificazione accettata in tutti i principali mercati di vendita.

Utilizzato nella linea Basic Serie Cristiana e Cotton Flower, il cotone organico certificato GOTS prevede che sia prodotto da agricoltura biologica che presuppone che l'utilizzo di prodotti chimici e acqua nei processi di produzione dopo la coltivazione sia controllato, che nel processo produttivo non ci sia alcun residuo chimico nocivo e che risponda a specifici criteri di equità sociale verso i lavoratori in tutto il processo produttivo.



## GLOBAL RECYCLED STANDARD

Il Global Recycle Standard, promosso da Textile Exchange, promuove l'importanza del riciclo per la crescita di un modello di produzione e consumo sostenibile, con l'obiettivo di favorire la riduzione del consumo di risorse (materie prime vergini, acqua ed energia) e aumentare la qualità dei prodotti riciclati. Il GRS prevede il rilascio di una dichiarazione ambientale verificata da parte terza che assicura il contenuto di materiali da riciclo dei loro prodotti, sia intermedi che finiti, il mantenimento della tracciabilità lungo l'intero processo produttivo, le restrizioni nell'uso dei prodotti chimici e il rispetto di criteri ambientali e sociali in tutte le fasi della filiera produttiva dal riciclo dei materiali, alle successive fasi manifatturiere, fino all'etichettatura del prodotto finito.

Il Global Recycle Standard garantisce prodotti contenenti almeno il 20% di materiale da riciclo pre-consumo e post-consumo e attività e processi manifatturieri attraverso i quali il materiale riciclato viene impiegato per realizzare prodotti intermedi o prodotti finiti destinati al consumatore, che utilizzino modelli e procedure gestionali conformi ai requisiti fissati.

✂ **Poliammide:** utilizzata per la produzione di tessuto per reinterpretare le linee basic Essential Rec (moda mare) ed Eco-Justin (intimo), introducendolo successivamente anche nelle linee moda, come le linee Faith, Faith II, Hope, Eco-Flora ed Eco-Blooming.

✂ **Poliestere:** nelle collezioni viene utilizzato questo tipo di filato che consente un minor impatto sull'ambiente in quanto consuma meno acqua, energia e risorse naturali è presente nelle linee Eco Daily, Eco-Faith, Eco Tropical Garden e la linea mare da uomo Positano, Eco-Passepartout.



## OEKO-TEX STANDARD

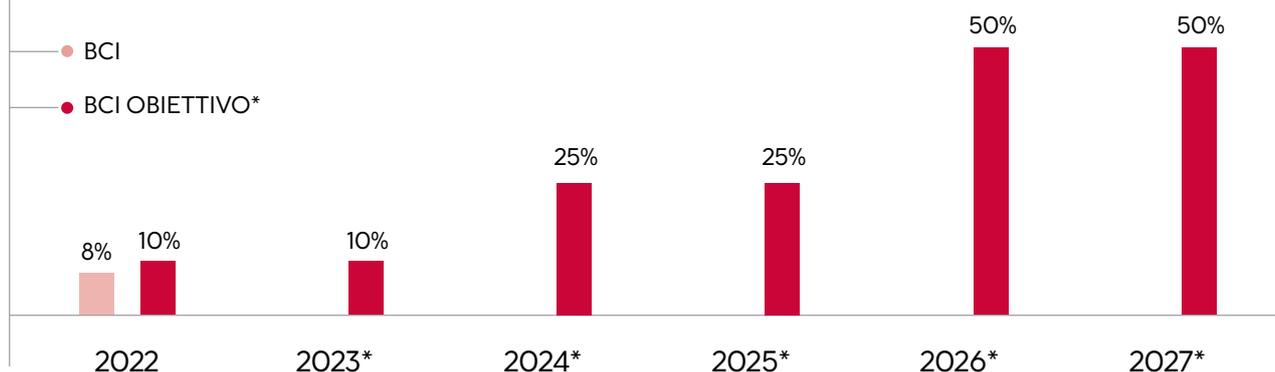
L'Oeko-Tex Standard è un sistema di test e certificazione uniforme a livello globale per le materie prime tessili, i prodotti intermedi e finali in tutte le fasi della produzione.

La certificazione copre molteplici aspetti ambientali e sociali, comprese le sostanze nocive vietate o regolamentate dalla legge, le sostanze chimiche che sono note per essere dannose per la salute, ma non sono ufficialmente vietate, e i parametri che sono inclusi come misura precauzionale per salvaguardare la salute. I prodotti tessili possono essere certificati secondo l'Oeko-Tex Standard 100 solo se tutti i componenti soddisfano i criteri richiesti senza eccezioni. Un prodotto tessile testato viene assegnato a una delle quattro classi di prodotto Oeko-Tex in base all'uso previsto. Quanto più intensamente un prodotto viene a contatto con la pelle, tanto più severi sono i requisiti ecologici che deve soddisfare.



## BETTER COTTON

Yamamay aderisce inoltre all'iniziativa BETTER COTTON avendo siglato un accordo con obiettivi annuali per la durata di 5 anni. Si tratta del più grande programma di sostenibilità del cotone al mondo volto al sostegno degli agricoltori e che mira a fornire loro un'adeguata formazione per una gestione ottimale dell'ambiente, evitando l'utilizzo di pesticidi, fertilizzanti e prendendosi cura dell'acqua, della salute del suolo e degli habitat naturali. La sostenibilità dell'iniziativa ha degli impatti anche in ambito sociale e economico; infatti, gli agricoltori BCI devono necessariamente garantire condizioni di lavoro dignitose, sicurezza e benessere dei lavoratori.



## ANDAMENTO DELL'INCIDENZA DELLE LINEE YAMAMAY

Yamamay continua ad impegnarsi per avere delle collezioni maggiormente sostenibili e/o innovative con l'obiettivo di raggiungere **nel 2025 il 60% delle proposte e il 65% dei pezzi prodotti per volume**.

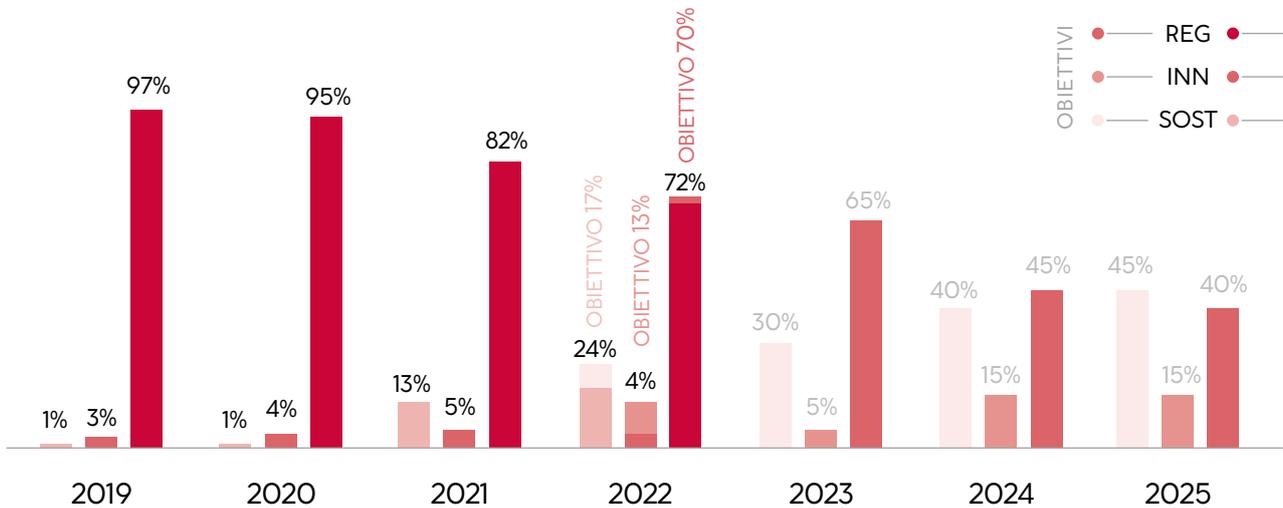
Gli obiettivi, come riportati nel grafico sottostante, vengono costantemente monitorati e l'incidenza di proposte di prodotti con caratteristiche di sostenibilità e innovazione sono aumentate dal 2019, anno in cui questi ultimi sono stati posti. In particolare, nel 2022, è stato superato il target del 17% di prodotti sostenibili, raggiungendo il 24% mentre è stato rilevato un rallentamento nel target dei prodotti innovativi, fissato

al 13%, dovuto anche alla difficoltà nella gestione, creazione e nel trovare i partner adatti per questi ultimi.

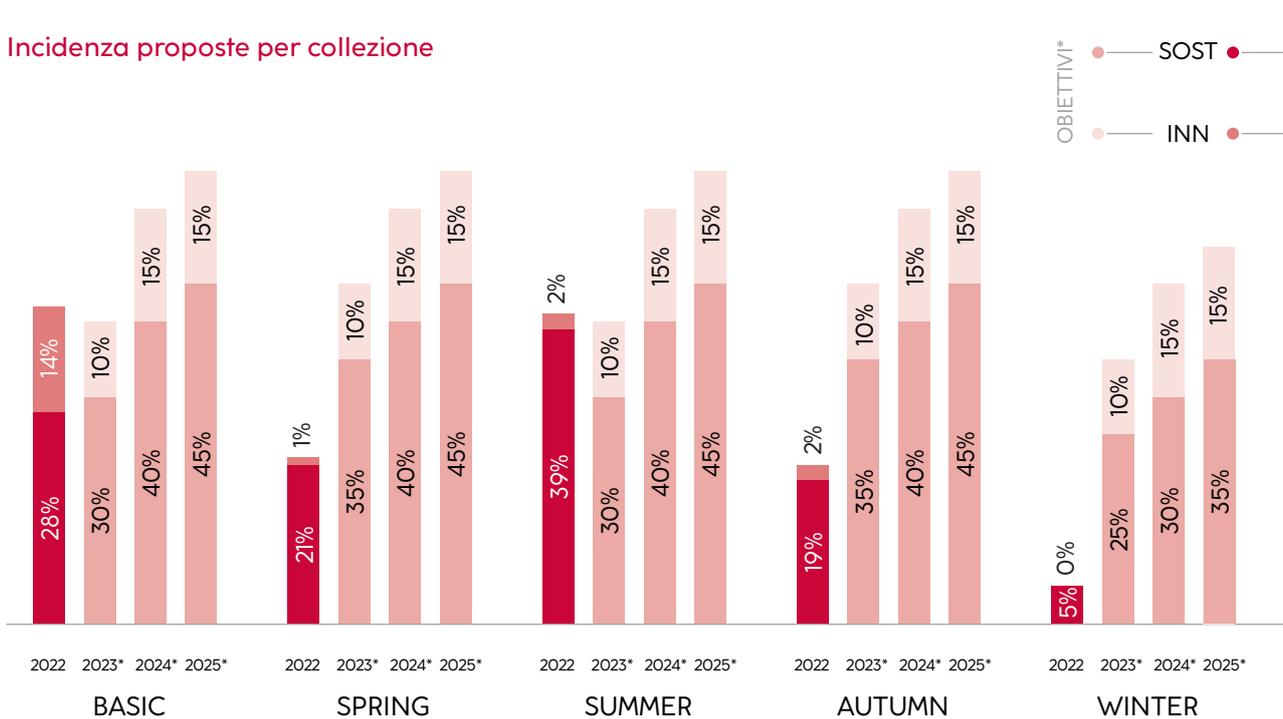
La situazione è in linea anche nelle varie collezioni di stagione, da sottolineare il risultato della collezione Summer (Mare) nella quale il 39% delle proposte a consuntivo hanno un contenuto di sostenibilità.

La linea Sustainable comprende i prodotti realizzati interamente o in parte con materiali e/o processi sostenibili e certificati. La linea Innovative invece comprende i prodotti con maggiori prestazioni rispetto a quelli già presenti sul mercato attraverso l'utilizzo di nuovi materiali e tecnologie.

### Incidenza delle proposte



### Incidenza proposte per collezione



## 2.2 Circolarità e design sostenibile

Nel 2022, per il secondo anno consecutivo, Yamamay ha lanciato sul mercato la **linea EDIT**, da **Eco Designed Innovative Textile**, la beachwear capsule collection pensata per la circolarità tessile. La linea EDIT prosegue il cammino verso un'idea di sostenibilità che considera il riciclo, l'innovazione e la riduzione degli sprechi.

La collezione è realizzata seguendo i principi dell'ecodesign ed è composta da un tessuto 100% monopolimero (poliestere), con alte proprietà di deformazione meccanica per evitare l'uso di elastomeri, di cui il 51% proviene da fonti riciclate certificate GRS (Global Recycled Standard). Nell'ottica dell'ecodesign viene diminuito il numero di componenti per la realizzazione del costume e viene eliminato anche ogni tipo di accessorio. Per il settore moda si tratta di una grande innovazione in termini di sostenibilità. L'innovazione consiste nel diminuire l'utilizzo di materia prima vergine a favore di materia riciclata e nell'agevolare il riciclo del costume, giunto a fine vita, grazie all'uso di un unico materiale, migliorando così la circolarità del prodotto.

Nel 2021, seguendo le linee guida date dallo studio sulla circolarità con Ergo S.r.l., spin-off Scuola Superiore Sant'Anna, Yamamay ha riproposto la collezione EDIT, che, pertanto, presenta le medesime performance design dell'anno precedente, ma utilizzando il filato prodotto da Radici Group.



L'Azienda si impegna responsabilmente tenendo conto di tutta la filiera: dal design alla produzione fino ad arrivare alla distribuzione dei suoi prodotti, e pone le basi per provvedere anche al fine vita dei prodotti agevolandone il riciclo con l'utilizzo di un filato monopolimero.

L'innovazione della linea EDIT non risiede solo nella scelta del monopolimero e dell'assenza di accessori, ma anche nell'utilizzo di una tecnica innovativa Windye® per l'applicazione della doppia stampa. I costumi sono infatti indossabili da ambo i lati, in due fantasie differenti che sono però state stampate contemporaneamente con la tecnica della sublimazione e senza l'utilizzo di acqua. Il progetto EDIT è stato dunque un ottimo esempio di Open Innovation: Radici Group per la produzione del filato, Carvico S.p.A. per la produzione del tessuto, Memphis S.p.A. per la stampa ed Ergo S.r.l. per la consulenza tecnica e normativa per la gestione del modello circolare e per la costruzione del green claim. Il lancio della linea EDIT è avvenuto l'8 giugno 2022 in concomitanza con la Giornata Mondiale degli Oceani.

Per l'occasione, e in quanto partner di One Ocean Foundation, Yamamay ha preso parte alla prima edizione della Ocean Week Milano organizzata dalla fondazione stessa. Il progetto ha previsto una serie di attività dislocate su tutto il territorio milanese volte a sensibilizzare le persone sull'importanza degli oceani e delle risorse che esso offre per migliorare la qualità delle nostre vite.

L'Azienda ha contribuito al progetto allestendo lo store di Milano Cordusio con un'installazione museale proveniente dalla recente mostra sui costumi da bagno del brand, esposta all'ADI Design Museum di Milano a maggio 2022.



L'ufficio R&D lavora nel rispetto delle seguenti linee guida di circolarità:

- ✂ **Ricerca materiali riciclati/circolari con certificazioni** di parte terza;

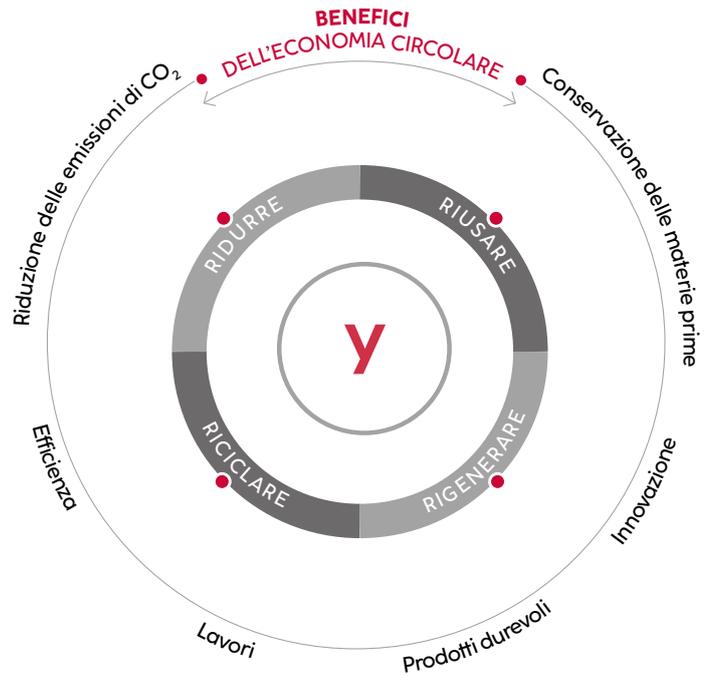
---

- ✂ **Collabora con aziende del settore per mettere a punto nuovi materiali**, a partire dalla selezione dei polimeri, la cui produzione, secondo le stime McKinsey, consente un abbattimento delle emissioni dei gas serra fino al 60%-70% rispetto alla produzione di fibre vergini;

---

- ✂ **Ricerca accessori che siano sostenibili e compatibili con i tessuti utilizzati** per facilitare i processi di smaltimento e circolarità.

Fonte: Circular fashion in Europe: Turning waste into value | McKinsey, 2022



In continuità con il progetto del 2020 sulla serie di costumi da bagno circolari EDIT, è stato sviluppato con il supporto di Ergo S.r.l. e Univa Servizi S.r.l. un progetto di **TAKE BACK** per la chiusura dei cicli post raccolta delle serie di costumi da bagno EDIT ed ESSENTIALS, analizzando le modalità operative dell'intero processo attraverso tre aree di analisi:

- ✂ inquadramento nazionale della raccolta e riciclo dei rifiuti tessili;
- ✂ potenzialità del riciclo per il poliestere e per il nylon (barriere e opportunità);
- ✂ analisi degli attori coinvolti tramite interviste.

Nonostante la definitiva implementazione del principio di responsabilità estesa del fornitore per il prodotto tessile (Decreto Legislativo del 26 settembre 2020 n.116 di recepimento della Direttiva 2018/851/UE) e la creazione di consorzi e hub destinata allo svolgimento di tutte le operazioni legate alla gestione dei rifiuti tessili, come a esempio Retex.Green di Sistema Moda Italia, esistono ancora degli ostacoli pratici e operativi per l'attuazione di tale processo.

La fase test di quest'ultimo è stata rinviata in quanto il decreto legge italiano non è ancora stato approvato e la bozza è oggetto di revisione per far prevalere l'indirizzo dato dalla Commissione Europea. Per realizzare nel miglior modo possibile tale ambizioso progetto Inticom S.p.A. è entrata a far parte del consorzio Retex.Green, un consorzio no profit di natura

volontaria che si occuperà della gestione del sistema EPR collettivo per tutti i produttori come Inticom S.p.A., che aderiranno favorendo anche la formazione e le attività di ricerca connesse allo sviluppo di nuove tecnologie che consentano il riciclo dei materiali tessili, oggi realizzabile solo per una quota pari all'1% di tutte le produzioni tessili realizzate a livello globale. Il sistema EPR, gestito attraverso il consorzio Retex.Green, si occuperà della gestione dei rifiuti post consumo e anche della gestione dei rapporti con i comuni, obbligati a raccogliere in maniera differenziata anche la frazione tessile.



## 2.3. Qualità e sicurezza del prodotto

Yamamay pone grande attenzione nel verificare la conformità dei prodotti rispetto ai requisiti fisici, chimici ed ecotossicologici europei e internazionali, nonché alla presenza di certificazioni sulla qualità, sicurezza e sostenibilità dei materiali.

A tal fine, tutti i prodotti che vengono messi in commercio sono sottoposti a test per ogni loro componente e sul prodotto finito. Tutti i prodotti sono conformi al REACH (Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals) e agli standard Oeko-Tex per le sostanze nocive. Il **Quality Manual**, redatto dall'Ufficio Qualità, è stato aggiornato nel 2022 con le nuove revisioni dei test ecotossicologici e dei requisiti dei test fisici nonché con richieste di certificato di parte terza per tutte le componenti (ove presente), e incluso nel Manufacturing Agreement.

In ottemperanza con le linee guida dell'Unione Europea che si pone l'obiettivo di migliorare la qualità dei prodotti tessili per garantirne una maggior durata, la facilità di manutenzione domestica e la relativa diminuzione di energia e inquinamento, da inizio 2022 è stato utilizzata la nuova versione del **Manufacturing Agreement**.

Nella parte relativa alle conformità di prodotto, viene richiesto ai fornitori di effettuare una suite di controlli e standard qualitativi che permettono, tramite specifiche tecniche oggettive e ben misurabili, di dichiarare il rispetto dei requisiti che Yamamay richiede per i propri prodotti e componenti. Nel capitolato vengono elencati per ogni categoria prodotto (tessuti, accessori, elastici, coppe, ecc.) una serie di **test chimici e fisico meccanici** (resistenza alla trazione, pilling e snagging, ecc.) con i relativi riferimenti alla normativa specifica; sono inoltre dichiarati i relativi parametri minimi di tolleranza entro i quali il prodotto viene considerato adeguato e idoneo all'uso.

Il fornitore è tenuto a rispettare i requisiti richiesti e viene messo a conoscenza dei risultati dei test a cui il suo prodotto è stato sottoposto. Con questo modus operandi si instaura con il fornitore una collaborazione molto stretta, che va oltre la mera richiesta di compliance, e che diventa una vera partnership con piena condivisione delle tematiche di qualità.

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

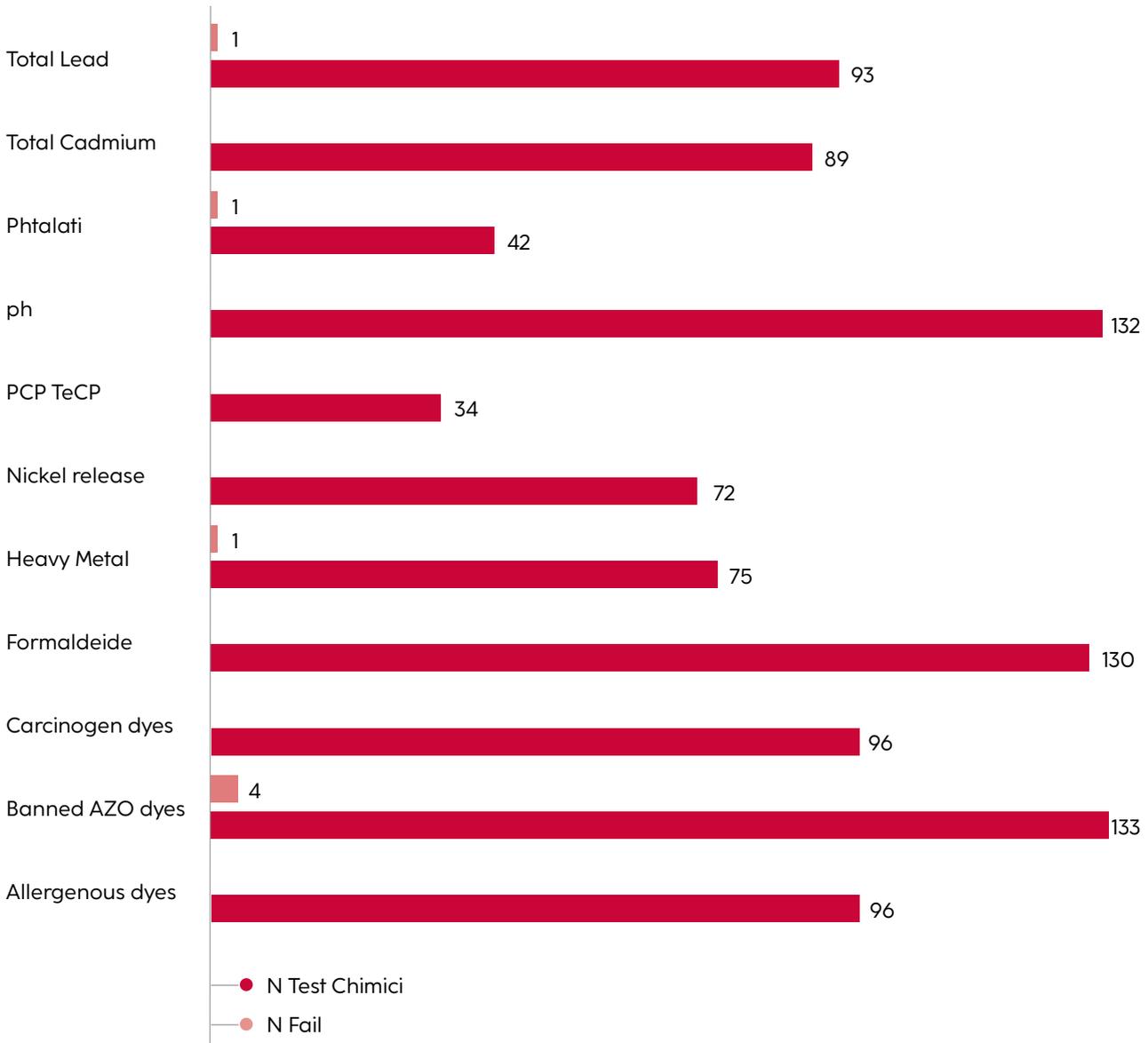
- 1 Invio del campione** da parte dei fornitori ai laboratori accreditati
- 2 Test sui campioni** e invio dei risultati all'Ufficio Qualità
- 3 Analisi dei risultati** da parte dell'**Ufficio Qualità** che determina la conformità del prodotto nel rispetto dei requisiti fisici, chimici ed eco-tossicologici richiesti
- 4 Archivio dei test nel database** creato grazie al passaggio al PLM, permettendoci di avere a disposizione l'intera storia del prodotto, sin dalla fase dei test, difatti nel 2022 sono stati effettuati presso laboratori test su 1667 articoli rappresentativi delle diverse linee di prodotto

Attraverso il team qualità presente nelle sedi internazionali viene garantito un costante e continuo affiancamento ai fornitori creando una collaborazione che comincia dall'avvio della produzione alla consegna della merce presso il polo logistico. Il personale di sede e gli enti terzi incaricati svolgono attenti controlli presso i fornitori su base **AQL 2.5 (Acceptable Quality Level)**, che permette di garantire la conformità delle lavorazioni, colori, tessuti e packaging. Tutti i controlli vengono archiviati all'interno di un portale digitale per la tracciabilità e la facile consultazione degli esiti. Oltre a limitare i rischi di errore e a limitare il consumo di carta, il portale permette di effettuare maggiori analisi per valutare le performance dei fornitori ed eventuali aree di miglioramento del processo di controllo qualità.

Nel 2022 sono stati **testati 1667 articoli** riscontrando 16 fail, in particolare solo il laboratorio partner dell'Azienda ha effettuato **992 test chimici e ecotossicologici su 576 articoli** spediti dai fornitori, riscontrando 7 fail.

All'arrivo della merce presso il polo logistico aziendale vengono effettuati ulteriori controlli a campione per verificare l'integrità e la qualità del prodotto prima della distribuzione presso i punti vendita. In particolare, nel

corso dell'anno sono state effettuate **2.038 ispezioni** che nella fase finale hanno riscontrato solamente il 2,1% di non conformità, rispetto alle quali sono state adottate opportune azioni correttive tramite esamina della problematica e relativa risoluzione con i fornitori in loco. Nel 2022, non sono stati registrati episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e dei servizi.



## ETICHETTATURA

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1007/2011 e delle varie normative dei mercati internazionali, in cui Yamamay è presente, è premura dell'Azienda etichettare correttamente ogni singolo capo per far sì che il cliente finale sia in grado di valutare che cosa acquista. Inoltre, all'interno delle **Care Label**, sono contenuti il numero d'ordine e l'ID fornitore per garantire una maggiore tracciabilità. Sulla care label sono riportate le seguenti informazioni: composizione fibrosa, indicazioni per manutenzione e lavaggi al fine di allungarne la vita utile e preservarne la qualità iniziale.

Seguendo le linee guida relative al packaging, che toccano anche i materiali per le etichette, l'Azienda richiede che le label e i tag abbiano una quantità minima di contenuto riciclato pari al 50% o che siano certificati. Sono state inoltre inserite sul pendaglio le informazioni aggiuntive che riguardano i contenuti di sostenibilità e innovazione del prodotto. Il cliente finale viene rimandato all'utilizzo del QR code, ove presente, e al sito per ulteriori approfondimenti sui contenuti del prodotto e le certificazioni delle componenti quando presenti.

Nel 2022, è stato registrato un solo caso di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti, relativo alla composizione della serie Primula, prontamente risolto.

## 2.4 Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura

Professionalità e piena condivisione dei principi e dei valori di Yamamay sono elementi imprescindibili che l'Azienda cerca nei fornitori, con i quali si impegna a costruire rapporti duraturi in grado di favorire la collaborazione e il miglioramento continuo degli standard di qualità, nonché delle performance ambientali e sociali.

I fornitori coinvolti nella produzione si dividono sulla base delle diverse categorie merceologiche: intimo, lingerie, beachwear, pigiama e abbigliamento.

La selezione dei fornitori è condivisa e si basa su una serie di requisiti: l'esperienza tecnica nello sviluppo e nella produzione, l'adeguata capacità produttiva e la conformità alle norme ambientali e di sicurezza del lavoro, la localizzazione in Paesi dotati di una catena di fornitura efficiente che garantisca un approvvigionamento costante di materiali e la distribuzione geografica per ridurre il rischio Paese, particolarmente elevato in contesti geopolitici instabili, i prezzi.

Una volta selezionati, Yamamay supporta i fornitori in tutte le fasi di realizzazione del prodotto, promuovendo la condivisione di conoscenze e risolvendo eventuali criticità.

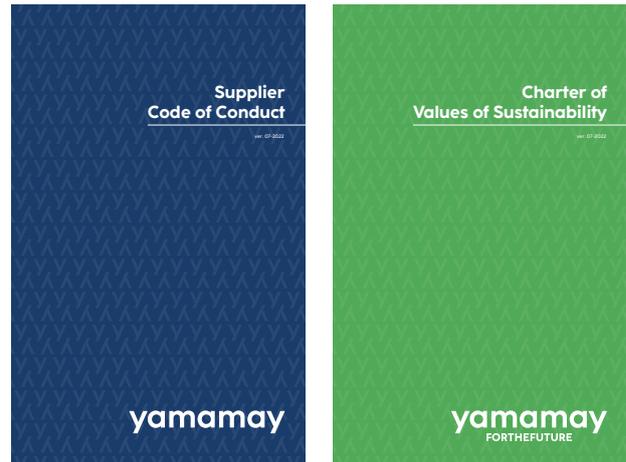
Nel caso di non conformità risolubili, il fornitore viene invitato a implementare delle azioni correttive entro un termine prestabilito, la cui corretta applicazione viene poi verificata attraverso specifici audit. Qualora, invece, si riscontrassero violazioni più gravi da parte dei fornitori, si applica il principio di "tolleranza zero", che porta alla risoluzione immediata del contratto con gli stessi.

	2020			2021			2022		
	Intimo & Beachwear	Pigiama & Accessori	TOT	Intimo & Beachwear	Pigiama & Accessori	TOT	Intimo & Beachwear	Pigiama & Accessori	TOT
Europa e Mediterraneo	4,1%	6,7%	<b>10,8%</b>	4,8%	8,5%	<b>13,3%</b>	4,8%	6,7%	<b>11,5%</b>
Cina	25,6%	23,8%	<b>49,4%</b>	30,8%	18,8%	<b>49,6%</b>	34,3%	13,0%	<b>47,4%</b>
Bangladesh	5,2%	8,4%	<b>13,6%</b>	3,3%	8,3%	<b>11,6%</b>	6,2%	7,5%	<b>13,8%</b>
India	0,0%	5,0%	<b>5,0%</b>	0,0%	3,7%	<b>3,7%</b>	1,5%	0,6%	<b>2,0%</b>
Vietnam	12,9%	0,1%	<b>13,0%</b>	15,1%	0,1%	<b>15,2%</b>	17,7%	0,1%	<b>17,8%</b>
Sri Lanka	6,6%	0,0%	<b>6,6%</b>	6,0%	0,0%	<b>6,0%</b>	6,6%	0,0%	<b>6,6%</b>
Altri paesi in Asia	1,5%	0,1%	<b>1,6%</b>	0,6%	0,0%	<b>0,6%</b>	1,0%	0,0%	<b>1,0%</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>55,9%</b>	<b>44,1%</b>	<b>100,0%</b>	<b>60,6%</b>	<b>39,4%</b>	<b>100,0%</b>	<b>72,1%</b>	<b>27,9%</b>	<b>100,0%</b>

Inoltre, grazie al nuovo sito Corporate, all'interno della sezione "Unisciti a noi" -> "Fornitori" eventuali aziende che vogliono collaborare con Yamamay possono presentare la loro candidatura.

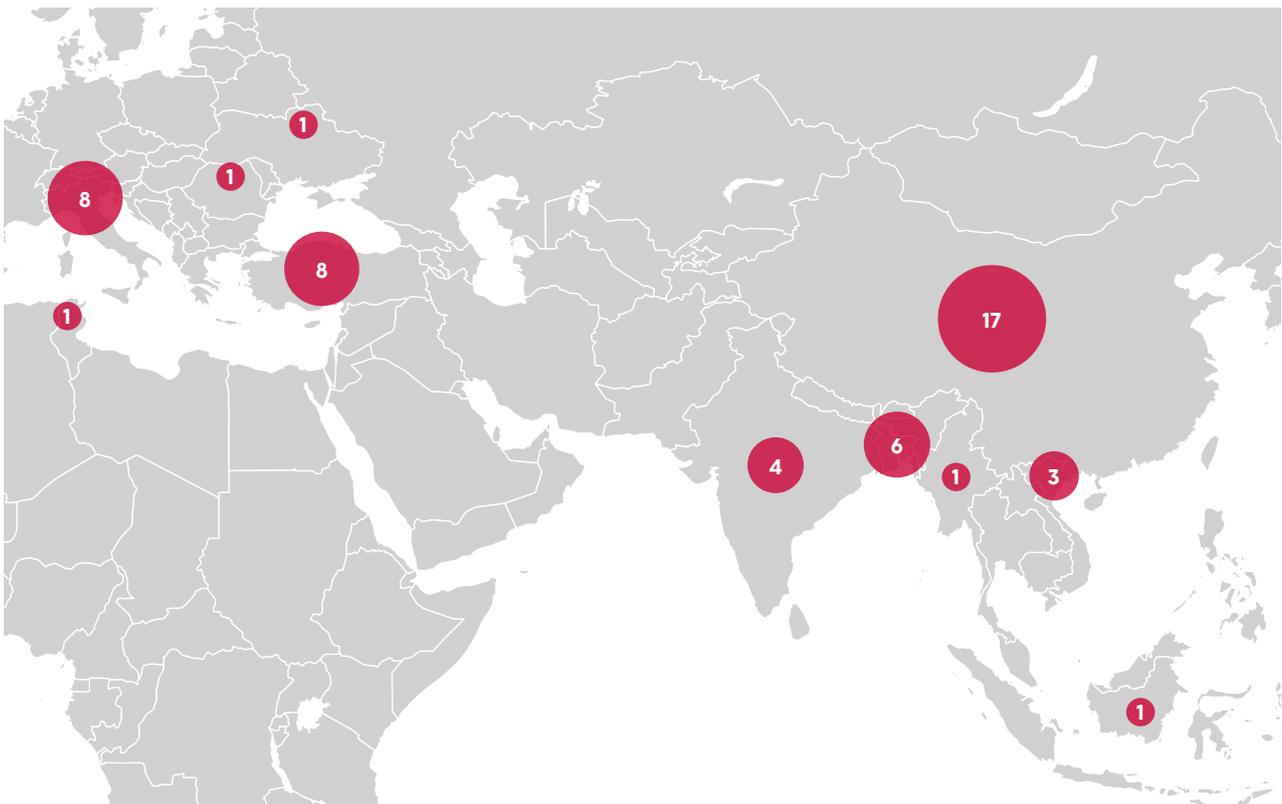
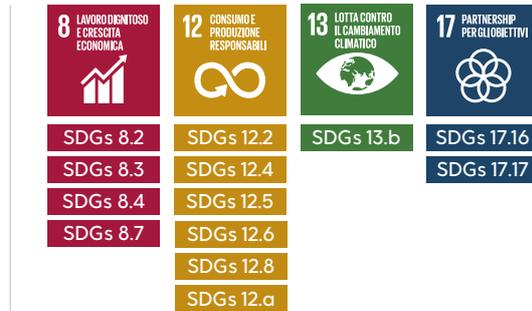
## IL CODICE DI CONDOTTA FORNITORI E LA CARTA DEI VALORI

Il Manufacturing Agreement comprende anche il documento “Supplier Code of Conduct” e la “Charter of Values of Sustainability” che coprono gli aspetti sociali e ambientali nel rapporto con i fornitori. Il codice di condotta detta i requisiti minimi da seguire nel rispetto dei diritti dei lavoratori, la salute e sicurezza sul luogo di lavoro ed eticità del business. La carta dei valori della sostenibilità, trattando maggiormente di tematiche legate all’ambiente, è a complemento del codice di condotta. Il documento dà direttive e richiede requisiti minimi per quanto riguarda l’utilizzo delle risorse, dei prodotti chimici e di materia prima certificata. Il fornitore, legandosi lavorativamente a Yamamay, deve rispettare i principi all’interno degli allegati, che rappresentano il primo passo per la costruzione di una filiera collaborativa e a minor impatto socio-ambientale in accordo con La Dichiarazione sui Principi e i Diritti Fondamentali dei Lavoratori dell’International Labour Organization.



## YMPACT

A supplemento del programma di audit di parte terza svolti da Yamamay, 50 audit e 70 ispezioni svolte al 31 dicembre 2022, Yamamay ha iniziato insieme a 4sustainability un programma di mappatura e qualifica del tier 1 della catena di fornitura, dove per tier 1 si intendono i fornitori confezionisti con cui collabora l’Azienda, volto a dare una prima valutazione qualitativa sulle tematiche ESG.



## METODOLOGIA E CAMPIONE

Il processo è iniziato mappando i fornitori maggiormente rilevanti per Yamamay basandosi su dati anagrafici, valori di acquisto, tipologia di fornitura e relazione. Una volta definito il parco fornitori è stata definita una

soglia di valore di acquisto che evidenziasse i fornitori strategici per l'Azienda. Dunque, 45 fornitori confezionisti rientravano in questa soglia coprendo l'80% dei confezionisti in numero e il 93% del fatturato di acquisto.

Al fine del calcolo del rating del fornitore sono stati seguiti i seguenti criteri:

**1 Sottoscrizione della “Charter of Values of Sustainability”:** i fornitori che sottoscrivono la carta dei valori ottengono 1 punto, sottoscritta con riserva 0,5 punti, non sottoscritta 0 punti;

**2 Compilazione del questionario di valutazione:** i fornitori che svolgono la compilazione dell'assessment ricevono 1 punto. L'assessment, strutturato in coerenza con la carta dei valori, oltre a porre domande riguardo la profondità della catena di fornitura (presenza di subfornitori e fornitori di materie prime) nonché di certificazioni di sistema, valuta il fornitore sulle seguenti categorie:

**TRACE:** questa sezione affronta il tema della tracciabilità delle produzioni e della trasparenza degli approvvigionamenti. In particolare, approfondisce la gestione della tracciabilità interna ed esterna relativamente a materiali, processi di produzione, prodotti chimici e tutto ciò che è collegato alla produzione. Approfondisce inoltre anche il tema della gestione dei propri fornitori, ossia il livello di mappatura della propria supply chain e la presenza di un sistema di valutazione della filiera sulle tematiche di rischio sociale e ambientale.

**CHEM:** questa sezione affronta il tema della riduzione della tossicità dei cicli produttivi. Chiede al fornitore di intraprendere una roadmap di eliminazione delle sostanze tossiche e nocive secondo la metodologia ZDHC e i protocolli approvati da questa fondazione. La conoscenza e applicazione di questa tematica permette al Brand di dare evidenza della sua capacità di protezione dell'uomo e dell'ambiente, per ottenere prodotti e processi più “puliti” e conseguentemente acque ed emissioni a minor impatto e inquinamento.

**PEOPLE:** questa sezione affronta le tematiche inerenti all'organizzazione aziendale, la gestione delle risorse umane, la crescita delle competenze e il welfare aziendale.

**PLANET:** in questa sezione viene valutato l'impegno delle aziende nella gestione, misurazione e valutazione dei propri impatti ambientali, in particolare in termini di consumi energetici, idrici e relative emissioni di gas a effetto serra (GHG). Oltre alla capacità di misurazione dei propri consumi e delle emissioni, viene indagata anche la presenza di una strategia per la loro gestione e di obiettivi di riduzione.

**MATERIALS:** questa sezione indaga le politiche di approvvigionamento e la presenza di materiali ottenuti attraverso processi a minor impatto sull'ambiente.

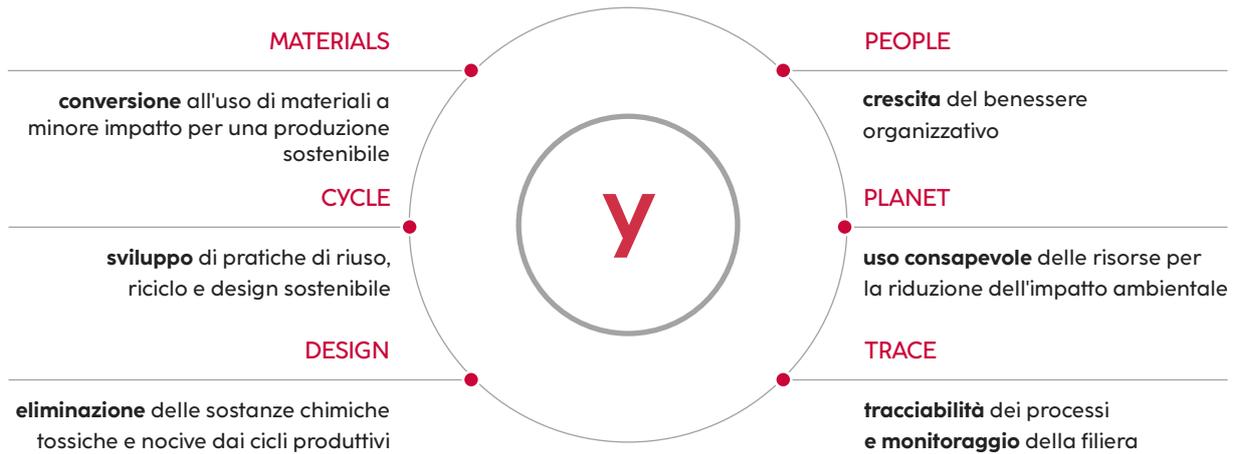
**CYCLE:** questa sezione è dedicata a indagare la presenza di pratiche finalizzate allo sviluppo di processi di economia circolare: l'utilizzo di tecniche di ecodesign nella fase di progettazione, la gestione e il riutilizzo dei rifiuti, degli scarti di produzione e degli stock di inventario.

**3 Fallimento dei requisiti minimi in materia di Ambiente, Salute & Sicurezza e rispetto dei diritti dei lavoratori:** i fornitori che non presentano non conformità ottengono 1 punto, se è presente 1 non conformità ottengono 0,5 punti, più di una non conformità 0 punti

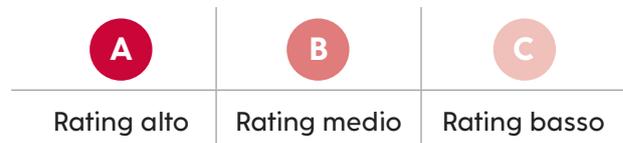
**4 Rischio paese:** i fornitori che appartengono a paesi a basso rischio ottengono 1 punto, gli altri 0 punti

**5 Punteggio ottenuto dalle risposte dell'assessment:** se il punteggio dell'assessment è maggiore di 60 il fornitore ottiene 1 punto, se il valore è compreso tra 60 e 30 ottiene 0,5 punti se minore di 30 ottiene 0 punti

I PILLARS 4S



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



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

Sulla base di questo metodo è possibile calcolare il rating preliminare della filiera. Il termine preliminare fa riferimento al fatto che questo primo rating è ottenuto sulla base delle prime dichiarazioni dei fornitori. Dall'analisi dei dati raccolti sarà possibile realizzare un'attività di verifica delle risposte ricevute e individuare dei piani di miglioramento da sottoporre ai fornitori e con i quali concordare un termine per la loro realizzazione.

I punteggi ottenuti dai fornitori consentono di assegnare ad ognuno un livello di rating, come rappresentato nella tabella seguente.

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

## RISULTATI E NEXT STEP

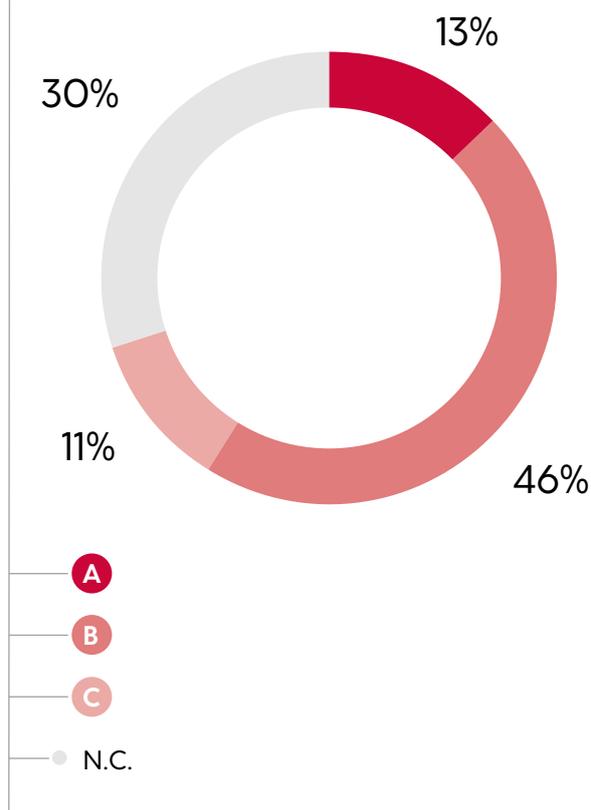
I risultati ottenuti mostrano che, al netto di un 30% che è ancora in fase di raccolta dati, del restante 70% il 59% ottiene un punteggio soddisfacente (13% A e 46%B) mentre il 11% ha ottenuto un rating C.

I risultati degli assessment inoltre hanno evidenziato come nel primo livello della catena di fornitura ci sia una forte attenzione alla tematica People. Difatti le aziende coinvolte hanno dimostrato una maturità diffusa sui principali processi aziendali: dalla presenza di organigrammi, ai percorsi formativi e alla flessibilità degli orari di lavoro. Inoltre, il 90% delle aziende dichiara di possedere un Codice Etico interno e 3 affermano di realizzare anche degli interventi a sostegno dei principi contenuti. Per quanto riguarda la formazione erogata ai dipendenti, oltre il 50% dichiara di predisporre un piano formativo definito sulla base dei bisogni individuati, mentre un ulteriore 40% afferma di realizzare percorsi formativi solo sulla base di richieste specifiche. Tutte le aziende affermano di aver realizzato strumenti per l'ascolto del clima aziendale e 6 di utilizzare questionari periodici di rilevazione.

Riguardo alla flessibilità oraria e lavorativa, oltre il 70% delle aziende dichiara di aver realizzato dei sistemi di gestione degli orari di lavoro prevedendo sia la possibilità di part-time che di attivare altre forme di flessibilità (es. banca delle ore).

Oltre il 75% dei fornitori dichiara infine di aver attivato delle iniziative a supporto delle comunità locali, principalmente attraverso donazioni e attività di charity, ma in 7 casi anche con progetti strutturati e in un caso, condivisi con i principali stakeholder di riferimento.

## S-Rating prliminare



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

- ✂ Ingaggiare il **30% dei fornitori tardivi** nella raccolta dati.
- ✂ Intraprendere **azioni correttive** in collaborazione con la percentuale dei fornitori che hanno ottenuto un rating C, al momento è stata intrapresa una prima azione per ingaggiare questi fornitori indicandogli delle priorità di intervento.
- ✂ Acquisire **dati quantitativi e maggiormente approfonditi** dai fornitori che hanno risposto positivamente al primo assessment.
- ✂ Acquisire **dati sul II livello della catena di fornitura**, laddove Yamamay per II livello intende:
  - ✂ **Subfornitori:** aziende che realizzano, in qualità di terzisti dei fornitori diretti, alcune fasi del ciclo di lavorazione (es: taglio, confezione, lavaggio/tintura, stampa/ricamo);
  - ✂ **Fornitori di Componenti:** i fornitori nominati (cioè indicati da Yamamay) di componenti e accessori utilizzati per la realizzazione dei prodotti (es. fodere, coppe, ferretti ...).



## 2.5 Comunicazione trasparente e marketing responsabile

Yamamay è un marchio molto attento ai propri clienti e alle modalità di comunicare loro valori e idee, oltre al mero prodotto e ai lanci commerciali.

Le campagne pubblicitarie e le attività di marketing strategico sono studiate con il fine di comunicare in modo chiaro, diretto, trasparente e responsabile per costruire con il consumatore finale un rapporto duraturo basato sulla fiducia.

Per sviluppare una brand loyalty durevole è importante implementare un sistema comunicativo basato sull'omnicanalità, che permetta di raggiungere gli stakeholder online e offline in una modalità seamless, creando continuità e coerenza nella profusione dei contenuti dagli store fisici, al sito internet, ai social network. Attraverso un racconto univoco e allineato il consumatore è coinvolto a 360 gradi in tutti i punti di contatto con il Brand. Una comunicazione di tipo omnicanales è fondamentale anche per la creazione di una solida Brand image, ovvero la percezione del marchio da parte del consumatore, permettendo linearità nella fruizione dei contenuti e dei valori su cui il brand si fonda.

I pillar di comunicazione Yamamay si basano sul voler trasmettere al consumatore un mix di contenuti commerciali per promuovere le proprie collezioni e

valoriali per trasmettere tutte le azioni che l'azienda si impegna a portare avanti. Con l'avvento dei social network le campagne di comunicazione si sono moltiplicate per poter dare sempre una sensazione di novità e di freschezza.

Gli obiettivi prevedono di comunicare attraverso un racconto che dia l'idea che il servizio fotografico abbia un contenuto e una storia di fondo per coinvolgere l'utente e non avere solo un fine commerciale.

Durante l'anno le campagne principali sono stagionali (autunno, inverno, primavera, estate, Natale) e due per la linea continuativa dove l'obiettivo fondamentale è quello di trasmettere come il brand risponde alle esigenze di tutte le donne e per tutte le occasioni.

Yamamay, attraverso le campagne di comunicazione, ha l'obiettivo di promuovere la propria identità che si basa sull'originalità, sulla creatività e sulla sensualità. Inoltre, si pone l'obiettivo di comunicare linee innovative con lanci speciali, capi realizzati con tessuti riciclati ed eventi con particolare rilevanza sociale.



In particolare, nell'anno 2022, i progetti con maggiore enfasi durante la stagione estiva sono rappresentati da RS21 e Naturalmente il mare, legandosi a One Ocean

## PROGETTO MARE

	<b>5</b> Instagram post feed	<b>27</b> Instagram Story
	<b>5</b> Meta post Gallery	<b>27</b> Meta Story
	<b>2</b> Youtube	



## RS21

	<b>4</b> Instagram post feed	<b>23</b> Instagram Story
	<b>4</b> Meta post Gallery	<b>23</b> Meta Stor
	<b>1</b> Youtube	
	Editoriali e articoli stampa Edit/Progetto Mare	
	<b>6</b> Off line	<b>92</b> Web

## EDIT

	<b>3</b> Instagram post feed	<b>12</b> Instagram Story
	<b>3</b> Meta post Gallery	<b>12</b> Meta Stor
	<b>2</b> Youtube	



Foundation e a PROGETTO M.A.R.E mentre, nel periodo autunnale la comunicazione si è spostata sulla linea Adaptive.

## NATURALMENTE IL MARE, ONE OCEAN, OCEAN WEEK

	<b>2</b> Instagram post feed	<b>9</b> Instagram Story
	<b>2</b> Meta post Gallery	<b>9</b> Meta Stor
	<b>1</b> Youtube	
	Editoriali e articoli stampa Edit/Progetto Mare/Ocean Week	
	<b>25</b> Off line	<b>97</b> Web



## ADAPTIVE

	<b>9</b> Instagram post feed	<b>31</b> Instagram Story
	<b>9</b> Meta post Gallery	<b>31</b> Meta Stor
	<b>2</b> Youtube	
	Editoriali e articoli stampa Edit/Progetto Mare	
	<b>2</b> Off line	<b>8</b> Web

## CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

In preparazione della Green Claims Directive il gruppo di lavoro congiunto marketing e prodotto ha continuato a praticare le linee guida interne relative alle comunicazioni di prodotti green.

Gli scopi di Yamamay sono:

- ✂ **Ridurre la possibilità** di generare informazioni che possano essere considerate **misleading**.

---

- ✂ Fornire ai clienti e agli stakeholder **informazioni che aiutino le decisioni di acquisto** e che le indirizzino verso prodotti sostenibili per favorire la green transition.

---

- ✂ Rendere Yamamay un **brand fortemente innovativo e sostenibile** in modo da incrementarne la competitività in uno scenario globale.

---

- ✂ Garantire ai clienti, attraverso una corretta informazione e la relativa documentazione scientifica, la **conformità fisica, chimica ed eco-tossicologica dei prodotti** nel rispetto delle normative attuali e di quelle che verranno provando a sperimentare.

---

- ✂ Utilizzare i metodi di **misurazione degli impatti del ciclo di vita dei prodotti** più adatti alla categoria dei prodotti immessi in commercio, assicurandosi che gli impatti descritti siano quelli maggiormente rilevanti per il settore. Ad esempio la carbon footprint.

---

- ✂ Utilizzare le **enviromental label** solo se elencate e approvate dalla UE.

## SAVE THE OCEAN

Con One Ocean Foundation, Yamamay collabora per diffondere una maggiore consapevolezza sui temi della protezione degli oceani e della biodiversità, a cui da sempre Yamamay è profondamente legata soprattutto attraverso la collezione mare. A questo riguardo, Yamamay ha promosso la campagna "Save the Ocean", veicolata tramite materiale nei negozi e vetrine, nonché attraverso la stampa e i canali social con l'obiettivo di stimolare i clienti ad adottare un comportamento più responsabile verso l'ambiente, migliorare la loro conoscenza degli oceani e informarli sulle giornate ad

## CAMPAGNA NASTRO ROSA

Yamamay è per il nono anno consecutivo con LILT, Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori: nel 2022 le due realtà hanno lavorato ancora una volta insieme per sensibilizzare le donne sull'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce dei tumori della mammella. Per il terzo anno consecutivo, per tutto il mese di ottobre, le donne interessate, entrando in un negozio Yamamay hanno avuto la possibilità di ritirare un voucher per prenotare una visita senologica (non strumentale) gratuita presso una delle Associazioni LILT aderenti alla campagna.

Quella tra Yamamay e LILT è una liaison di lunga data che va oltre la campagna 'LILT FOR WOMEN - Nastro Rosa LILT' programmata per il mese di ottobre. Infatti, per Yamamay, in quanto Azienda principalmente di donne e per le donne, la sensibilizzazione del cliente e dei propri dipendenti alla prevenzione del tumore al seno rappresenta un impegno costante. Grazie alla collaborazione con LILT, per dare un seguito attivo al concetto di prevenzione, da anni Yamamay dà infatti la possibilità alle proprie dipendenti di fare visite senologiche ed ecografie al seno in Azienda gratuitamente. In occasione del centenario della Lilt, Barbara Cimmino, è stata insignita, durante una cerimonia tenutasi a Roma in presenza di numerose Autorità dello Stato, del Premio di Benemerenzza LILT, per l'impegno di Inticom S.p.a. nella prevenzione contro il cancro dal 2013.



essi dedicate. Inoltre, in occasione della Giornata degli Oceani dell'8 giugno 2022 è stata lanciata la nuova linea EDIT, prodotta con un'ottica di ecodesign. Per l'occasione, è stata concepita una campagna di comunicazione innovativa dai messaggi potenti, chiari e con l'obiettivo di proiettare il marchio e le clienti in una nuova dimensione, fatta di scelte consapevoli e informate per l'acquisto dei costumi da bagno. Per ulteriori approfondimenti su One Ocean Foundation e i relativi progetti che coinvolgono Yamamay, si veda il capitolo "Pianeta -> Protezione del territorio e della biodiversità".

## RS21 CUP YAMAMAY

Yamamay nel corso del 2022 è diventato title sponsor della RS21 Cup Yamamay. La relazione fra RS21 e Yamamay si fonda su principi comuni, in una prospettiva di condivisione del valore generato: l'impegno sostenibile della classe RS21 è suggellato dalla stesura del "Manifesto della Sostenibilità", che l'ha resa una fra le classi di regate più sostenibili al mondo. Il manifesto si sviluppa su sette punti chiave: a partire dal rispetto per il mare e all'uso degli elementi naturali, alla vela inclusiva e la sua promozione, dalla cultura marinara e il rispetto degli avversari fino alla scelta di sponsor e partner sostenibili. Difatti, Le barche utilizzate per questa classe di regate sono sostenibili in quanto realizzate con uno stampaggio con struttura "sandwich" in pet riciclato.

Le resine usate sono bioderivate e il bulbo della barca è in acciaio e non in piombo. Il motore elettrico entrobordo è a scomparsa. Durante tutto il circuito della "RS21 Cup Yamamay" verranno poi utilizzate le innovative boe elettriche Mark Set BOT a ridotto impatto ambientale. Inoltre, Yamamay, si è impegnata insieme alla startup UP2YOU, a compensare le emissioni di due tappe della regata. Grazie al supporto di Yamamay, partner impegnato nella ricerca di componenti e processi sostenibili per la progettazione dei propri prodotti, il programma di sostenibilità della RS21 potrà avere ulteriori sviluppi nel prossimo biennio, caratterizzata dalla RS21 Cup Yamamay 2023 e dal mondiale a marina di Puntaldia.

## EVERYDAY, EVERYBODY, EVERY GENERATION

Da più di 20 anni, attraverso le collezioni e le campagne pubblicitarie, Yamamay celebra la bellezza femminile, le donne nelle loro mille sfaccettature, senza distinzioni di età, etnia e fisicità. Proprio per veicolare questo messaggio, nel corso degli anni, l'Azienda ha scelto di far interpretare le collezioni non solo a testimonial famose, ma anche a donne comuni tra loro molto diverse, a bellezze mediterranee ed esotiche, a donne di tutte le età, perché una delle caratteristiche del Brand è proprio la sua capacità di essere trasversale e inclusivo. E oggi, con la nuova campagna 'everyday, everybody, every generation', Yamamay ha deciso di compiere un passaggio in più, riflettendo su un tema importante e di grande attualità: le generazioni e il loro continuo confronto, che rappresenta, trasversalmente, ad ogni età e in ogni momento della vita, un'opportunità di crescita e di arricchimento. Il progetto, nato anche dall'ispirazione e dallo studio del libro di Federico Capeci 'Generazioni', (FrancoAngeli, 2020) è un inno alla sinergia intergenerazionale: un racconto corale che ha per protagoniste 6 donne - Elena, Sofia, Gloria, Soda, Ilaria e Stella - che fanno parte di 3 generazioni diverse - X, Y e Z - con fisicità e attitudini differenti, ma accomunate dalla stessa energia e voglia di celebrare la vita nella sua semplicità quotidiana e ovviamente da una stessa collezione di intimo, la collezione Basic di Yamamay, capace di abbracciarle e di vestirle tutte.

Una stessa collezione può infatti essere interpretata in modo diverso a seconda della personalità e dell'età delle protagoniste: così uno slip in cotone, per esempio può essere confortevole per una cinquantenne e diventare sexy per una ventenne, un body può essere abbinato in modo diverso a quaranta o a vent'anni e così via, a testimonianza del fatto che le collezioni Yamamay, grazie alla loro versatilità, riescano ad incontrare i gusti di persone che appartengono a generazioni diverse.

Anche per le serie sostenibili e innovative EDIT e Adaptive già descritte in precedenza nel capitolo sono state create campagne di comunicazione chiare, dirette e trasparenti.

## R5 LIVING

Per tutto il mese di novembre, in tutti i negozi Yamamay, a fronte di ogni acquisto, è stato possibile ricevere in omaggio un campione di detersivo in foglietti solubili R5 Living, un detersivo di nuova concezione pensato per il bucato e per ridurre l'impatto sul pianeta:

- ✂ Plastic-free
- ✂ Vegano e non testato sugli animali
- ✂ Senza fosfati e parabeni
- ✂ Ipoallergenico
- ✂ Predosato per evitare gli sprechi

R5<sup>®</sup>Living sviluppa prodotti per la cura della persona e della casa a basso impatto con l'obiettivo di ripensare il modo in cui produciamo e consumiamo, eliminando packaging in plastica monouso e il trasporto di acqua. L'unione dei due brand mira ad educare ad un consumo consapevole per combattere la produzione di plastica monouso laddove non necessaria riducendo così la plastica che ogni anno finisce negli oceani. Gli obiettivi comuni sono:

- ✂ promuovere la riduzione del consumo di plastica monouso, eliminando al contempo il trasporto di acqua (una scatola di detersivo in foglietti R5 corrisponde ad un flacone da 1,5lt di detersivo liquido tradizionale)
- ✂ ridurre la presenza di plastica negli oceani
- ✂ educare ad un consumo consapevole, nei piccoli gesti quotidiani, come quelli del fare il bucato.



## SALDI E POLITICHE DI PRICING

Trasparenza e responsabilità di informazione sono due punti fondamentali anche in materia di prezzi al pubblico e scontistiche. Per la parte Retail Italia, le sessioni di saldi sono le settimane di fine stagione, nelle date espressamente indicate dalle Regioni e dalle Associazioni di Categoria, con le quali Yamamay intrattiene un dialogo e una partecipazione costante nel corso dell'anno. La prima finestra saldi in ordine temporale è quella di inizio anno, la sessione invernale che si svolge nel corso dei mesi di gennaio e febbraio. La seconda è quella estiva che ricorre nei mesi di luglio e agosto.

Tutti i negozi aderiscono alle fasi saldi, con la particolarità che nel corso di quelli estivi, alcuni punti vendita siti presso località balneari e aperti nei soli mesi centrali dell'anno, iniziano a scontare i prodotti in un periodo successivo a quello nazionale, data l'elevata stagionalità dei prodotti appartenenti alla collezione Moda Mare. La gestione saldi per la parte Retail estero ricalca le stesse politiche sopra elencate, seguendo le direttive del singolo paese di appartenenza. La trasparenza dei prezzi al pubblico è per Yamamay un punto imprescindibile, sia nei momenti di vendita in stagione a prezzo pieno, sia nelle fasi finali dei saldi. Vengono gestiti a livello centrale dalla sede operativa di Gallarate tutti i prezzi di vendita presso ogni singolo negozio, tramite un software unico che permette

di assicurare un prezzo coerente tra la catena fisica e il negozio on line, garantendo una leale concorrenza tra i punti vendita del territorio e la certezza del prezzo unico per i clienti. Presso ogni punto vendita, difatti, i prezzi possono essere modificati solo a fronte di limitate causali specifiche, come "sconti dipendente" o "vicinato". Il prezzo unico operato in tutti i negozi è chiaramente visibile sul pendaglio identificativo di ogni prodotto. Per l'Italia e per i Paesi Europei con la stessa valuta, il prezzo è riportato in euro. Gli stessi prodotti spediti presso negozi siti in Paesi con valute diverse dall'euro vengono inseriti i pendagli corretti direttamente dalla logistica e riconvertiti nella valuta di ogni singolo negozio, per dare la stessa trasparenza al cliente locale.

L'attenta accuratezza in tema di correttezza dei prezzi rispetto alle normative è testimoniata dall'assenza di segnalazioni di irregolarità o multe in tema di "pricing". La comunicazione di saldi e promozioni è anch'essa chiara, trasparente e uniforme grazie all'utilizzo di materiali visual istituzionali usati per gli allestimenti, che vengono forniti direttamente dalla sede a tutti i punti vendita, per poter arrivare ad ogni cliente in ogni parte d'Italia in modo univoco. L'obiettivo di Yamamay è attirare l'attenzione dei clienti veicolando con chiarezza e senza frode il messaggio del Brand, lo stesso approccio vale anche per le newsletter con cui si raggiungono i milioni di follower della carta fidelity.

## COMUNICAZIONE CORPORATE

Oltre alle campagne di comunicazione di prodotto, Yamamay, tramite la pagina LinkedIn, che nel corso del 2022 ha raggiunto quota 30.000 follower con circa un aumento di 2.000 rispetto al 2021, i post hanno raggiunto oltre 30.000 visitatori, e il nuovo sito corporate, inaugurato a fine 2022. Su entrambi i canali

di comunicazione la community Yamamay ha così la possibilità di conoscere l'organizzazione dell'Azienda e le iniziative relative a partnership, welfare ed eventi. Il sito descrive l'organizzazione, le politiche, le azioni di Yamamay con aggiornamenti costanti tesi ad informare tutti gli stakeholder.

La Home Page riporta le attività più rilevanti del momento ed è strutturato in 4 sezioni principali:

- 1 CHI SIAMO:** Questa sezione è la carta d'identità dell'Azienda e ne descrive il profilo e le attività. Infatti, al suo interno si possono trovare il Purpose e la storia del Brand, di cosa si occupa nonché la struttura di Governance e le associazioni a cui prende parte.
- 2 FUTURO SOSTENIBILE:** La sezione riprende la struttura del bilancio di sostenibilità. Navigando al suo interno si ha visione delle iniziative di Yamamay in tema Pianeta, Persone e Prodotti oltre alla visione del Brand per una strategia sostenibile. Sono inoltre scaricabili il Bilancio di Sostenibilità e la Carta dei Valori.
- 3 MEDIA:** Visitando la sezione si ha visibilità e sono scaricabili i comunicati stampa dell'Azienda, è possibile consultare la rassegna stampa riportante gli articoli più importanti relativi al Brand ed è visualizzabile la media gallery con le campagne pubblicitarie.
- 4 UNISCITI A NOI:** In questa sezione, chiunque vuole intraprendere una carriera in Yamamay o qualsiasi fornitore volesse iniziare a collaborare con l'Azienda può fare application o mandare una candidatura spontanea. Anche chi fosse intenzionato ad aprire un'attività in franchising con il brand può fare application da questa pagina.

Per approfondire la visione il sito è consultabile in italiano e in inglese al seguente link: [corporate.yamamay.com](https://corporate.yamamay.com)

## 2.6 Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales

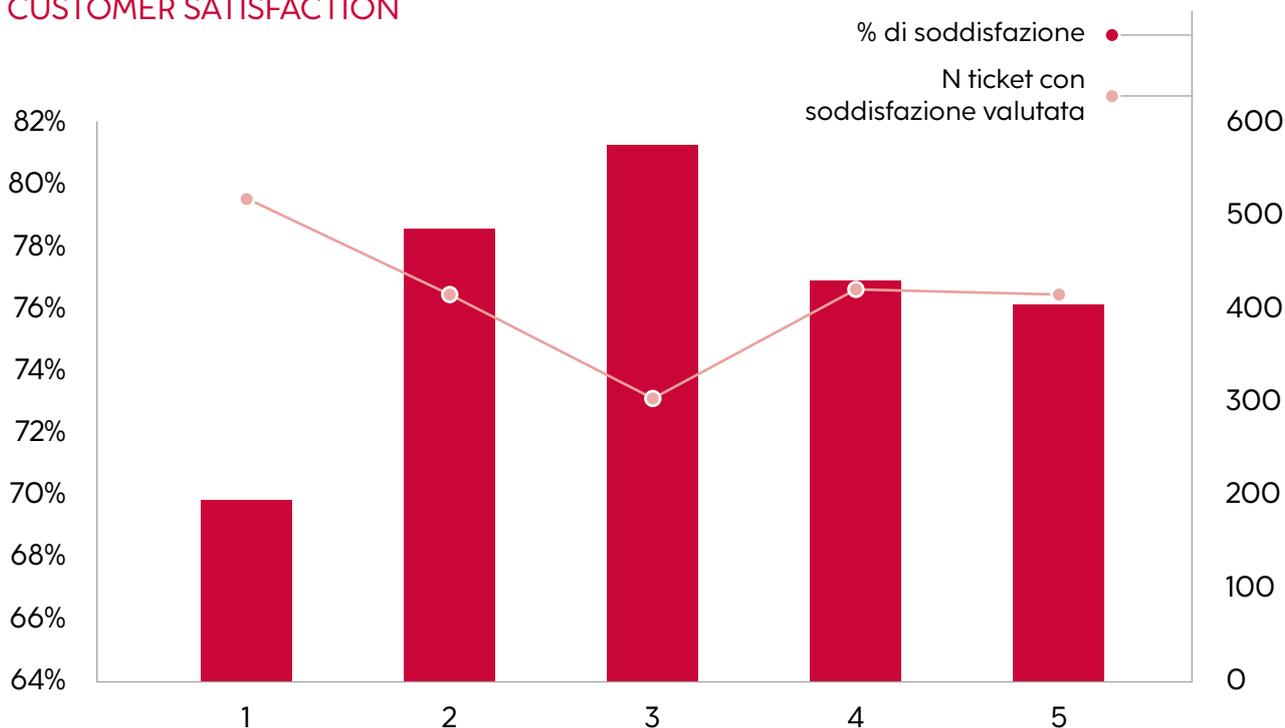
### EVOLUZIONE DEL CUSTOMER CARE

Il 2022 ha rappresentato un anno di consolidamento per il dipartimento Customer Care avendo preso in carico direttamente la gestione dei clienti e-commerce.

Sulla piattaforma di contatto sono state integrate tutte le richieste da parte di consumatori e negozi, e le relative conversazioni live provenienti sia dall'online che dall'offline. Inoltre, nel corso dell'anno è stato integrato anche il supporto ai clienti Loyalty. Questo ha permesso un approccio più efficiente e con una visione omnicanale verso le interazioni con i clienti. L'Azienda è molto attenta alla customer satisfaction, ai suggerimenti e alle valutazioni avanzate dai clienti. Oggi i clienti possono contattare il customer service tramite il sito, le mail i canali social e, da

inizio anno, tramite Live Chat per supportare velocemente i clienti nel percorso di acquisto. Nel corso dell'anno sono state affinate le nuove procedure per dare pieno supporto a tutte le tipologie di cliente con la definizione di code di lavoro suddivise per area di competenza. Tutti i contatti sono stati mappati e classificati così da poter essere strumento di miglioramento della comunicazione e per le procedure interne. A fine 2022 è stata introdotta la misurazione del livello di servizio e di soddisfazione del cliente tramite mail.

### CUSTOMER SATISFACTION



Per il 2023 a supporto dell'attività di Customer Care sarà implementata una piattaforma di monitoraggio delle consegne eCommerce e relative notifiche ai clienti, con l'obiettivo da una parte di ridurre i contatti per informazioni sulle spedizioni e dall'altra di accorciare i tempi di risposta. Tutte le attività del Customer Care sono costantemente controllate per garantire la piena conformità al

Service Level Agreement (SLA) e tutte le segnalazioni relative al trattamento dei dati personali prevedono il coinvolgimento diretto del Data Protection Officer (DPO) e dell'Ufficio Legale. Nel 2022 sono state gestite 116 richieste di cancellazione dati. Nel 2022 Yamamay non ha ricevuto denunce comprovate e riguardanti violazioni della privacy dei clienti e la perdita dei dati degli stessi.



**40.121**

CREATED  
TICKETS

**21%**

TICKET OPENED  
BY RETAIL AREA

**40.125**

SOLVED  
TICKETS

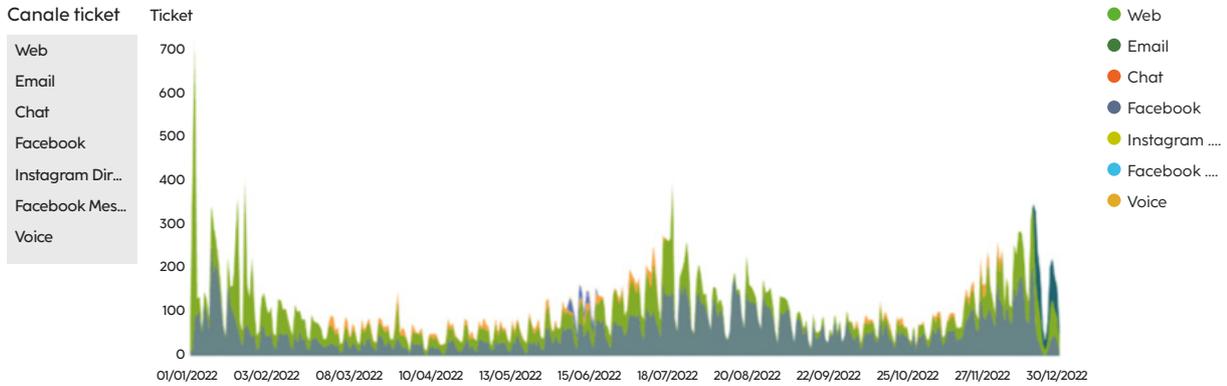
**86,1%**

ONE-TOUCH  
TICKETS

**14,8%**

REOPENED  
TICKETS

Tickets created by date and selected attribute (top10)



## GESTIONE DEI RESI

Le problematiche qualitative relative alla non conformità del prodotto sono inserite nel Database DSP (Digitalizzazione Scheda Prodotto) aziendale.

L'obiettivo è quello di delineare una corretta classificazione del fallato stesso, attraverso l'utilizzo di una tabella riepilogativa delle casistiche ricorrenti. La quantità e la qualità delle informazioni ricevute saranno filtrate ed elaborate in statistiche interne utili a migliorare il prodotto e i servizi offerti nei negozi, oltre che fornire informazioni aggiuntive per il vendor rating dei fornitori.

Tra gli obiettivi per il 2025 Yamamay si pone:

- ✂ **Riduzione dei resi non efici** migliorando la classificazione del fallato.
- ✂ **Downcycling**, attraverso il sorting dei resi vengono recuperati quelli da destinare al riutilizzo. Il vantaggio che ne conseguirà sarà quello di donare una seconda vita a tutti i capi non conformi autorizzati.



## E-COMMERCE NELLA REALTÀ AZIENDALE

Nel corso del 2022 Yamamay ha consolidato la gestione del sito e-commerce e continuato l'apertura dei mercati esteri, ora l'Azienda serve 10 paesi europei oltre all'Italia e ha introdotto nuovi servizi come la personalizzazione dei prodotti. La collaborazione tra il team digital e customer care è continuata in maniera proficua permettendo di ottimizzare le procedure, la comunicazione con il cliente finale e di costruire una mappatura delle ragioni di contatto da parte dei clienti. In contemporanea è stata implementata la vendita su un ulteriore e importante canale online, quello dei Marketplace.

A partire da gennaio 2023 è iniziata la vendita su Zalando in 11 paesi europei, con la costruzione di brand home dedicate a Yamamay. Inoltre, la distanza tra mondo fisico e digitale diventa sempre più corta grazie all'attivazione del servizio pay & collect. È stato attivato il servizio di personalizzazione, disponibile su un'ampia selezione di prodotti, permette ai clienti di rendere unici e sempre più personali i suoi capi. L'azienda ha inserito una Customer Data Platform come cuore della infrastruttura tecnologica per abilitare la "unified customer view", il processo per riuscire ad identificare il cliente prescindere dal canale che sceglie per interagire con l'Azienda.

Grazie alla nuova piattaforma di marketing automation Yamamay è adesso in grado, sfruttando complessi algoritmi di Intelligenza Artificiale, di identificare il momento, il canale e il contenuto migliore per il cliente. Inoltre, grazie alla potenza di calcolo a disposizione, l'Azienda è in grado di clusterizzare i clienti in base alle loro preferenze ma anche in base alle loro caratteristiche fisiche, il tutto garantendo il massimo rispetto delle regole imposte dalla General Data Protection Regulation (GDPR).

All'interno del sito e-commerce i prodotti sostenibili e innovativi hanno una Product Listing Page (PLP) dedicata all'interno del footer "Innovazione e Sostenibilità". Sotto ad ogni prodotto sostenibile e/o innovativo, nelle varie PLP, è riportata l'etichetta **#FORTHEFUTURE** riquadrata di verde. La stessa label è presente anche all'interno delle Product Detail Page (PDP) dei prodotti con caratteristiche sostenibili e/o innovative. In PDP, le descrizioni dei suddetti prodotti presentano le informazioni legate agli attributi di sostenibilità e/o innovazione come, ad esempio, la presenza di fibre riciclate, tessuti certificati e tessuti innovativi. Nel 2023 verrà inoltre creata una Landing Page raggruppante tutte le serie sostenibili e innovative dell'estate.



**17,4 M**

Sessions



**105.689**

Orders



**€4,9M**

Net revenues



**3,2**

Avg pcs / cart



**€55,9**

Avg ticket