

1.3 Il contesto ESG

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

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



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

- 2015 > Gli accordi di Parigi, adottati il 12 dicembre 2015, vincolano i paesi firmatari a ridurre le proprie emissioni di gas a effetto serra, anche conosciuti come GHG (*Green House Gases*), con l'obiettivo finale di mantenere l'innalzamento della temperatura globale al di sotto di 1.5°C rispetto ai livelli preindustriali del 1990. Gli accordi sono stati firmati dai 197 stati membri del UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*).
- > L'Italia è firmataria dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, che stabilisce i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile da raggiungere entro il 2030.

- 2018 > L'Unione Europea ha lanciato il *Green Deal* per affrontare i cambiamenti climatici e raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050. Il *Green Deal* si basa sugli Accordi di Parigi del 2015, che impegnano i paesi a ridurre le emissioni di gas serra per limitare l'innalzamento della temperatura globale a 1.5°C.

- 2020 > Il Regolamento EU 2020/852 richiede alle imprese di rendicontare gli impatti ambientali su sei aree principali secondo la *Taxonomy EU* in base all'entità degli investimenti in sostenibilità.

- 2021 > La Commissione Europea ha pubblicato il pacchetto "*Fit for 55*" per ridurre le emissioni di gas a effetto serra del 55% entro il 2030 e raggiungere la neutralità carbonica entro il 2050. Multinazionali e PMI sono chiamate ad adattarsi alle nuove normative ambientali e climatiche per garantire un vantaggio competitivo a lungo termine.

- 2022 > Il "*Sixth Assessment Report*" dell'IPCC avverte sui rischi del riscaldamento globale di 1.5°C per la biodiversità e gli ecosistemi.
- > La *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) richiede alle imprese di rendicontare informazioni sulla sostenibilità seguendo gli *European Sustainability Reporting Standard* (ESRS) concepiti dall'EFRAG. La CSRD aumenta in modo significativo la platea di imprese impattate dalla direttiva ed estende quindi il perimetro e i requisiti di reporting della *Non-Financial Reporting Directive* (NFRD) del 2015. Il recepimento da parte del legislatore dovrà avvenire entro il 6 luglio 2024.

- 2023 > La COP28 ha raggiunto un accordo per porre fine alla dipendenza dai combustibili fossili entro il 2050, promuovendo fortemente l'uso delle energie rinnovabili e incentivando le tecnologie per la cattura e lo stoccaggio della CO₂.

1.4 La sostenibilità per Yamamay

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

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

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

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

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

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

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

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



PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ DEL 2023

MARZO

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

APRILE

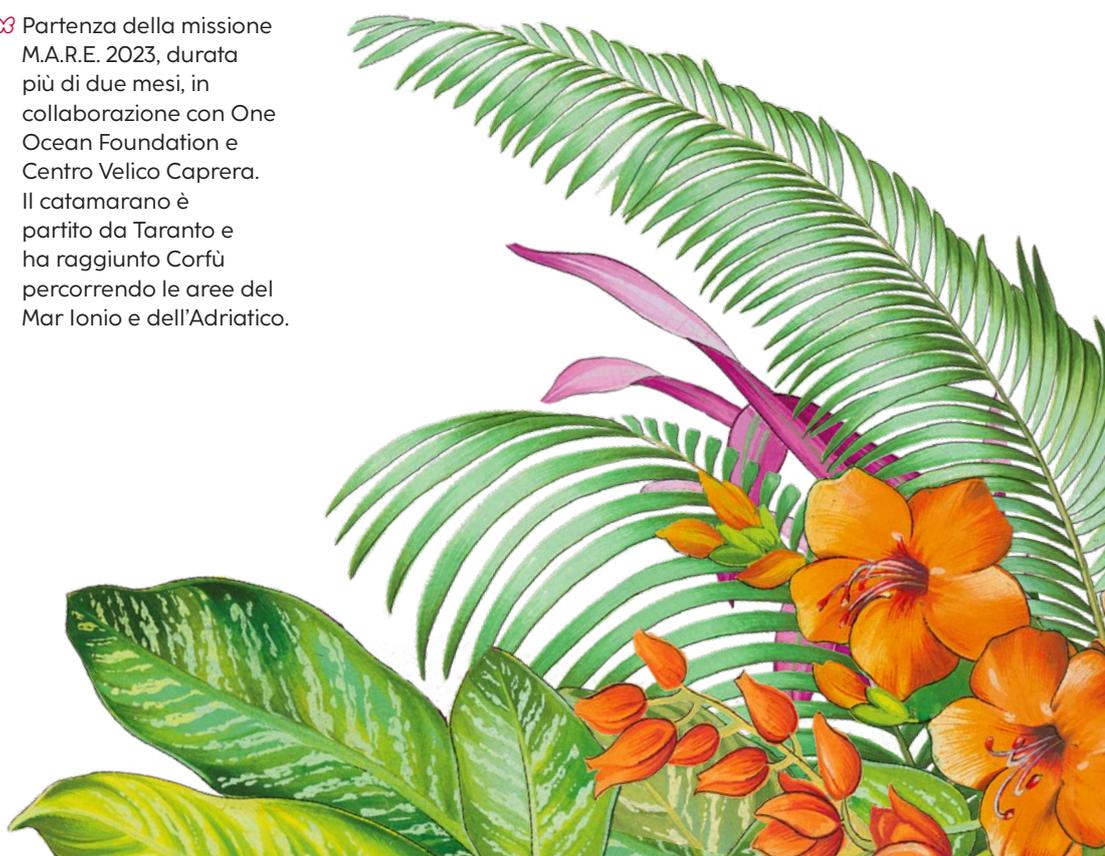
- ✂ In occasione della Giornata Mondiale della Salute, il 7 aprile, Yamamay riceve il premio WHP (*Workplace Health Promotion*) il quale mira a proporre atteggiamenti virtuosi nei luoghi di lavoro al fine di renderli ambienti favorevoli alla diffusione di uno stile di vita sano.
- ✂ Yamamay, grazie all'aiuto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

MAGGIO

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

GIUGNO

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



AGOSTO

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

SETTEMBRE

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

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

OTTOBRE

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

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

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

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

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

NOVEMBRE

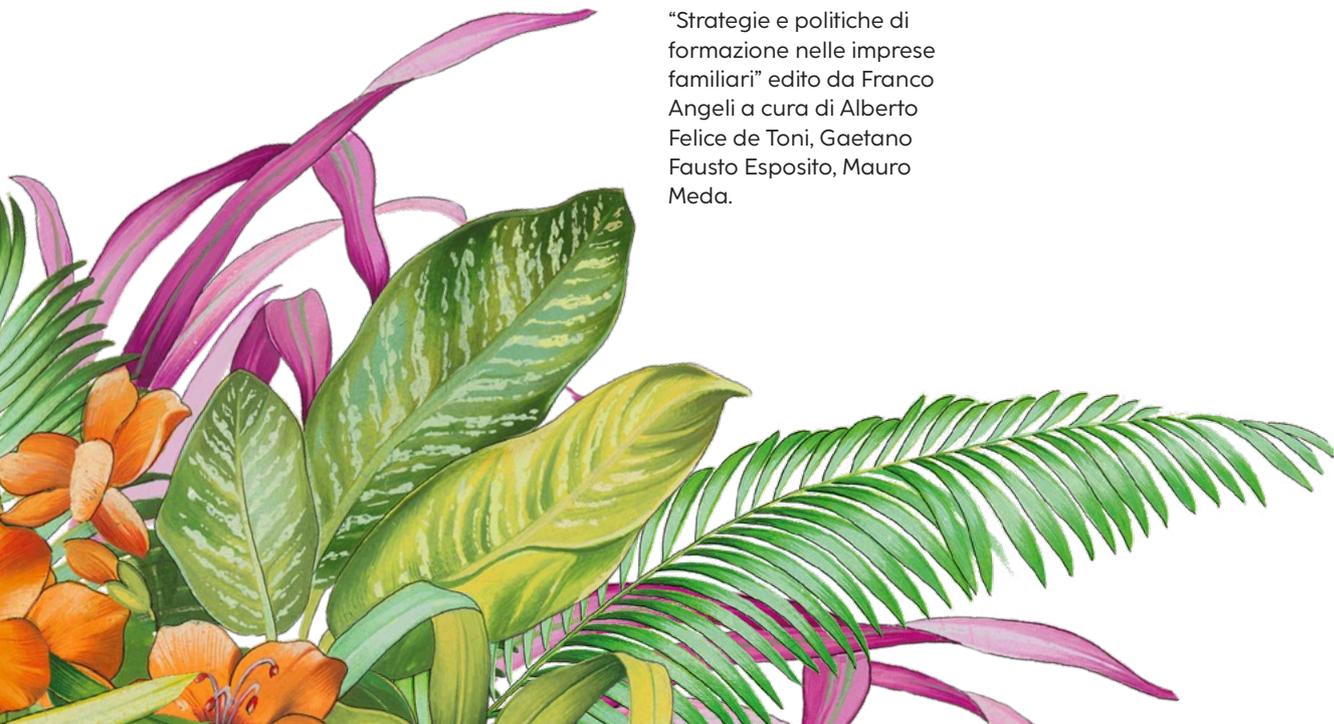
✂ Yamamay è stata inserita per la prima volta all'interno di un paniere di 85 società quotate e non quotate nel report "sustainability" di Lundquist e Il Sole 24 Ore che monitora chi comunica meglio la sostenibilità in Italia sul proprio sito web e sui canali social.

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

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

DICEMBRE

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



L'ANALISI DELLA DOPPIA MATERIALITÀ

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

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

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

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

Materialità di impatto

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

Materialità finanziaria

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

Doppia materialità

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

01

ANALISI DI CONTESTO

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

02

IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI

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

03

VALUTAZIONE DELLA SIGNIFICATIVITÀ DEGLI IMPATTI

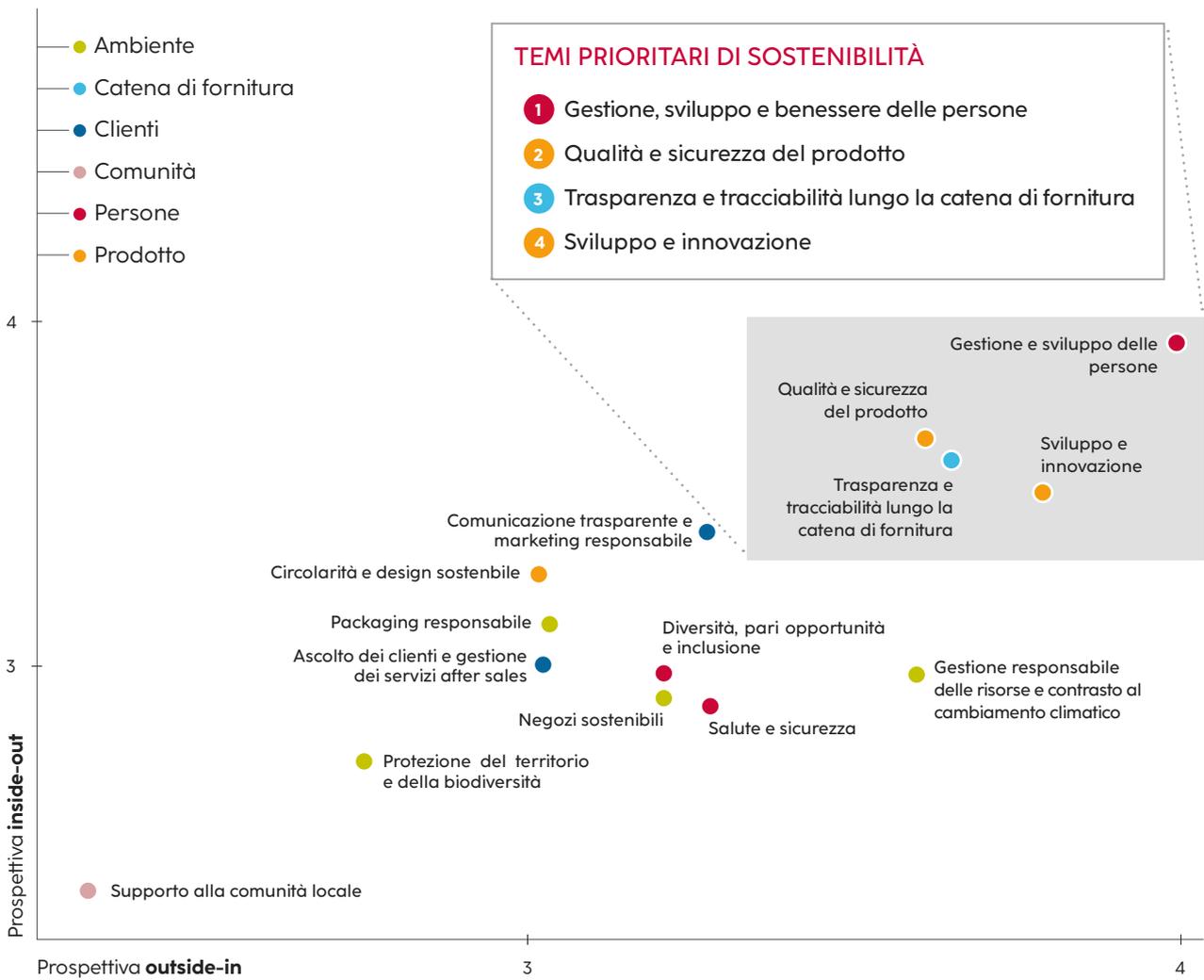
Gli impatti come identificati nella fase precedente, sono stati sottoposti alla valutazione della Direzione e del Management durante un *workshop* organizzato sul Lago di Como, che ha visto la partecipazione di oltre 30 referentirappresentantile principali funzioni dell'Azienda coinvolte nel processo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

04

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

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

LA MATRICE DI MATERIALITÀ



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

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



GLI STAKEHOLDER DI YAMAMAY

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

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

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

AA1000 Stakeholder ENGAGEMENT

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

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

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

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

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

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	ASPETTATIVE
CONSUMATORI E CLIENTI 	<ul style="list-style-type: none"> > Negozi, e-commerce, social, indagini brand reputation, questionari, Corporate Website 	<ul style="list-style-type: none"> > Esperienza d'acquisto positiva > Qualità del prodotto > Comunicazione trasparente
DIPENDENTI 	<ul style="list-style-type: none"> > Corsi di formazione, Intranet, Incontro annuale con Ambassador, Indagini di clima, incontri individuali periodici, survey, piattaforma Welfare, Green Trend Review, Yamapp 	<ul style="list-style-type: none"> > Informazioni su strategie e risultati economico finanziari del Gruppo > Chiarezza degli obiettivi e del sistema di valutazione > Formazione e sviluppo professionale Iniziative volte al benessere, salute e sicurezza dei dipendenti > Pari opportunità
FORNITORI 	<ul style="list-style-type: none"> > Piattaforma dedicata per la raccolta di dati ambientali, sociali e sui diritti umani dei fornitori, Audit, QC, Ispezioni del personale Yamamay, Corporate Website, Manufacturing Agreement, 	<ul style="list-style-type: none"> > Continuità nella fornitura > Rispetto delle condizioni contrattuali Visibilità e sviluppo di business (nuove partnership)
FRANCHISEE	<ul style="list-style-type: none"> > Contratto di affiliazione > Incontri di formazione > Presentazione di collezioni > Yamapp 	<ul style="list-style-type: none"> > Chiarezza su strategie di vendita > Profitto > Rapporto fiduciario > Visibilità > Puntualità nell'invio della merce
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA 	<ul style="list-style-type: none"> > Tavoli di lavoro, lobbying, webinar, carica nell'organo di governance 	<ul style="list-style-type: none"> > Sinergie su tematiche di sostenibilità
COMUNITÀ SCIENTIFICA E UNIVERSITÀ 	<ul style="list-style-type: none"> > Webinar, convegni, testimonianze, partnership, social media, Corporate Website, tavoli tecnici 	<ul style="list-style-type: none"> > Visibilità, Partnership, progetti comuni, sinergie su tematiche di sostenibilità
ORGANIZZAZIONI NON GOVERNATIVE 	<ul style="list-style-type: none"> > Incontri, organizzazione di eventi, Corporate Website 	<ul style="list-style-type: none"> > Visibilità, partnership, iniziative di volontariato, Sinergie su tematiche di sostenibilità
ISTITUZIONI E COMUNITÀ LOCALE 	<ul style="list-style-type: none"> > Webinar, tavoli di lavoro, tavoli tecnici, contatti diretti, webinar, interviste, carica nell'organo di governance, supporto su tematiche in ambito sociale e di governance 	<ul style="list-style-type: none"> > Sinergie su tematiche di sostenibilità
NUOVE GENERAZIONI 	<ul style="list-style-type: none"> > Eventi in aula, attivazione di stage e tirocini 	<ul style="list-style-type: none"> > Collaborazioni su tematiche di sostenibilità, occupazione
MEDIA 	<ul style="list-style-type: none"> > Interviste, sponsorizzazioni, campagne pubblicitarie online e offline, social media, organizzazione di eventi 	<ul style="list-style-type: none"> > Comunicazione trasparente

IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ DI YAMAMAY

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

LINEE DI AZIONE ESG



RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO

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



SCELTA DI MATERIALI SOSTENIBILI

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



ECONOMIA CIRCOLARE

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



TRASPARENZA DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

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



ATTENZIONE ALLA COMUNITÀ ED AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE

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



FORMAZIONE E SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

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



TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
FORMAZIONE E SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO					
Gestione, sviluppo e benessere delle persone	<ul style="list-style-type: none"> > Garantire un processo continuo di valorizzazione e crescita del capitale umano attraverso attività di formazione e sviluppo delle competenze fortemente orientate all'innovazione digitale e allo sviluppo dei prodotti per i dipendenti, al fine di consolidare e trasferire skill, attrarre nuovi talenti e trattenerli. Sviluppo di iniziative rivolte alla diffusione delle discipline STEM (Science, Technology, Engineering and Math), soprattutto tra le donne. > Promuovere iniziative di welfare che mirano alla creazione e alla diffusione di benessere, anche fisico e mentale, al miglioramento della qualità della vita dei dipendenti e dei loro familiari attraverso un pacchetto di benefit di varia natura. > Assicurare e promuovere un rapporto trasparente e corretto con istituzioni e sindacati volto ad instaurare un dialogo virtuoso nel rispetto dei diritti dei lavoratori. 	<ul style="list-style-type: none"> > N. 88.000 ore di formazione attraverso il fondo nuove competenze. > Formazione periodica rivolta alla forza vendite su prodotto, tecniche di comunicazione e vendita. N ore in aula 8.580 > Indice di soddisfazione dei dipendenti: 50% > Yamapp, format di formazione a distanza rivolto a tutte le risorse su collezioni, materiali, soft skill, salute e sicurezza, sostenibilità. 11.450 ore di formazione erogate > Smart working e flessibilità oraria ai dipendenti di sede > Corso Hatha Yoga > Visita guidata alla mostra Andy Wharol presso il museo M.A.G.A. di Gallarate per tutti i dipendenti di sede > 68 Testimonianze qualificate a convegni 	<ul style="list-style-type: none"> > 20 sessioni Yamapp > Indice di soddisfazione dei dipendenti: 67% > Smart working e flessibilità oraria ai dipendenti di sede > Prosecuzione iniziative di sensibilizzazione volte al benessere delle persone > Piano di formazione su rendicontazione e CSRD per tutti gli ambascador della sostenibilità > Coinvolgimento dei dipendenti di sede al progetto M.A.R.E. 	2024	 
SCELTA DI MATERIALI SOSTENIBILI					
Qualità e sicurezza del prodotto	<ul style="list-style-type: none"> > Applicare standard e politiche volti a garantire prodotti di qualità e sicuri, lungo tutta la catena del valore, dalla fase di progettazione e di acquisto di materie prime fino alla vendita al cliente finale, a beneficio della salute e della sicurezza dei clienti. 	<ul style="list-style-type: none"> > Aggiornamento manuale prodotto BASIC > 1.436 ispezioni prima dell'invio ai punti vendita > 7,6% tasso di non conformità 			 
Sviluppo e innovazione	<ul style="list-style-type: none"> > Favorire l'innovazione del modello di business e dei propri prodotti e servizi cogliendo e sfruttando le opportunità, anche e soprattutto legate all'innovazione dei materiali, alla digitalizzazione e alle nuove tecnologie (es. AI, data analytics, omnicanalità) per rispondere adeguatamente alle esigenze del mercato con impatti positivi per l'azienda e la sua competitività. 	<ul style="list-style-type: none"> > Approvvigionamento materiali certificati: 40 % prodotti ordinati in volume 	<ul style="list-style-type: none"> > 65%: prodotti ordinati in volume sostenibili e innovativi > Piano di formazione su ecodesign 	2025	  

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
TRASPARENZA DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO					
Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere pratiche di approvvigionamento responsabili, selezione e monitoraggio dei fornitori incoraggiandoli a monitorare le proprie performance ambientali e sociali, con impatti positivi sulla catena di fornitura e sull'ambiente. Promuovere il rispetto dei diritti umani e delle pratiche di lavoro e la lotta alla corruzione. Garantire la tracciabilità e la trasparenza della catena di fornitura attraverso il controllo costante della stessa, la definizione di prerequisiti e criteri di sostenibilità, attività di screening e di verifica, mappatura e monitoraggio dei fornitori. 	<ul style="list-style-type: none"> Aggiornamento del Manufacturing Agreement per i fornitori integrato con gli allegati: "Code of Conduct" per i requisiti minimi di tutela dei lavoratori, "Charter of Values of Sustainability" per i requisiti minimi per la sostenibilità di prodotto e la tutela dell'ambiente, "Packaging Guidelines" per le linee guida richieste per il packaging dei prodotti. 33/45 fornitori di tier 1 hanno compilato il questionario qualitativo per la raccolta dati di sostenibilità su una piattaforma dedicata 68 Audit effettuati su nuovi fornitori dal 2020 ad oggi 	<ul style="list-style-type: none"> Coinvolgimento della catena di fornitura: <ul style="list-style-type: none"> 100% assessment qualitativi 50% assessment quantitativi Corso di formazione sulla due diligence lungo la catena di fornitura 	2025	   

TRASVERSALE AI 5 PILASTRI

Comunicazione trasparente e marketing responsabile	<ul style="list-style-type: none"> Creare un rapporto di fiducia con gli Stakeholder garantendo una comunicazione trasparente e corretta delle informazioni e delle campagne di marketing, nonché delle attività dell'azienda, dei prodotti e dei servizi offerti, con impatti positivi sull'affidabilità dell'azienda e la soddisfazione dei consumatori. 	<ul style="list-style-type: none"> 15 prodotti forniti di Product ID Card per la tracciabilità e trasparenza sugli impatti. Evento per i 10 anni del leggings Sculpt, supportato da certificazione PEF (Product Environmental Footprint) 	<ul style="list-style-type: none"> Più di 100 ID card 	2025	
---	---	--	--	------	--

ECONOMIA CIRCOLARE

Circularità e design sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppare prodotti prendendo in considerazione gli impatti ambientali generati lungo il loro intero ciclo di vita adottando i principi dell'economia circolare e criteri di eco-design, scegliendo materiali a basso impatto ambientale, al fine di allungare l'uso e la vita del prodotto, nonché favorire il recupero e il riciclo dei materiali. Promuovere attività di ricerca e sviluppo, mantenendo alti livelli di artigianalità che contraddistinguono il marchio, al fine di sviluppare e integrare soluzioni di ecodesign e utilizzare materiali innovativi e sostenibili. 	<ul style="list-style-type: none"> Lancio dell'edizione Principessa Super Bra-Silver edition ideato in ottica di eco design, innovazione ed inclusività. Linea Edit 2023 10 anni del leggings Sculpt con il lancio del leggings sculpt Bold 	<ul style="list-style-type: none"> Corso di formazione sulla circolarità dei prodotti a fine vita Avvio progetto pilota per il take back dei prodotti Yamamay (in attesa di entrata in vigore della direttiva) 	2025	  
---	--	--	--	------	---

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO					
Packaging responsabile	<ul style="list-style-type: none"> Adottare materiali a basso impatto ambientale per la realizzazione e design del packaging destinato ai clienti finali e di quello utilizzato nei processi logistici (shopping bag, imballaggi, accessori espositivi, etc.) e promuovere l'eliminazione della plastica monouso a beneficio e nel rispetto dell'ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> 70% packaging FSC 83% packaging plastica riciclata 6,7% dei clienti online da agosto a dicembre 2023 hanno scelto il packaging movopack. Il return rate delle buste è stato pari al 21,5%. 	<ul style="list-style-type: none"> Eliminazione uso di carta vergine non FSC Almeno 50% packaging plastica riciclata 	2025	 
Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico	<ul style="list-style-type: none"> Ridurre gli impatti ambientali e contrastare il cambiamento climatico, attraverso iniziative che favoriscano l'utilizzo di energia rinnovabile, l'efficientamento energetico, la riduzione di emissioni di GHG, la gestione responsabile dei rifiuti, della risorsa idrica, delle risorse (es. Carta, plastica) e mobilità nelle sedi e lungo tutta la filiera, con impatti positivi per l'ambiente e lungo la catena del valore. 	<ul style="list-style-type: none"> energia acquistata in Italia da fonti rinnovabili: 47% Riduzione emissioni totale GHG 17% n. auto full hybrid/ totale auto aziendali 37% 	<ul style="list-style-type: none"> 100% energia acquistata in Italia da fonti rinnovabili Progressiva sostituzione del parco auto aziendale con modelli ad alimentazione a minor impatto Definizione piano spostamenti casa-lavoro 	2025	  
Negozi sostenibili	<ul style="list-style-type: none"> Favorire la creazione di negozi sostenibili attraverso l'adozione di requisiti di sostenibilità e certificazioni ad hoc, l'impiego di fonti rinnovabili per la fornitura energetica, sistemi di illuminazione a LED e condizionamento a basso impatto ambientale, nonché l'utilizzo di materiali ecologici ed ecosostenibili nei negozi a gestione diretta. 	<ul style="list-style-type: none"> Progetto pilota su 3 negozi per il monitoraggio dei consumi e qualità dell'aria Definizione della Politica Ambientale di Yamamay 	<ul style="list-style-type: none"> Definire un piano di monitoraggio dei consumi e qualità dell'aria per tutti i negozi diretti 	2025	  
Protezione del territorio e della biodiversità	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere iniziative di riduzione dell'impatto ambientale, lungo tutta la catena del valore, a favore della tutela dei territori e della biodiversità, con particolare attenzione alla protezione degli oceani. Monitorare attentamente l'approvvigionamento delle materie prime, l'uso di prodotti chimici e ridurre significativamente la plastica favorendo l'uso di quella riciclata con impatti positivi sull'ambiente e la biodiversità. 	<ul style="list-style-type: none"> Progetto M.A.R.E. 2023: <ul style="list-style-type: none"> Migliaia navigate 1.235 13 PCB analizzati 14 elementi in tracce 46 campioni zooplancton raccolti Evento aperto a tutti i dipendenti di sede per la sensibilizzazione sulle specie aliene nel Mar Mediterraneo con la startup BluEat Iniziativa di riforestazione a Nova Milanese in collaborazione con MMN: piantumazione di 250 alberi 	<ul style="list-style-type: none"> Progetto M.A.R.E. 	2024	    

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
ATTENZIONE AL TERRITORIO, DIVERSITÀ E INCLUSIONE					
Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales	<ul style="list-style-type: none"> Ascoltare e soddisfare le esigenze di tutti i clienti offrendo prodotti e servizi che rispondano alle aspettative delle diverse fasce di clientela, favorendo la creazione di una relazione aperta e partecipativa. Garantire il rispetto della privacy e la sicurezza dei dati dei clienti, implementando sistemi adeguati di cybersecurity, che prevengano tentativi illegali di accesso a informazioni sensibili. 	<ul style="list-style-type: none"> n. fidelity card 243.164 n. ticket aperti 41.568 n. ticket risolti 41.356 	<ul style="list-style-type: none"> n. fidelity card 280.000 	2025	
Diversità, pari opportunità e inclusione	<ul style="list-style-type: none"> Implementare programmi e progetti volti ad assicurare le pari opportunità, l'uguaglianza e la non discriminazione in azienda, garantendo la soddisfazione dei dipendenti. Diffondere e creare una cultura inclusiva, che valorizzi qualsiasi forma di diversità, l'ascolto di ognuno e che promuova azioni e comportamenti positivi. Rafforzare l'inclusività dei prodotti, per rispondere alle esigenze di tutti i clienti. 	<ul style="list-style-type: none"> 93% dei dipendenti donna 25% donne in CdA Sensibilizzazione sui Disturbi del Comportamento Alimentare con un incontro aperto a tutti i dipendenti di sede con l'associazione Peso Positivo 58 Visite senologiche svolte tramite LILT e 107 visite alla tiroide svolte tramite ANT per i dipendenti della sede Lancio di Principessa Super Bra – Silver Edition per esigenze post-operatorie Lancio della brand YAMAMAY SPORT n. negozi Yamamay Man 14 	<ul style="list-style-type: none"> Definizione di una politica DE&I e relativo piano Ottenimento certificazione sulla parità di genere 	2025	  
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere la salute e sicurezza, programmi di formazione e prevenzione, anche con riferimento ad eventi pandemici, oltre che di monitoraggio dei tassi di infortunio, con impatti positivi sulla salute psico-fisica dei dipendenti. Garantire un ambiente di lavoro sicuro, anche grazie all'adozione di sistemi di gestione certificati. 	<ul style="list-style-type: none"> n. ore formazione su salute e sicurezza: 659 Riduzione incidenti in itinere: 41% Riduzione infortuni: 50% 7 segnalazioni di near miss 	<ul style="list-style-type: none"> Riduzione infortuni: 30% Migliorare la consapevolezza dei dipendenti per mitigare il rischio di incidenti stradali in itinere Coinvolgimento dei clienti nell'attenzione per la sicurezza Segnalazione di almeno 10 near miss all'anno 	2025	 

TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE DELLA TEMATICA	AZIONI 2023	OBIETTIVI	ANNO	SDGs
Supporto alla comunità locale	<ul style="list-style-type: none"> Supportare le comunità e gli enti locali con iniziative mirate a sostegno dello sviluppo della collettività, anche attraverso elargizioni di denaro, donazioni di prodotti e sostegno organizzativo, volte alla promozione dell'occupazione, sviluppo, educazione e crescita socio-economica locale dei territori. Promuovere un dialogo aperto e partecipativo con le comunità, anche grazie al contributo dei dipendenti. 	<ul style="list-style-type: none"> n. 5 eventi Diana ODV n. 215 ore di volontariato 56k€ fondi raccolti da Diana ODV 	<ul style="list-style-type: none"> Progressivo coinvolgimento degli Stakeholder nell'attività di Diana ODV 	2025	  

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

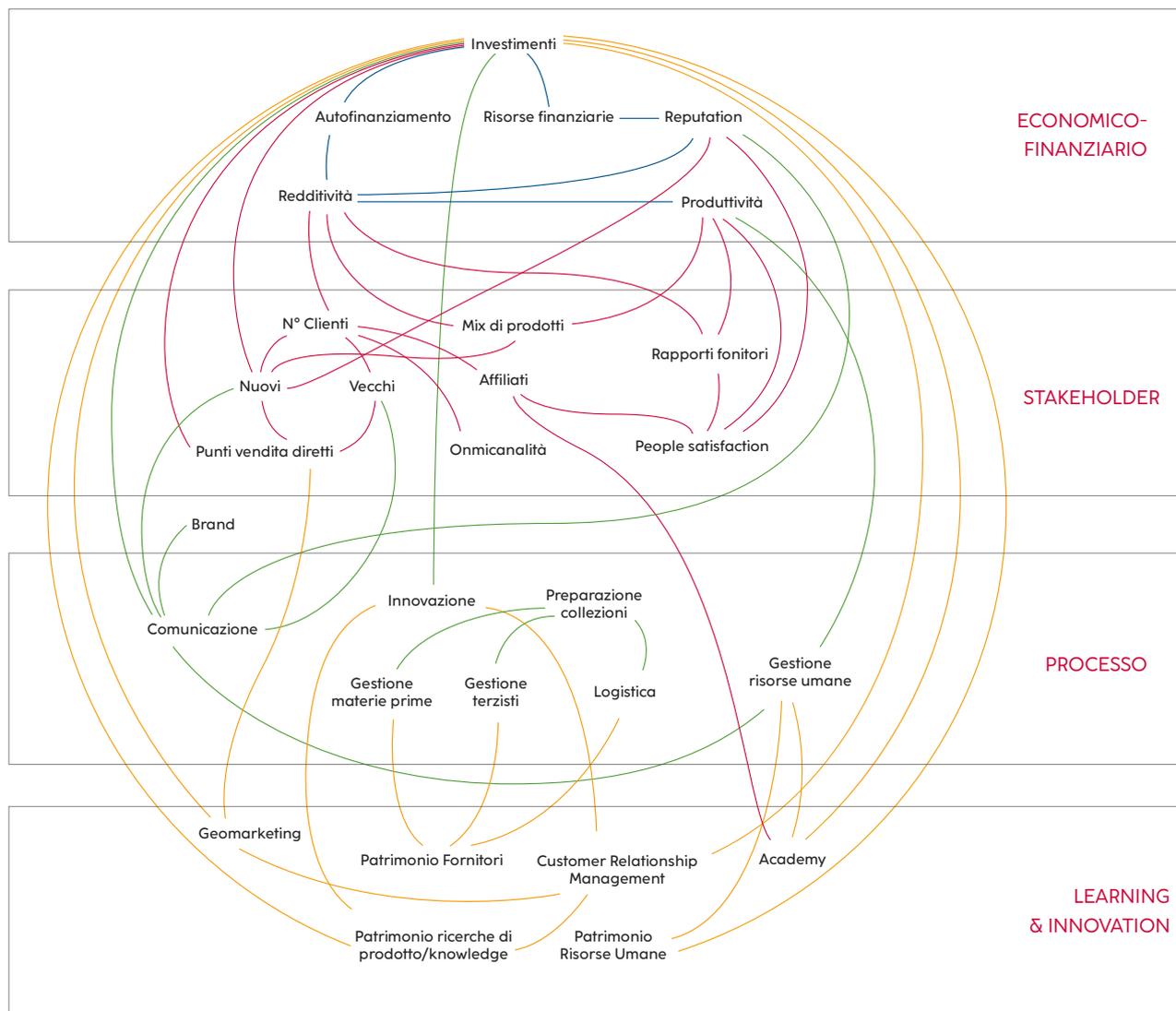
 <p>OBIETTIVO 3 Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.</p>	 <p>OBIETTIVO 12 Garantire modelli sostenibili di produzione e consumo.</p>
 <p>OBIETTIVO 4 Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.</p>	 <p>OBIETTIVO 13 Adottare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

SUSTAINABILITY BALANCED SCORECARD

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

SUSTAINABILITY BALANCED SCORECARD

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



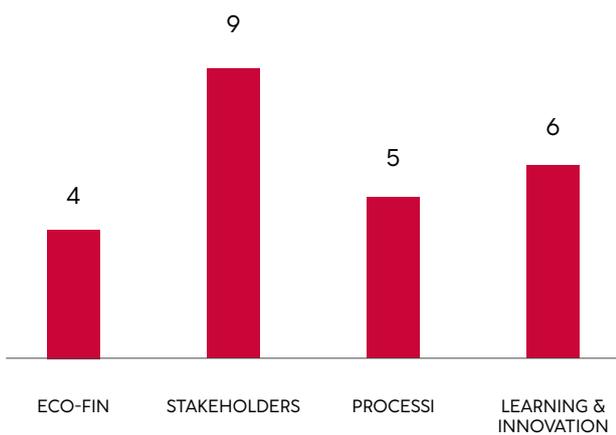
Nel corso degli anni precedenti, l'analisi dell'attività ha condotto all'individuazione di diverse variabili gestionali, le quali sono state categorizzate in quattro macroaree così denominate: economico-finanziario, *Stakeholder*, processo e apprendimento e innovazione.



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

 <p>PROSPETTIVA ECO-FINANZIARIA</p> <ul style="list-style-type: none"> > Reputazione > Produttività > Redditività > Autofinanziamento 	 <p>PROSPETTIVA DEGLI STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> > Numero clienti > Numero nuovi clienti > Soddisfazione clienti > DOS > Mix di vendita > Affiliati > Rapporti con fornitori > Vendor Rating > People satisfaction 	 <p>PROSPETTIVA DEI PROCESSI</p> <ul style="list-style-type: none"> > Comunicazione esterna > Innovazione > Preparazione collezione > Supply chain > Gestione personale 	 <p>PROSPETTIVA DELL'APPRENDIMENTO E INNOVAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> > Geomarketing > Patrimonio Fornitori > Patrimonio Ricerca e Sviluppo > CRM > Academy > Patrimonio risorse umane
---	--	---	--

SUDDIVISIONE DEI KPI PER AREA



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

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

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

<p>35 membri</p>	<p>4 riunioni</p>
<p>del gruppo di lavoro dedicato</p>	<p>nel 2023</p>

ADESIONE AL GLOBAL COMPACT

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

UN GLOBAL COMPACT

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

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

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



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

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

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

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



I DIECI PRINCIPI DELL'UNGC



DIRITTI UMANI

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

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

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



LAVORO

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

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

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

Principio V: l'effettiva eliminazione del lavoro minorile;

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



AMBIENTE

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

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

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

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



LOTTA ALLA CORRUZIONE

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

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

