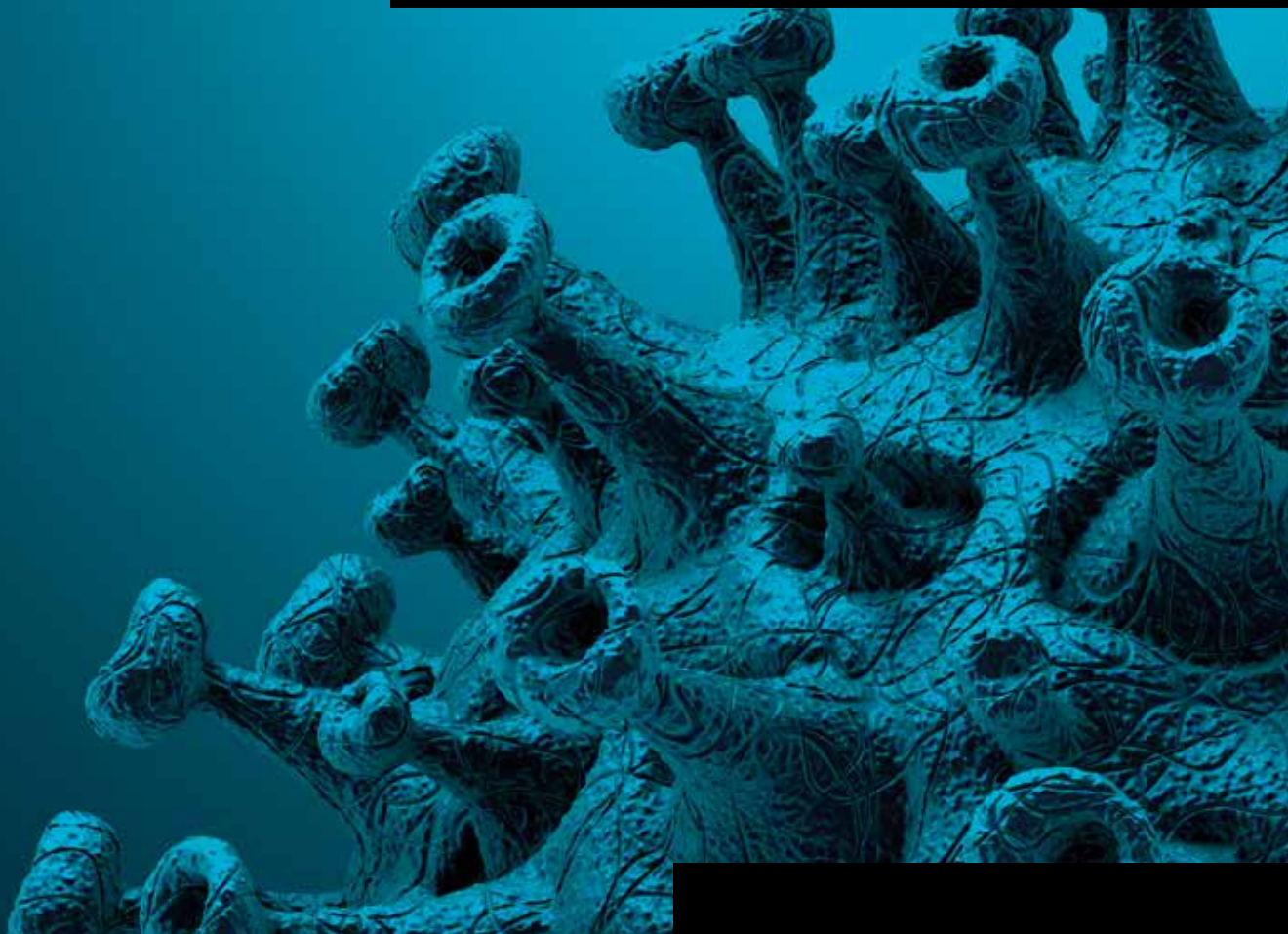


COVID-19: LA RISPOSTA DI PIANOFORTE E DEI SUOI BRAND



La pandemia da Covid-19, iniziata come crisi sanitaria, si è ben presto evoluta in crisi economica e umanitaria, mettendo in discussione i modelli organizzativi preesistenti ed evidenziando la fragilità dell'attuale modello di crescita con risorse limitate.

In questo momento di difficoltà, caratterizzato da una grande incertezza e che ha accompagnato l'intero corso del 2020, Pianoforte ha continuato a mantenere un ruolo attivo nella comunità e non ha esitato a ricercare soluzioni per accompagnare tutti i suoi stakeholder, dentro e fuori l'Organizzazione, nella transizione in atto.

In particolare, il Gruppo si è attivato nella gestione dell'emergenza, implementando iniziative su più fronti, al fine di salvaguardare la salute e la sicurezza delle proprie Persone, assicurare la continuità della produzione, anche diversificandola, offrendo ai territori in cui opera un contributo concreto, mantenendo sempre un approccio sostenibile in tutti i progetti avviati.

Le iniziative di Pianoforte

La tutela delle persone

Per assicurare la salute e la sicurezza delle sue Persone, i brand del Gruppo si sono coordinati per la gestione dell'emergenza, mettendo a disposizione **Dispositivi di Protezione Individuale (DPI)**, quali mascherine, guanti e igienizzanti, e dando la possibilità ai dipendenti di effettuare gratuitamente **tamponi** orofaringei periodici, oltre a monitorare costantemente la temperatura e a provvedere alla **sanificazione delle sedi e dei punti vendita**. Tutti i dipendenti delle sedi e dei negozi hanno partecipato ad un corso di formazione sul Covid-19 da remoto, sia durante il lockdown sia nella fase di graduale rientro negli uffici e riapertura dei negozi, con l'obiettivo di assicurare un adeguato bagaglio informativo e sicurezza anche ai nostri clienti.

È importante sottolineare che, nonostante la pandemia abbia determinato per un lungo periodo la chiusura dei punti vendita a partire da marzo 2020, le sedi del Gruppo sono state in grado di continuare la propria

attività aziendale. In tale contesto, lo **smart working** ha giocato un ruolo fondamentale, permettendo alle funzioni di sede di svolgere la propria mansione anche da remoto, rispondendo in particolar modo alle esigenze delle donne, una delle categorie più colpite dalla pandemia (per approfondimenti, si veda il capitolo "Persone – Diversità, pari opportunità e inclusione" di Yamamay). Inoltre, i negozi Yamamay, vendendo beni di prima necessità, sono rimasti aperti anche durante gran parte del 2020.

In occasione delle prime riaperture, Pianoforte ha stabilito, in collaborazione con il Medico del Lavoro e l'RSPP, dei **Protocolli "Anti Covid"** con l'obiettivo di fornire delle linee guida di comportamento chiare e garantire la sicurezza di tutti gli operatori coinvolti nel processo produttivo e di vendita.

Il Gruppo non si è limitato a tutelare la salute e sicurezza dei suoi dipendenti, ma ha fornito loro un contributo concreto, grazie agli ammortizzatori sociali previsti dal

Governo per il Covid-19 e liberalità in ambito welfare. In particolare, da settembre 2020 Pianoforte ha anticipato gli importi relativi alla cassa integrazione, per dare ai dipendenti una stabilità finanziaria nonostante il contesto economico critico che ha colpito duramente il settore retail. Inoltre, a dicembre, il Gruppo ha offerto un contributo, sottoforma di voucher o rimborsi, al personale di sede e di negozio, compresi gli stagisti, da utilizzare tramite la **piattaforma welfare di Confimprese**.

Nuove esigenze dei consumatori: la risposta dei brand

Per dare supporto alla comunità, Pianoforte ha fin da subito messo in atto una serie di progettualità volte ad anticipare i bisogni dei clienti, anche attraverso l'introduzione di nuovi prodotti.

In particolare, nel momento di carenza di presidi medici, il Gruppo si è attivato per la **creazione e la produzione di mascherine**: dopo aver ottenuto le autorizzazioni necessarie, Yamamay ha iniziato la produzione di mascherine non sterili ad uso civile, denominate **MASK99X001**, conformi ai requisiti tossicologici europei e omologate secondo gli standard dell'Istituto Superiore di Sanità come dispositivo medico di tipo I secondo la UNI EN 14683:2019, ottenendo anche la marcatura CE. La mascherina è, allo stesso tempo, antibatterica, idrorepellente e traspirante con un'efficienza di filtrazione batterica pari al 98%, una traspirabilità di 39 Pa/cm² e una pulizia microbica di 2UFC (Unità Formanti Colonia).

I due brand del Gruppo hanno investito molto anche nello **sviluppo di tessuti antibatterici** con l'obiettivo di ridurre significativamente la proliferazione batterica. Tali tessuti sono stati inseriti nelle linee di prodotto con l'obiettivo di rendere l'azienda sempre più al servizio delle necessità e richieste dei tempi.

