# 02

## Prodotto


75 2.1 Sviluppo e innovazione

88 2.2 Qualità e sicurezza del prodotto

93 2.3 Trasparenza e tracciabilità della catena di fornitura

109 2.4 Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales

# Highlights 2024

**60%**

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

**38%**

Kg di $CO_2$eq risparmiati nella serie Basic di costumi ESSENTIAL utilizzando il tessuto FishTale

**128**

ID Card di prodotto rilasciate (15 nel 2023)

**86%**

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

**60%**

Di cotone BCI utilizzato (26% nel 2023)

**44%**

Di nylon riciclato utilizzato (27% nel 2023)

# 2.1 SVILUPPO E INNOVAZIONE

## 2012

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

## 2013

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

## 2014

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

## 2020-2023

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

## 2022

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

## 2023

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

## 2024

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

# La strategia tessile di Yamamay

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Monitoraggio Digitale e Ottimizzazione dell'Impatto

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

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

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

## Trasparenza e Conformità Normativa

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

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

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

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

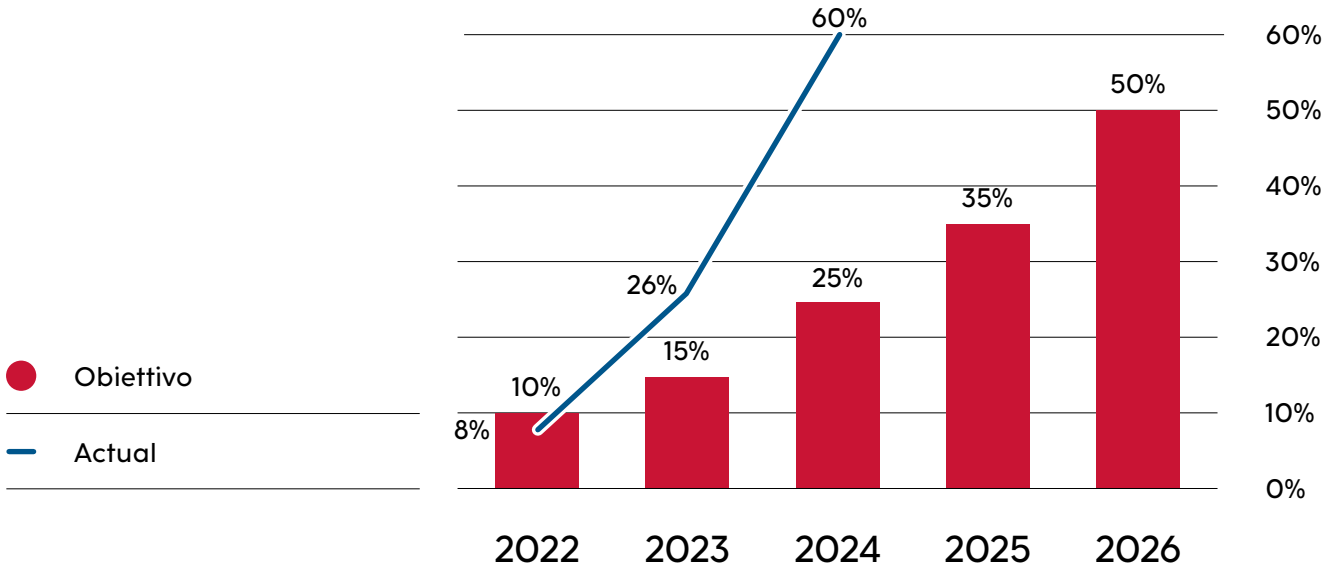
Non vi è dubbio che nello sforzo di declinare la progettazione della moda nel linguaggio della sostenibilità, i materiali tessili - ma anche quelli usati per gli accessori e il packaging - hanno un ruolo fondamentale. La loro storia produttiva, i consumi idrici ed energetici necessari alla loro produzione,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

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

**Aurora Magni**
Presidente Blumine srl, Docente LIUC Università C. Cattaneo

## Lista delle certificazioni di prodotto richieste

## Piano di approvvigionamento di cotone BCI



## Breakdown dei materiali

**638 t** Cotone
di cui
riciclato **1 t**
BCI **386 t**

**490 t** Poliestere
di cui
riciclato **94 t**

**277 t** Poliammide
di cui
riciclato **123 t**

**190 t** Fibre cellulosiche
di cui
Modal **90 t**
Lyocell **5 t**

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

**86 t** Elastane
di cui
riciclato **2 t**

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

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

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

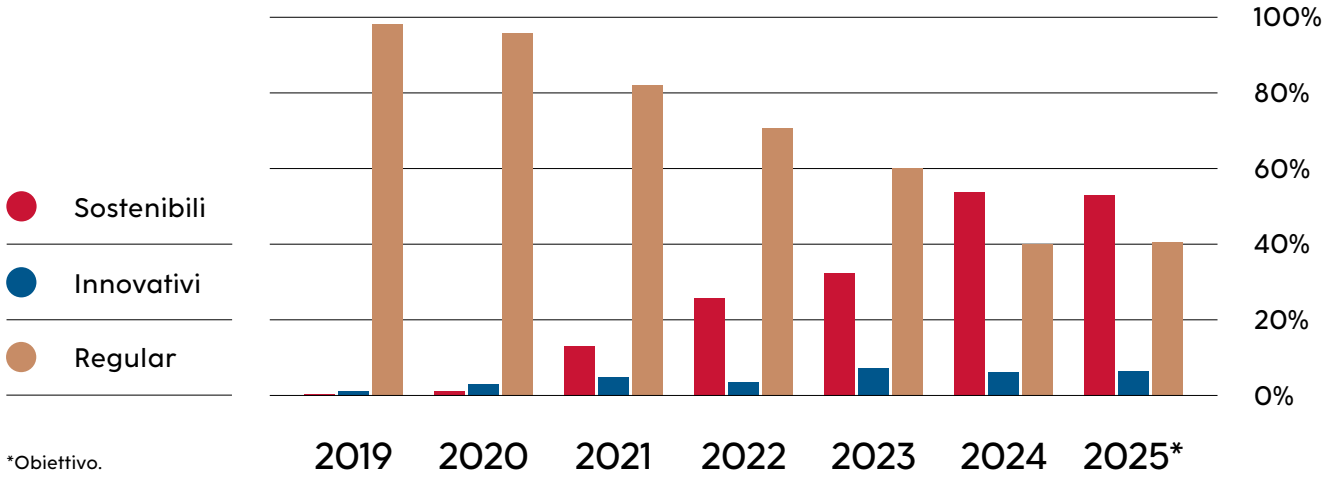
Le fibre cellulosiche di origine artificiale costituiscono circa 190 tonnellate del totale, con una prevalenza del modal, seguito dal lyocell.

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

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

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

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



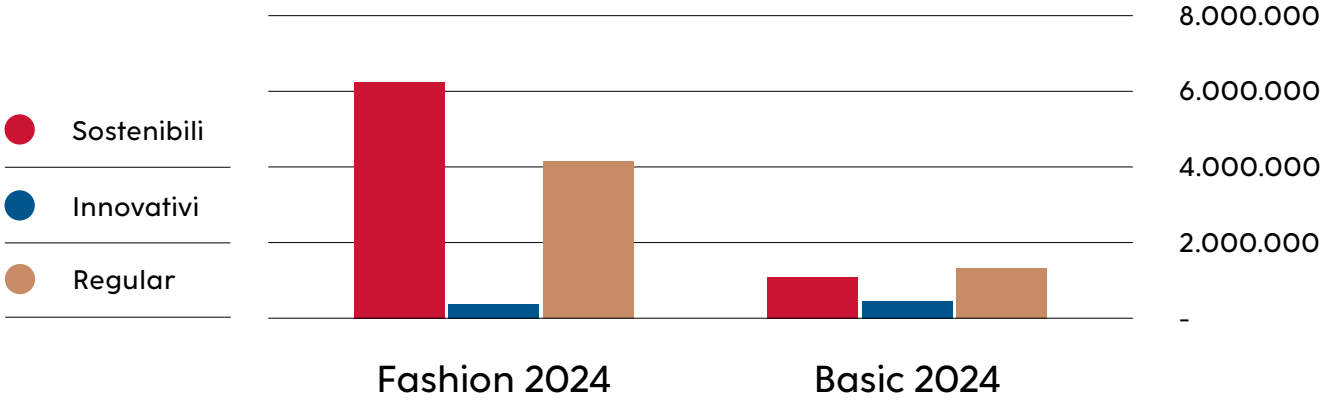

*Obiettivo.

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

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

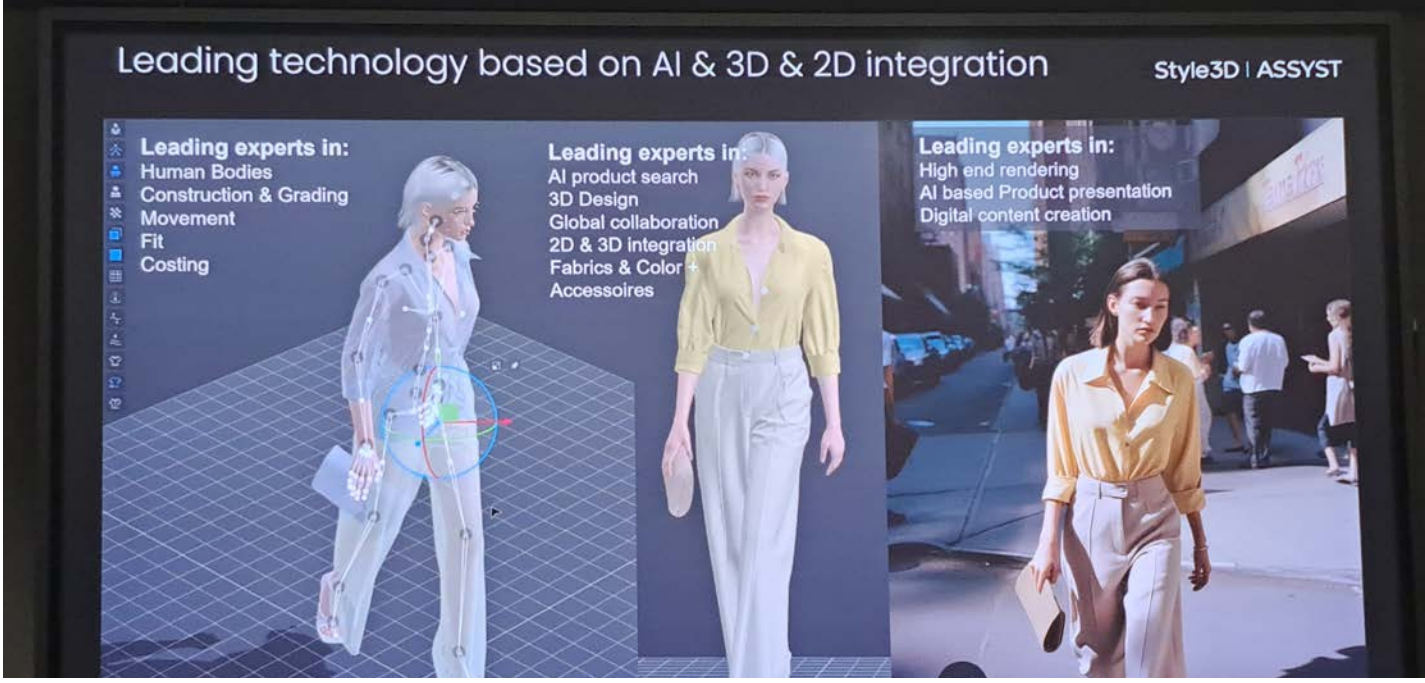
All'interno della collezione Fashion, i prodotti sostenibili costituiscono il 57,9% del volume totale della stagione, seguiti da quelli regular (38,5%) e innovativi (3,7%). Nella collezione Basic 2024, la distribuzione è più bilanciata: il 37,9% è rappresentato da prodotti sostenibili, mentre rispettivamente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

## Numero di pezzi ordinati




# Innovazione di prodotto - Circolarità

Nel 2024, Yamamay ha rafforzato il proprio impegno verso la sostenibilità e l'economia circolare attraverso una serie di iniziative strategiche, con particolare attenzione alla **Responsabilità Estesa del Produttore (EPR)** e alla gestione del fine vita dei prodotti. L'azienda ha aderito al **progetto europeo Circula-TEX**, volto allo sviluppo di un'**etichettatura innovativa e tecnologica** che aiuti i brand nella gestione dell'EPR, migliorando la tracciabilità e ottimizzando i processi di smaltimento e riciclo dei capi. Parallelamente, ha avviato una sperimentazione con **Centrocot** per esplorare nuove possibilità di riciclo, individuando la fattibilità della **trasformazione dei capi a fine vita in pannelli polifunzionali**, una soluzione innovativa per ridurre l'impatto ambientale dei tessuti dismessi. In questo contesto, l'**Ufficio Ricerca e Sviluppo** ha un ruolo centrale nell'accelerare la transizione verso un modello di moda circolare, operando secondo specifiche **linee guida**: selezione di **materiali riciclati e circolari certificati**, sviluppo di **nuovi polimeri e fibre sostenibili** in collaborazione con aziende del settore e ricerca di **accessori compatibili con i tessuti** per facilitare il processo di riciclo e smaltimento. In linea con questa visione, Yamamay ha esteso il proprio impegno anche alla fase post-consumo, sviluppando, con il supporto di enti specializzati, un **progetto di take back per il recupero dei costumi da bagno delle collezioni EDIT ed ESSENTIALS**, analizzando il contesto nazionale della raccolta dei rifiuti tessili, le potenzialità di riciclo di poliestere e nylon e il coinvolgimento degli *stakeholder* del settore. La gestione dell'EPR rimane una sfida complessa, nonostante la normativa vigente (Decreto Legislativo 26 settembre 2020 n.116, recependo la Direttiva 2018/851/UE) e la creazione di consorzi specializzati, come **Retex.Green**, promosso da Sistema Moda Italia. Per affrontare al meglio questa transizione, **Inticom S.p.A. è entrata a far parte di Retex.Green**, un consorzio no-profit che gestirà il **sistema EPR collettivo** per i produttori aderenti, supportando la gestione dei rifiuti post-consumo e favorendo la formazione e la ricerca per lo sviluppo di nuove tecnologie di riciclo. Attualmente, solo l'1% della produzione tessile globale viene riciclata in nuovi materiali, evidenziando la necessità di soluzioni innovative e su larga scala.




# Innovazione di processo

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

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

Il team Ricerca e Sviluppo attraverso strumenti avanzati e personale specializzato assicura uniformità cromatica nella corsetteria. Monitorando le tolleranze dei colori e collaborando con i tecnici di produzione, garantisce coerenza e qualità estetica in ogni fase del processo produttivo.

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

# Collaborazione con enti di ricerca ed Università

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

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

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

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

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

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

**Chulalongkorn University**: "Digital transition in the fashion industry"

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

# 2.2 QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

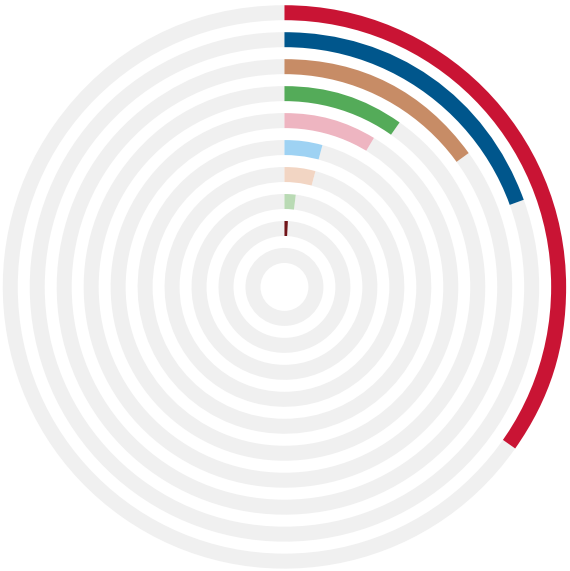
Anche per i test prestazionali, l'incremento dei fail - da 71 a 247 - è correlato a un controllo più esteso per il singolo articolo, come conseguenza dell'applicazione della versione aggiornata del Manufacturing Agreement. Le criticità più frequenti hanno riguardato:

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

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

## Non conformità ai test ecotossicologici

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

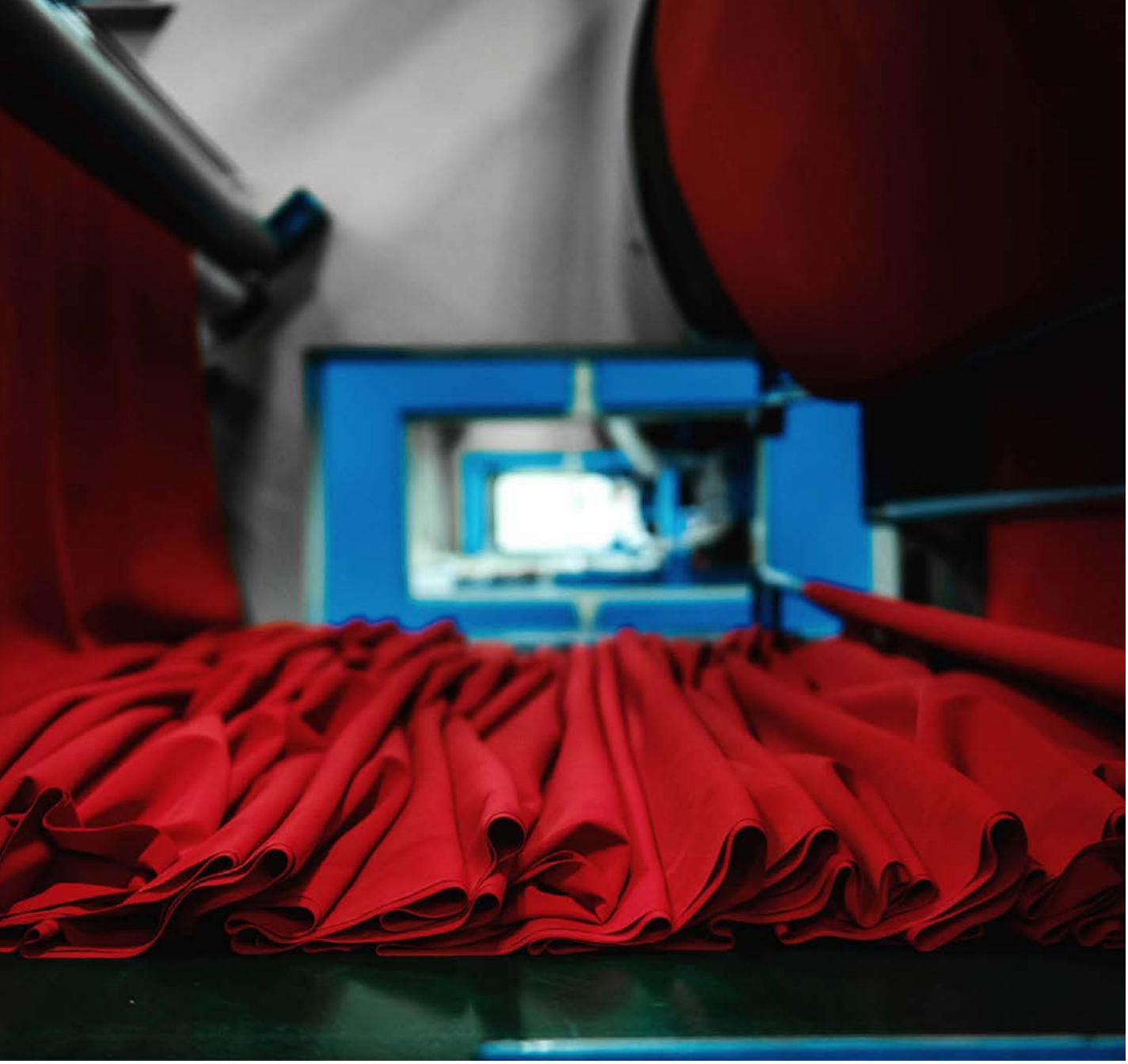


**92**
Non conformità 2024
(**9** nel 2023)

## Non conformità ai test di performance

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

**247**
Non conformità 2024
(**71** nel 2023)



# Etichettatura

Yamamay garantisce un'etichettatura trasparente e conforme alle normative europee (Regolamento UE n. 1007/2011) e internazionali, assicurando che ogni capo fornisca al cliente informazioni essenziali come numero d'ordine, ID fornitore, composizione fibrosa e istruzioni dettagliate per la manutenzione e il lavaggio. Queste indicazioni non solo preservano la qualità e la durabilità dei prodotti, ma riducono anche l'impatto ambientale, promuovendo un uso efficiente di acqua, energia e detergenti. Nel 2023, l'azienda ha aggiornato le istruzioni per incoraggiare lavaggi a 30° o delicati, in particolare per l'intimo e i costumi, riducendo così le emissioni GHG legate alla fase d'uso dei prodotti. Tale impatto sarà visibile nel calcolo delle emissioni a partire dall'esercizio 2028 quando i prodotti sul mercato avranno la care label aggiornata. Le linee guida aziendali sul packaging prevedono l'utilizzo di almeno il 50% di materiale riciclato per la realizzazione di etichette. Questo approccio integrato ha portato a risultati concreti: in linea con l'anno precedente, anche nel 2024 non sono stati registrati casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti.

# Product ID Card

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

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

Le Product ID Card rappresentano il primo passo verso una comunicazione trasparente con i clienti, aumentando la loro consapevolezza sull'impatto del prodotto e sui processi di produzione. Dalla fine del 2023 sono state sviluppate 143 ID Card, visualizzabili sul sito e-commerce e sugli hangtag di prodotto.

# 2.3 TRASPARENZA E TRACCIABILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA

## Localizzazione delle fabbriche e gestione della catena di fornitura

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

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

### 1. VISITA DEL BUYER IN FABBRICA

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

### 2. AUDIT APPROFONDITO DA ENTI CERTIFICATORI INDIPENDENTI

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

### 3. STIPULA DEL MANUFACTURING AGREEMENT

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

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

### 4. REGISTRAZIONE SULLA PIATTAFORMA AZIENDALE DI SOSTENIBILITÀ

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

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

## Considerazioni Socio-Economiche

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

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

## Approvvigionamento per Paese

### Totale

| | Totale | Intimo & beachwear | Pigiameria e accessori |
|---|---|---|---|
| **2022** | 100% | 72% | 28% |
| **2023** | 100% | 67% | 33% |
| **2024** | 100% | 57% | 43% |

### Europa e Medio Oriente

| | Totale | Intimo & beachwear | Pigiameria e accessori |
|---|---|---|---|
| **2022** | 11,5% | 4,8% | 6,7% |
| **2023** | 17% | 7% | 10% |
| **2024** | 6,8% | 2% | 4,8% |

### Altri Paesi in Asia

| | Totale | Intimo & beachwear | Pigiameria e accessori |
|---|---|---|---|
| **2022** | 1% | 1% | 0% |
| **2023** | 7,7% | 6,4% | 1,3% |
| **2024** | 13,1% | 11% | 2,1% |

### Cina

| | Totale | Intimo & beachwear | Pigiameria e accessori |
|---|---|---|---|
| **2022** | 47,3% | 34,3% | 13% |
| **2023** | 42,6% | 28,3% | 14,3% |
| **2024** | 36% | 14% | 22% |

### Africa

| | Totale | Intimo & beachwear | Pigiameria e accessori |
|---|---|---|---|
| **2022** | 0% | 0% | 0% |
| **2023** | 0,2% | 0,2% | 0% |
| **2024** | 0% | 0% | 0% |

### India

| | Totale | Intimo & beachwear | Pigiameria e accessori |
|---|---|---|---|
| **2022** | 2,1% | 1,5% | 0,6% |
| **2023** | 3,7% | 1,1% | 2,6% |
| **2024** | 3,1% | 0% | 3,1% |

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

# La sostenibilità nella catena di fornitura

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

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

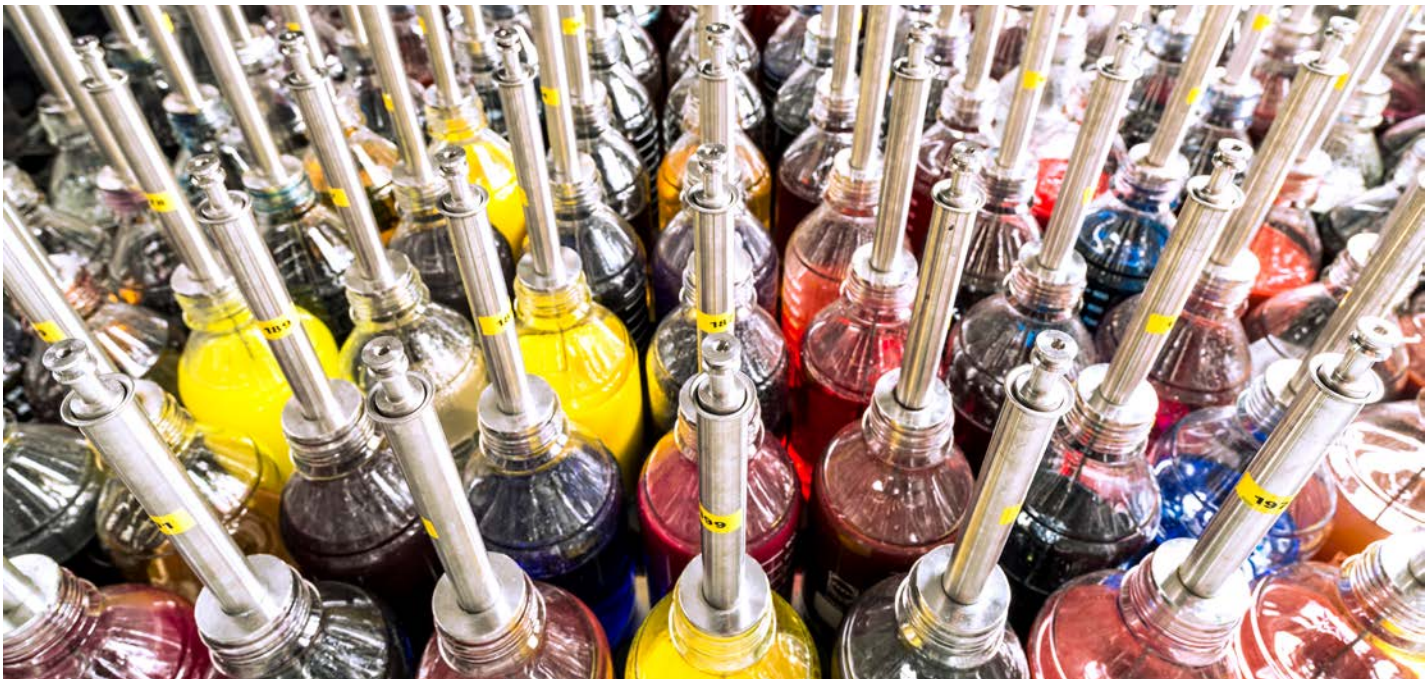
1 **Compilazione del percorso di miglioramento su piattaforma dedicata:** Il percorso è strutturato in coerenza con la *Charter of Values of Sustainability*, che si articola in sei aree di interesse principali, valutando la profondità della catena di fornitura e la presenza di certificazioni di sistema.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

- **TRACE:** Tracciabilità delle produzioni e trasparenza negli approvvigionamenti, con focus sulla gestione dei materiali, dei processi produttivi e dei fornitori della *supply chain*.
- **CHEM:** Riduzione della tossicità nei cicli produttivi, seguendo la metodologia *Zero Discharge of Hazardous Chemicals* (ZDHC), per garantire prodotti e processi più sostenibili.
- **PEOPLE:** Gestione delle risorse umane, sviluppo delle competenze e welfare aziendale.
- **PLANET:** Monitoraggio e riduzione dei consumi energetici, idrici ed emissioni di gas a effetto serra (GHG), con l'obiettivo di migliorare l'impatto ambientale.
- **MATERIALS:** Utilizzo di materiali provenienti da processi a basso impatto ambientale.
- **CYCLE:** Adozione di pratiche di economia circolare, come l'*ecodesign*, il riutilizzo degli scarti di produzione e la gestione degli stock di invenduto.

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

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

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



## I pillars dell'Assessment Fornitori

**MATERIALS**

**conversione** all'uso di materiali a minore impatto per una produzione sostenibile

**CYCLE**

**sviluppo** di pratiche di riuso, riciclo e design sostenibile

**DESIGN**

**eliminazione** delle sostanze chimiche tossiche e nocive dai cicli produttivi

**PEOPLE**

**crescita** del benessere organizzativo

**PLANET**

**uso consapevole** delle risorse per la riduzione dell'impatto ambientale

**TRACE**

**tracciabilità** dei processi **e monitoraggio** della filiera

### DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA E DI FATTURATO DEI FORNITORI TIER 1

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

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

### DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FORNITORI TIER 2

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

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

### METODOLOGIA DI RACCOLTA DEI DATI

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

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

## Risultati dell'Assessment

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

### S-RATING DEI FORNITORI TIER 1

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

- **30%** dei fornitori ha ottenuto un rating A (alto), dimostrando eccellenza nelle pratiche sostenibili. Questi fornitori si distinguono per la gestione responsabile delle risorse, la tutela dei diritti dei lavoratori e l'adozione di politiche di riduzione delle emissioni.
- **22%** si colloca nella fascia B (medio), con buone performance ma margini di miglioramento, in particolare nella gestione ambientale e nell'adozione di materiali sostenibili.
- **37%** dei fornitori rientra nella fascia C (basso), richiedendo azioni correttive immediate. Le principali criticità riguardano la gestione chimica e il rispetto delle normative EHS.
- **11%** dei fornitori non ha completato l'assessment, evidenziando la necessità di un coinvolgimento più efficace attraverso supporto e formazione.

### S-RATING DEI FORNITORI TIER 2

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

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

## Focus sezione PEOPLE - Diritti dei Lavoratori e Welfare Aziendale

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

### RISULTATI PER I FORNITORI TIER 1

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

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

### RISULTATI PER I FORNITORI TIER 2

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

### ASPETTI CHIAVE DELL'AREA PEOPLE:

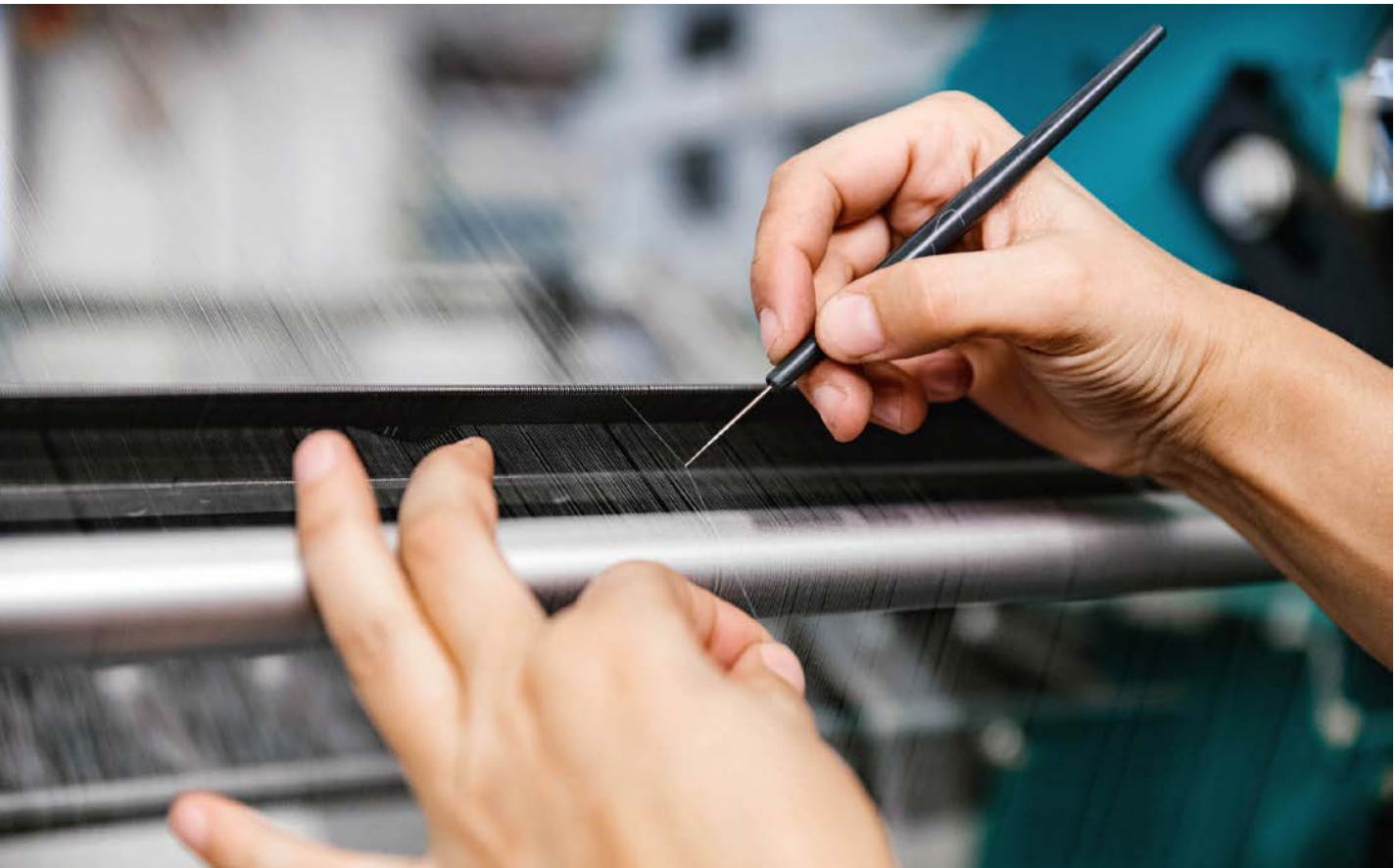
- **Codice Etico:** Oltre l'80% dei fornitori dispone di un Codice Etico interno che regola comportamenti e pratiche aziendali in linea con i valori di Yamamay.
- **Welfare Aziendale:** Il 75% delle aziende ha attivato iniziative di welfare a beneficio dei dipendenti, come assistenza sanitaria, supporto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

## Risultati Quantitativi: Focus su PLANET e CHEM

### PLANET - GESTIONE DELLE RISORSE AMBIENTALI

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

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



### CHEM - GESTIONE SOSTENIBILE DELLE SOSTANZE CHIMICHE

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

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

## Azioni Correttive e Strategie Future

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

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

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

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

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

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

# Marketing responsabile e comunicazione trasparente

## Comunicazione corporate

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

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

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

### LinkedIn
**@Yamamay**

**68**
Post 2024
(**77** nel 2023)

**34.581**
Follower 2024
(**31.107** nel 2023)

**3.474**
Nuovi follower 2024
(**2.926** nel 2023)

**33.135**
Visite alla pagina 2024
(**30.443** nel 2023)

### Sito corporate
**corporate.yamamay.com**

**61.591**
Utenti raggiunti 2024
(**51.882** nel 2023)

**Carriere**
Sezione maggiormente raggiunta nel 2023-24

**73 Paesi**
Visite 2024
(**126** nel 2023)

## Campagne di comunicazione

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

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

L'obiettivo è duplice:

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

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

## LARA COLTURI SCENDE IN PISTA CON YAMAMAY E CARPISA

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

## READY TO FLY WITH YAMAMAY

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

## COLLEZIONE AUTUNNO CON CLARA SOCCINI

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

## YOUR BEST FRIEND

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

## YAMAMAY SEMPRE PIÙ VICINA AL MONDO DELLO SPORT

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

## NATALE 2024

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

## YAMAMAY E CARPISA PER IL TENNIS

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

## YAMAMAY MY LIFE PARTNER

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

## YAMAMAY E CARPISA CELEBRANO L'ESTATE A CAPRI

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

## YAMAMAY COLLEZIONE SUMMER 2024

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

## Dati canali di comunicazione di prodotto

### Instagram

**@Yamamayofficial**

**420**
Post 2024
(**6.033** in totale)

**1.196.996**
Follower 2024
(**1.009.218** nel 2023)

**2.100**
Storie 2024
(**10.500** in totale)

**187.778**
Nuovi follower
(**+19%** rispetto al 2023)

**@Yamamaymanofficial**

**360**
Post 2024
(**546** in totale)

**225.041**
Follower 2024
(**140.024** nel 2023)

**1.440**
Storie 2024
(**2.880** in totale)

**85.017**
Nuovi follower
(**+61%** rispetto al 2023)

### Facebook

**@Yamamay**

**420**
Post 2024
(**2.100** in totale)

**342.969**
Follower 2024
(**336.447** nel 2023)

**2.100**
Storie 2024
(**10.500** in totale)

**6.522**
Nuovi follower
(**+2%** rispetto al 2023)

**@YamamayMan**

**360**
Post 2024
(**546** in totale)

**252**
Follower 2024
(**192** nel 2023)

**1.440**
Storie 2024
(**2.880** in totale)

**60**
Nuovi follower
(**+31%** rispetto al 2023)

### Tik Tok

**@Yamamayofficial**

**434**
Post 2024
(**763** in totale)

**46.000**
Follower 2024
(**15.000** nel 2023)

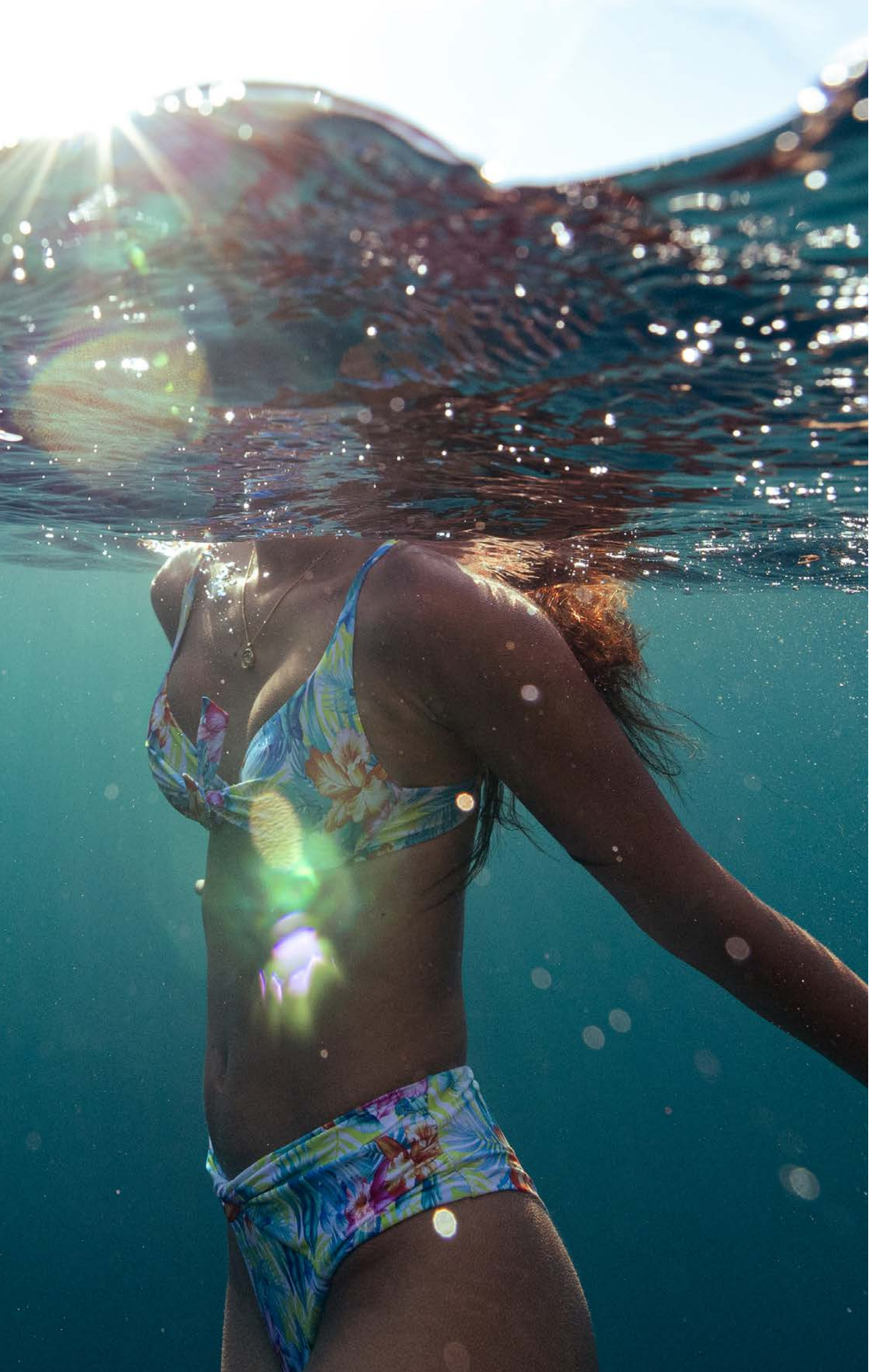
**31.000**
Nuovi follower
(**+207%** rispetto al 2023)

### Campagne pubblicitarie

**90**
Pagine pubblicitarie realizzate

**1.138**
Editoriali (stampa e web)

**10**
Campagne televisive
In onda su: LA7, Sky, Discovery Warner Bros, Real Time, Canale 9, Canale 8, Cielo, Skytg24, Sky uno, Sky sport



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

## Progetto M.A.R.E.

**95.067**
Account raggiunti

**604**
Storie

**113**
Post nel feed

**6.755**
Interazioni
Di cui:
**5.812** Like
**135** Commenti
**272** Condivisioni

**536**
Nuovi follower

## RS21 - 2024

**135**
Instagram Feed

**42** / tappa
Instagram Story

**120**
Facebook Feed

**42** / tappa
Facebook Story

**1**
YouTube

# 2.4 ASCOLTO DEI CLIENTI E GESTIONE DEI SERVIZI AFTER SALES

## CRM e fidelizzazione

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

L'analisi del numero di clienti attivi nel 2024 evidenzia una contrazione significativa, con un totale di 342.113 clienti registrati al 31 dicembre, pari a una riduzione del 19% rispetto ai 421.513 dell'anno precedente. Questa flessione è riconducibile a una serie di cambiamenti strategici adottati nel corso dell'anno. La sospensione dell'erogazione delle carte fisiche CYAOCARD e la successiva transizione a un sistema di iscrizione esclusivamente digitale da luglio 2024 hanno probabilmente limitato l'accessibilità al programma, incidendo sul ritmo delle nuove adesioni. A questo si aggiunge la conclusione del programma CYAO il 31 ottobre e l'introduzione graduale del nuovo programma fedeltà Yamamay Club, operativo dal 25 novembre, che ha generato una temporanea discontinuità nella fidelizzazione della clientela.

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

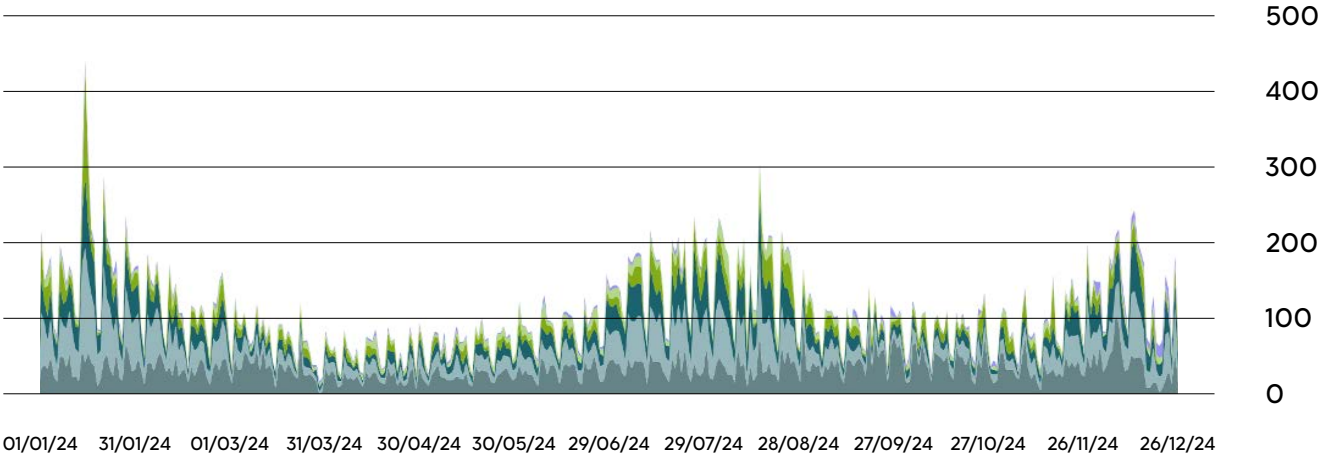
L'analisi del tasso di fidelizzazione nel periodo 2021-2024 evidenzia un andamento altalenante, con un calo significativo registrato nella seconda metà del 2024. Il tasso di fidelizzazione, calcolato come rapporto tra il numero di scontrini emessi con carta loyalty e il totale degli scontrini, si attesta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

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

# Evoluzione del customer care

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

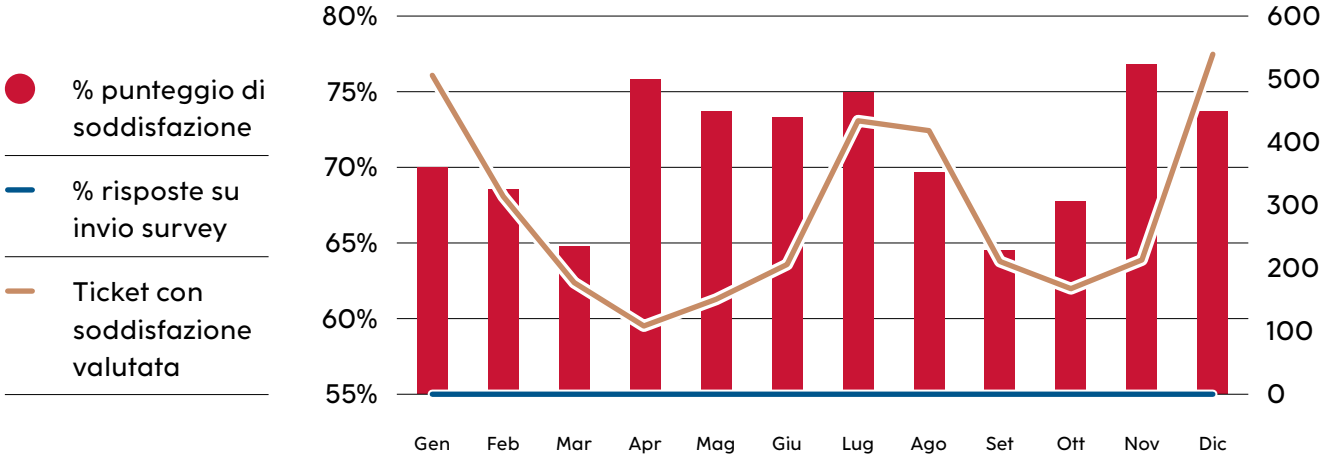
## Volume ticket di ingresso




- Email
- Messaging
- API
- Web
- Instagram Direct
- Facebook Messenger
- SMS
- Voice

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

## Customer Satisfaction 2024




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

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

### Gestione dei ticket

**49,3 ore**
Tempo medio di gestione
(**83,7 ore** nel 2023)

**22,5 ore**
Tempo medio di prima risposta
(**41,0 ore** nel 2023)

# Gestione dei resi

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

Tra gli obiettivi chiave per il 2025 vi sono:

- La riduzione dei resi non etici, grazie a una più precisa classificazione dei prodotti difettosi. Questo permetterà di distinguere con maggiore chiarezza i capi effettivamente non idonei da quelli recuperabili, ottimizzando i processi di gestione del reso.
- Implementazione del downcycling attraverso il sorting dei resi, offrendo una seconda vita ai capi non conformi ma ancora utilizzabili, in linea con i principi dell'economia circolare.

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

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

# E-commerce

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

Nel corso del 2025 l'Azienda:

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

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

## Presenza digitale

**13.237.388**
Sessioni sito e-commerce

**11**
Paesi serviti da sito e-commerce
(Italia, Germania, Francia, Spagna, Austria, Grecia, Croazia, Paesi Bassi, Belgio, Romania, Cechia)

**15**
Paesi serviti con Zalando
(Italia, Germania, Svizzera, Francia, Paesi Bassi, Belgio, Austria, Spagna, Danimarca, Svezia, Finlandia, Polonia, Romania, Cechia, Irlanda)

**3**
Paesi serviti con Amazon
(Germania, Francia, Spagna)