1.3 LA SOSTENIBILITÀ PER YAMAMAY

La sostenibilità è parte integrante del modello di business di Yamamay, che nel 2025 celebra il settimo anno di rendicontazione volontaria. Yamamay è impegnata nella promozione della cultura della sostenibilità, attraverso ricerca, advocacy e monitoraggio, contribuendo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite (si veda matrice di materialità a pagina 53).

Le linee di azione ESG che Yamamay ha definito dal 2021 e previste nel precedente piano industriale (2021-2025) sono articolate su sei pilastri fondamentali, che guidano l'Azienda nell'adozione di pratiche sostenibili a livello ambientale, sociale ed economico. Ogni pilastro è progettato per affrontare le sfide globali della sostenibilità, promuovendo l'innovazione, la trasparenza e il coinvolgimento degli stakeholder, con l'obiettivo di creare un modello di business resiliente, capace di generare valore condiviso e di adattarsi alle trasformazioni del contesto globale.

Linee d'azione ESG previste nel piano:

- **Riduzione delle emissioni di carbonio**: adozione di soluzioni innovative per limitare l'impatto ambientale e favorire una transizione verso un futuro a basse emissioni.
- **Scelta di materiali sostenibili**: riduzione dell'uso di risorse naturali, promuovendo materiali durevoli, sostenibili[2] e certificati, con un impatto ambientale ridotto.
- **Economia circolare**: implementazione di un modello economico che riduce sprechi e rifiuti, ottimizzando il riutilizzo e il riciclo di risorse e prodotti, in attesa che l'azienda approvi il piano pilota sul Take-back.
- **Trasparenza della catena di approvvigionamento**: garanzia di processi produttivi conformi al Manufacturing Agreement che incorpora il codice di condotta e gli elementi di sostenibilità (si veda i paragrafi 2.3 e 2.4 del presente documento per maggiori dettagli).
- **Attenzione alla comunità ed al territorio, diversità e inclusione**: promozione di una cultura inclusiva e sostenibile, attraverso iniziative sociali e il supporto alle comunità locali, valorizzando la diversità in azienda e nel territorio (si veda il paragrafo 3.5 del presente documento per maggiori dettagli).
- **Formazione e sviluppo del capitale umano**: investimento nella crescita professionale e personale delle persone, per valorizzare i talenti e contribuire al successo aziendale.

Sebbene siano state definite le linee d'azione ESG, il piano strategico 2025-2028 non prevede al momento obbiettivi specifici di sostenibilità e non incorpora il piano di sostenibilità aggiornato, fatta eccezione per le attività previste per le certificazioni ISO 450001 e Certificazione per la Parità di Genere Uni PdR 125:2022.

2 In attesa dell'entrata in vigore del Regolamento di EcoDesign, Inticom S.p.A. ha ritenuto opportuno, per sostenere con robustezza i suoi green claim, adottare una regola interna a partire dal 2019: "Per prodotto sostenibile si intende un prodotto realizzato interamente o in parte con materiali e/o processi sostenibili e certificati riconosciuti dall'Unione Europea, ovvero più del 50% del suo peso (escluse coppe, imbottiture e ferretti) è costituito da materiale certificato. Una componente si definisce sostenibile quando contiene almeno il 55% di materiale certificato". Per le certificazioni si faccia riferimento al paragrafo "Materiali e innovazione: una transizione progressiva".

Iniziative di sostenibilità del 2025

Gennaio

- Yamamay viene confermata per il quarto anno consecutivo partner di RS21, classe di vela sostenibile.

Febbraio

- Yamamay ottiene la certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere.
- Grazie al sostegno di Diana ODV e in collaborazione con LILT, le collaboratrici di Yamamay hanno avuto la possibilità di sottoporsi a una visita senologica gratuita, organizzata direttamente presso la sede aziendale.

Marzo

- Yamamay tiene una lezione universitaria presso LIUC su “Sostenibilità e ottimizzazione delle taglie”.
- Per la collezione Primavera 2025, Yamamay presenta la nuova edizione di Space Rubber.
- Yamamay partecipa alla 4ª edizione dell’evento Retail & Sostenibilità, organizzato da Confimprese.

Aprile

- Yamamay partecipa all’evento di presentazione del volume “La Transizione delle imprese verso l’economia circolare – Buone pratiche e fattori abilitanti”, realizzato nell’ambito di un progetto di ricerca sviluppato dalla LIUC – Università Cattaneo con il supporto di EY.
- Yamamay partecipa a LIUC Run 2025.
- Con l’Act 1 a Sferracavallo, inizia ufficialmente il campionato italiano di RS21, il quale vedrà il susseguirsi di 5 tappe tra aprile e ottobre.
- Yamamay è nel ranking delle aziende “Leader della Sostenibilità 2025” de il Sole 24 Ore e Statista.
- Yamamay è confermata come Health Friendly Company anche per il biennio 2025-2026.
- Con la conferenza stampa inaugurale tenutasi a Milano, parte ufficialmente la quarta edizione di progetto M.A.R.E
- Yamamay viene inserita all’interno del nuovo volume del progetto MadeInItaly: “Storie di Successo – L’Italia dell’Ingegno e dell’Eccellenza nel Mondo”.

Maggio

Il catamarano One salpa da Taranto per dare avvio alla quarta edizione di progetto M.A.R.E.

Nell'ambito della misurazione delle performance energetiche, Yamamay ha partecipato alla conferenza "Strategie Sostenibili Ambientali 2025", organizzata da World Class Business Leaders a Milano, portando il proprio contributo sul tema dell'efficienza energetica nel retail. Durante l'evento è stato presentato il progetto realizzato in collaborazione con ENTO e Sintropy.ai, basato su tecnologie di monitoraggio, automazione e gestione da remoto, con l'obiettivo di ottimizzare i consumi energetici nei punti vendita.

Giugno

Yamamay premia i migliori progetti degli studenti dell'Università Vanvitelli nell'ambito di "Yamamay Reloaded", iniziativa di fashion eco design dedicata al recupero creativo di capi invenduti secondo i principi dell'economia circolare.

Yamamay ottiene il riconoscimento "Luoghi di lavoro che Promuovono la Salute – Rete WHP Lombardia" relativo alle attività svolte nel 2024.

Luglio

Barbara Cimmino, Head of Corporate Social Responsibility & Innovation, riceve il riconoscimento del Premio Nazionale Donna 2025 per il suo impegno nella promozione della sostenibilità, dell'innovazione e della valorizzazione del talento femminile nel settore moda.

Yamamay pubblica il Bilancio di Sostenibilità 2024.

Con la tappa finale a Sferracavallo si conclude la Missione M.A.R.E 2025.

Yamamay rientra tra le imprese premiate all'EY Private Roadshow per il contributo allo sviluppo, alla competitività e alla valorizzazione delle persone.

Settembre

Yamamay premia la tesi di laurea "Yamamay ESG Report: Protezione degli ambienti marini in collaborazione con One Ocean Foundation" della studentessa India Milani, in collaborazione con Università Insubria e One Ocean Foundation.

Yamamay ha partecipato all'inaugurazione dell'Italian Repairing and Upcycling Centre, promosso da PRISM SRL presso le storiche Fonderie Napoleoniche Eugenia di Milano, durante il quale Yamamay ha contribuito al confronto condividendo l'esperienza di Yamamay Reloaded.

Grazie al contributo di Diana ODV e in collaborazione con ANT, i dipendenti di sede Yamamay hanno potuto accedere gratuitamente a uno screening ecografico della tiroide, svoltosi presso la sede di Gallarate.

Ottobre

- Yamamay aderisce al “Patto per le Arti”, iniziativa che promuove la collaborazione tra imprese e istituzioni culturali per valorizzare il patrimonio artistico del territorio.
- Yamamay lancia la “Yamamay Club bag” una nuova iniziativa di packaging riutilizzabile in collaborazione con Movopack.
- Yamamay partecipa alla decima edizione dell’Italian Business & SDGs Annual Forum organizzato da UN Global Compact Network Italia in occasione del 25° anniversario di United Nations Global Compact, uno dei principali movimenti di confronto sul ruolo delle imprese nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.
- Yamamay rinnova per il dodicesimo anno consecutivo il proprio impegno con LILT, Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori. Per il sesto anno consecutivo, per tutto il mese di ottobre (mese rosa), Yamamay e LILT hanno lavorato per sensibilizzare le donne sull’importanza della prevenzione e della diagnosi precoce dei tumori della mammella.

Novembre

- Barbara Cimmino riceve a Londra il riconoscimento “Sustainability Leader of the Year Award” da parte di UCL School of Management - Centre for Sustainable Business della University College of London.
- Per il secondo anno consecutivo, Yamamay porta la propria esperienza aziendale al corso MBA LUISS–Imperial attraverso una testimonianza dedicata a sostenibilità e innovazione.
- Con il Welcome Ambassador Day, Yamamay inaugura il percorso di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità 2025.

Dicembre

- Yamamay lancia il nuovo sito corporate, pensato per raccontare in modo più accessibile e trasparente l’identità dell’azienda, i suoi valori e il percorso che sta costruendo.

Gli Stakeholder di Yamamay

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

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

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

Materialità di impatto

Ai fini della redazione del Bilancio di Sostenibilità 2025, Yamamay ha fatto riferimento ai risultati dell'analisi di materialità aggiornata a marzo 2023. Le priorità organizzative del Gruppo hanno limitato le risorse disponibili da dedicare nel corso dell'esercizio ad un aggiornamento completo dell'analisi di materialità, tuttavia tenuto conto della sostanziale continuità del contesto operativo, del modello di business e delle principali tematiche di sostenibilità rilevanti per la Società e i suoi stakeholder, i temi materiali precedentemente individuati sono stati confermati anche per l'esercizio 2025.

L'analisi è stata condotta in conformità al GRI 3 Material Topic (GRI Standard 2021) che richiede di individuare e rendicontare le tematiche rappresentative degli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali, più significativi generati dall'Organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui diritti umani. L'approccio metodologico dei GRI Standard si fonda sulla prospettiva inside-out, orientata a rilevare gli impatti verso l'esterno derivanti dalle attività dell'organizzazione, dal contesto in cui essa opera e dalle aspettative delle principali categorie di stakeholder con cui l'azienda si confronta.

Il processo di analisi di materialità ha coinvolto la Direzione aziendale, il Management e una rappresentanza di fornitori locali, articolandosi nelle seguenti quattro fasi:

1. ANALISI DI CONTESTO
Nella fase iniziale è stato condotto un esame del contesto esterno in cui opera Yamamay, finalizzato a individuare gli aspetti di maggiore rilevanza per l'attività aziendale. La valutazione ha considerato le attività svolte, il mercato di riferimento, la maturità del settore rispetto alle tematiche di sostenibilità e le aspettative degli stakeholder. L'analisi si è fondata sulla revisione della documentazione interna, su un confronto con i principali concorrenti e sulle best practice di settore, con l'obiettivo di definire il posizionamento competitivo di Yamamay e i trend emergenti in ambito ESG.

2. IDENTIFICAZIONE DEGLI IMPATTI
In questa fase sono stati individuati gli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali, che l'azienda genera sull'economia, sull'ambiente e sulle persone (*prospettiva inside-out*).

Parallelamente, sono stati analizzati i rischi e le opportunità di sostenibilità suscettibili di influenzare le performance economico-finanziarie dell'azienda e il suo posizionamento di mercato (*prospettiva outside-in*). Le fonti utilizzate comprendono documenti pubblici, l'analisi delle attività aziendali, i rischi e le opportunità sostenibili correlati al settore di operazione e i trend di mercato.

3. VALUTAZIONE DELLA SIGNIFICATIVITÀ DEGLI IMPATTI
Gli impatti identificati nella fase precedente sono stati sottoposti a valutazione da parte della Direzione e del Management nel corso di un workshop tenutosi sul Lago di Como, con la partecipazione di oltre 30 referenti in rappresentanza delle principali funzioni aziendali coinvolte nel processo di rendicontazione. I partecipanti hanno espresso una valutazione su una scala da 1 a 4 della significatività degli impatti generati dall'azienda verso l'esterno (*impact materiality*).

4. PRIORITIZZAZIONE E DEFINIZIONE DEI TEMI MATERIALI
Gli esiti della votazione condotta durante il workshop hanno permesso di delineare le priorità strategiche dell'azienda, portando all'identificazione di 14 temi materiali, elencati di seguito in ordine di rilevanza.

I risultati della materialità di impatto

Temi materiali	Impatto	Azioni	Politiche/ Presidi	Monitoraggio	SDGs
Gestione, sviluppo e benessere delle persone	Contributo alla formazione, sviluppo e accrescimento del benessere delle risorse (Positivo/ Attuale)	◊ 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. ◊ 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.	◊ Codice etico ◊ Politica di Diversità, Equità, Inclusione e Parità di Genere. ◊ Regolamenti, linee guida e procedure aziendali a supporto della funzione HR. ◊ Uni/Pdr 125/2023.	p. 93	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Qualità e sicurezza del prodotto	Danni alla salute /sicurezza del consumatore dovuti a bassi standard qualitativi (Negativo/ potenziale)	◊ 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.	◊ Manufacturing Agreement per i fornitori inclusive dell'allegato "Quality standards and requirements manual".	p. 73	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 3 SALUTE E BENESSERE
Trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura	Violazione di standard minimi legati alle performance ambientali e sociali, inclusa la violazione dei diritti umani (Negativo/ potenziale)	◊ Promuovere pratiche di approvvigionamento responsabili, selezione e monitoraggio dei fornitori incoraggiandoli a monitorare le proprie performance ambientali e sociali, con impatti positivi sulla catena di fornitura e sull'ambiente. Promuovere il rispetto dei diritti umani e delle pratiche di lavoro e la lotta alla corruzione. Garantire la tracciabilità e la trasparenza della catena di fornitura attraverso il controllo costante della stessa, la definizione di prerequisiti e criteri di sostenibilità, attività di screening e di verifica, mappatura e monitoraggio dei fornitori.	◊ Manufacturing Agreement per i fornitori (per maggiori informazioni sul Manufacturing Agreement e i suoi allegati si rimanda a pagina 78 del medesimo documento).	p. 77	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI 12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Temi materiali	Impatto	Azioni	Politiche/ Presidi	Monitoraggio	SDGs
Innovazione dei materiali	Impatto positivo legato alla ricerca e sviluppo al fine di sviluppare e integrare soluzioni di ecodesign e utilizzare materiali innovativi e sostenibili. (Positivo/attuale)	◊ 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.	◊ Linee guida serie innovative e sostenibili. Linee guida serie innovative e sostenibili e altre procedure interne a supporto.	p. 61	
Digitalizzazione	Impatto positivo sull'efficienza operativa, la tracciabilità, l'esperienza del cliente riducendo sprechi e impatti ambientali. (Positivo/attuale)	◊ Favorire la digitalizzazione tramite l'applicazione di nuove tecnologie (es. AI, data analytics, omnicanalità, PLM) per rispondere adeguatamente alle esigenze del mercato con impatti positivi per l'azienda e la sua competitività.	◊ Progetto PLM ◊ Progetto ORS ◊ Progetto Shopify	p. 61	
Comunicazione trasparente e marketing responsabile	Comunicazione trasparente e responsabile delle informazioni con impatti positivi su clienti e maggiore fidelizzazione (Positivo/attuale)	◊ 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.	◊ Linee guida serie innovative e sostenibili e altre procedure interne. ◊ Per le care label, Yamamay applica quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1007/2011, al fine di garantire informazioni trasparenti e conformi ai requisiti normativi per il consumatore. ◊ Circolare interna relativa al Green Claim.	p. 83	

Temi materiali	Impatto	Azioni	Politiche/ Presidi	Monitoraggio	SDGs
Circolarità e design sostenibile	Promozione dell'innovazione in tema di economia circolare (Positivo/ potenziale) Danni ambientali dovuti a uno scorretto smaltimento dei prodotti a fine vita (Negativo o/ attuale))	◊ 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.	◊ In attesa di approvazione progetto pilota Take-Back.		12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Packaging	Impiego di materie prime vergini o difficilmente riciclabili per il packaging con conseguenti impatti ambientali negativi (Negativo/ potenziale)	◊ 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.	◊ "Packaging Guidelines", linee guida richieste per il packaging dei prodotti.	p. 123	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO
Ascolto dei clienti e gestione dei servizi after sales	Creazione di una relazione aperta e partecipativa con i clienti, in grado di garantire un servizio post-vendita di qualità, privacy e sicurezza dei dati, con impatti positivi sulla loro soddisfazione e sicurezza (Positivo/attuale)	◊ 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.	◊ Customer care ◊ Nomina DPO	p. 88	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA

Temi materiali	Impatto	Azioni	Politiche/ Presidi	Monitoraggio	SDGs
Diversità, pari opportunità e inclusione	Diffusione di una cultura inclusiva e implementazione di programmi che assicurino pari opportunità, uguaglianza e non discriminazione, a beneficio di tutte le persone che entrano in contatto con l'azienda (Positivo/Attuale	◊ 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.	◊ Politica di diversità, equità inclusione e parità di genere.		
Gestione responsabile delle risorse e contrasto al cambiamento climatico	Generazione di emissioni di GHG derivanti dalle proprie attività e dalla catena del valore ed elevato spreco di risorse e impiego di materiali difficilmente riciclabili con impatti negativi sull'ambiente (Negativo/Attuale	◊ 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.	◊ Piano di sostenibilità 2021-2025	p. 123	
Negozi sostenibili (efficientamento dei negozi)	Creazione di negozi sostenibili dotati di energia rinnovabile, luci a LED, sistemi di condizionamento a ridotto impatto ambientale e certificazioni ad hoc con impatti positivi sull'ambiente (Positivo/ Potenziale)	◊ Favorire l'efficientamento energetico dei negozi attraverso l'impiego di fonti rinnovabili per la fornitura energetica, sistemi di illuminazione a LED e condizionamento a basso impatto ambientale, nei negozi a gestione diretta.	◊ Piano di monitoraggio dei consumi e qualità dell'aria per tutti i negozi diretti, interrotto a fine 2025.	p. 123	
Salute e sicurezza	Rafforzamento della consapevolezza in materia di salute e sicurezza, anche grazie a programmi di formazione e prevenzione e a sistemi di gestione certificati, oltre i requisiti normativi. (Positivo/attuale)	◊ 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.	◊ Politica Salute e Sicurezza ◊ Sistema di gestione ISO 45001	p. 116	

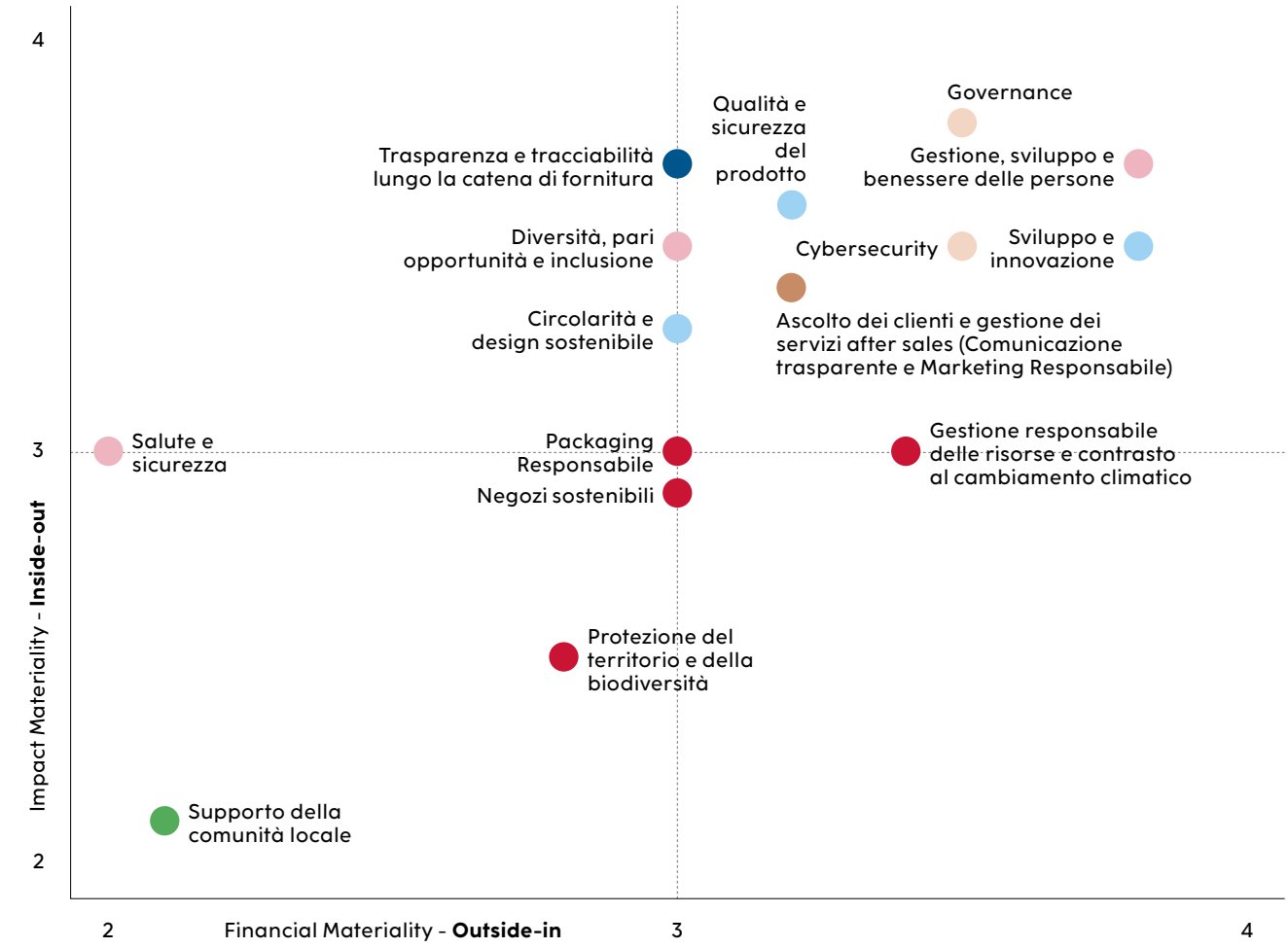
Temi materiali	Impatto	Azioni	Politiche/ Presidi	Monitoraggio	SDGs
Protezione del territorio e della biodiversità	Supporto di iniziative volte alla riduzione degli impatti ambientali e alla protezione della biodiversità attraverso partnership (Positivo/attuale)	◊ Promuovere iniziative di riduzione dell'impatto 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.	◊ Piano di sostenibilità 2021-2025 ◊ Supporto iniziativa Progetto M.A.R.E. ◊ Packaging guidelines contenute nel Manufacturing Agreement ◊ Linee guida serie innovative e sostenibili ◊ Linee guida interne relative all'eco-design	p. 138	
Supporto alla comunità locale	Supporto e sviluppo delle comunità locali attraverso collaborazioni e partnership (Positivo/Attuale)	◊ 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.	◊ Associazione DIANA ODV con statuto e governance dedicata	p. 119	

Doppia materialità e quadro normativo

In linea con il concetto di doppia materialità introdotto dalla Direttiva Europea CSRD, Yamamay ha integrato nell'analisi anche la prospettiva outside-in, che considera gli effetti provenienti dal contesto esterno in grado di influenzare i risultati e le performance dell'organizzazione, ossia dei rischi e delle opportunità derivanti dal contesto esterno (financial materiality). Tale prospettiva, rispetto a quanto è emerso nel 2023, è stata modificata nel 2025 alla luce dell'aggiornamento degli scenari di rischio del Gruppo Yamamay.

Tuttavia, alla luce delle modifiche normative introdotte dal cosiddetto Pacchetto Omnibus I, che nel corso del 2025 ha ridefinito l'ambito di applicazione della Corporate Sustainability Reporting Directive, Yamamay, non rientrando nell'obbligo di rendicontazione previsto dalla Direttiva, ha scelto di non aggiornare il processo di identificazione dei temi materiali secondo il criterio della doppia materialità. Nel 2026 sarà definito il percorso più idoneo per l'aggiornamento dell'analisi di materialità, in coerenza con l'evoluzione del quadro normativo e con le scelte adottate dai principali comparables di settore. A supporto di tale attività, Yamamay partecipa attivamente, sia a livello nazionale sia a livello europeo, a tavoli di lavoro dedicati alle tematiche di sostenibilità.

Matrice di materialità



Ambiente	Clienti	Persone	Governance
Catena di fornitura	Comunità	Prodotto	

1.4 DICONO DI NOI

GREENITALY 2021
Un'economia a misura d'uomo per il futuro dell'Europa

Symbola, 2021 (pp. 214-215)

Emanuele Sacerdote

RETAILORING
Strategie e prospettive per il NeoRetail

Franco Angeli, 2022 (pp. 9-11)

Francesco Morace, Marzia Tomasin

L'ALFABETO DELLA SOSTENIBILITÀ
26 modi per essere sostenibili

Egea, 2023 (pp. 201-208)

Francesco Morace, Marzia Tomasin

L'ALFABETO DELLA SOSTENIBILITÀ
26 modi per essere sostenibili

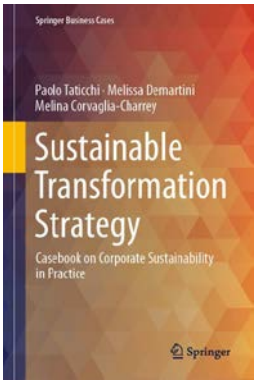
Egea, 2023 (pp. 201-208)

Paolo Taticchi, Melissa Demartini, Melina Corvaglia-Charrey

SUSTAINABLE TRANSFORMATION STRATEGY

Casebook on Corporate Sustainability in Practice

Springer Nature, 2023 (pp. 150-151)

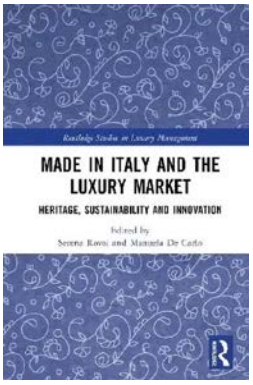


Serena Rovai, Manuela De Carlo

MADE IN ITALY AND THE LUXURY MARKET

Heritage, Sustainability and Innovation

Routledge, 2023 (pp. 72-73)



Alberto Felice De Toni, Gaetano Fausto Esposito, Mauro Meda

STRATEGIE E POLITICHE DI FORMAZIONE NELLE IMPRESE FAMILIARI

L'apprendimento come leva di sviluppo

ASFOR/Franco Angeli, 2023 (pp. 253-264)

YAMAMAY: IL PURPOSE COME STRUMENTO DELL'EFFICACIA DELL'ORGANIZZAZIONE

Harvard Business Review, 2023 (pp. 98-99)

Patrizia Tettamanzi, Michael Murgolo

GOVERNANCE DELLE ORGANIZZAZIONI SPORTIVE

Verso un modello di inclusione sociale e sostenibilità

gueriniNEXT, 2024

Andrea Urbinati

LA TRANSIZIONE DELLE IMPRESE VERSO L'ECONOMIA CIRCOLARE

Buone pratiche e fattori abilitanti

gueriniNEXT, 2024

Paolo Taticchi

SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE

La rivoluzione del business

Edizioni Dedalo, 2025 (pp. 62-63)

MADE IN ITALY: STORIE DI SUCCESSO

L'Italia dell'ingegno e dell'eccellenza nel mondo (volume 2)

(pp.45-49)

Patrizia Tettamanzi

VISIONI SOSTENIBILI

Il calendoscopio della cultura nell'evoluzione delle professioni

Egea, 2026 (pp.9-11, 229-235)

Dalla rassegna stampa 2025

Nel corso dell'anno, diverse testate e pubblicazioni hanno dato visibilità alle iniziative di sostenibilità di Yamamay. La rassegna stampa completa è disponibile sul sito Corporate di Yamamay.

RASSEGNA STAMPA

https://corporate.yamamay.com/it/media/rassegna-stampa

La Provincia

Le donne leader in azienda, il modello di "Yamamay"

10 marzo 2025

Corriere della Sera

Made in Italy, 30 aziende si raccontano nel libro "Storie di successo"

11 aprile 2025

Pambianconews

Yamamay è sponsor per il quarto anno consecutivo del progetto M.A.R.E.

16 Aprile 2025

Panorama

M.A.R.E. riparte da Taranto: ultima missione nel cuore del Mediterraneo

16 Aprile 2025

Focus Media Online

30 eccellenze italiane si raccontano: ispirarsi al Made in Italy per costruire il futuro dell'impresa e del Paese

17 Aprile 2025

Grazia

Fashion news

15 Maggio 2025

Corriere della Sera

Nel Mediterraneo su un catamarano. "La cosmetica del futuro nasce qui"

17 Maggio 2025

Il Sole 24 Ore

Dal progetto M.A.R.E. alla partnership con Ogyre, l'impegno di Shiseido per gli oceani

23 Maggio 2025

F

Come sta davvero il Mediterraneo?

10 Giugno 2025

Rainews

Moda e ambiente, premiati i migliori progetti di design

16 Giugno 2025

Donna Moderna

Per Mare

19 Giugno 2025

Prealpina

Tessuti spaziali e il tessile vola

25 Giugno 2025

Prealpina

Mare e Yamamay, la tesi di India Milani

29 Settembre 2025

Prealpina

Premio a 16 aziende che hanno aiutato l'arte

9 Ottobre 2025