



OTB PRESENTA IL PRIMO REPORT DI SOSTENIBILITÀ: FOCUS SU SOSTEGNO ALLA FILIERA ITALIANA, MIGLIORAMENTO DELLA GESTIONE ENERGETICA, PROGETTI CIRCOLARI PER I BRAND DEL GRUPPO E CONTRASTO ALLE DISUGUAGLIANZE SOCIALI

- *Supporto alle imprese italiane della filiera attraverso il programma dedicato C.A.S.H. - Credito Agevolato-Suppliers' Help*
- *Utilizzo del 41% di energia rinnovabile per le operazioni interne del Gruppo nel mondo*
- *Sviluppo di progetti circolari per tutti i Brand tra i quali: Second hand di Diesel, Recicla di Maison Margiela, e le collezioni Jil Sander+, Marniphernalia di Marni e Tulle di Viktor&Rolf*
- *Investimenti da parte di OTB Foundation in oltre 300 progetti di sviluppo sociale nel mondo.*

Milano, 28 settembre 2022 – Ad un anno dal lancio della strategia di Gruppo “Be Responsible. Be Brave.”, OTB, il Gruppo internazionale di moda e lusso a cui fanno capo i marchi Diesel, Jil Sander, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf, le aziende Staff International e Brave Kid, e che detiene una partecipazione nel Brand Amiri, presenta il **primo Report di Sostenibilità**. Un fondamentale lavoro di monitoraggio e rendicontazione che, sulla base di tre macroaree “*Protecting our Planet*”, “*the New Fashion System*” e “*Brave Together*”, ha coinvolto tutti i Brand, i dipartimenti e lo staff per misurare i traguardi raggiunti con particolare focus sul 2021 e la carbon footprint del Gruppo nel triennio 2019-2021.

Renzo Rosso, Presidente e Fondatore del Gruppo OTB, ha dichiarato: *"Solo quando la sostenibilità diventa un modo di pensare si può parlare di vero cambiamento. L'industria della moda ha un impatto sociale e ambientale estremamente rilevante, con le nostre scelte di business e la comunicazione dei nostri Brand possiamo influenzare positivamente la vita e i comportamenti di milioni di persone e diffondere un approccio più responsabile e sostenibile. Investo in questa direzione da anni, puntando sulla formazione di tutti i miei manager che attraverso questi insegnamenti hanno imparato ad affrontare qualsiasi momento professionale ragionando e prendendo ogni decisione di business in maniera responsabile. Oggi finalmente annunciamo tutto il lavoro che è stato fatto in questi anni con degli obiettivi concreti che ci siamo posti, tra i quali ad esempio il raggiungimento della neutralità carbonica delle nostre operazioni entro il 2030, in anticipo rispetto a quanto stabilito dall'Unione Europea. Sono orgoglioso di riconoscere nel percorso di sostenibilità di OTB gli insegnamenti che ho ricevuto dalla mia famiglia, come l'amore e il rispetto per il territorio e per la comunità".*

Ubaldo Minelli, Chief Executive Officer del Gruppo OTB, ha aggiunto: *"Il Report che presentiamo oggi è il risultato di un lungo percorso che ci ha visti impegnati nell'implementazione, anno dopo anno, di diverse pratiche sostenibili che hanno innescato un circolo virtuoso anche per altre realtà del sistema moda. È importante che un grande Gruppo come OTB tracci la rotta e supporti al contempo la filiera produttiva, rappresentata nella maggior parte dei casi da piccole e medie aziende basate in Italia. Tra i progetti di cui vado più fiero c'è C.A.S.H., il nostro programma di sostegno finanziario ai fornitori istituito sin dal 2013; le risorse che abbiamo messo a disposizione di tantissime piccole imprese, ossatura principale del nostro Sistema Paese, si sono rivelate fondamentali soprattutto nei momenti*

OTB

di incertezza economica degli ultimi tempi. I risultati riportati da questo primo report non rappresentano soltanto un traguardo ma anche il punto di partenza per affrontare le nuove sfide con un rinnovato entusiasmo e riscrivere un futuro sempre più sostenibile per il nostro Gruppo e per il settore”.

Sara Mariani, Chief Sustainability Officer del Gruppo OTB, ha concluso: *"Per ciascuno dei tre ambiti entro i quali si declina la strategia di sostenibilità del Gruppo abbiamo fissato degli obiettivi precisi, trasparenti e concreti. Sono felice di poter contribuire al loro raggiungimento insieme a tutte le persone che lavorano nei diversi Brand e aziende del Gruppo. Credo che la condivisione sia un elemento indispensabile per costruire un futuro migliore a beneficio di tutto e attraverso questo primo report vogliamo essere promotori di idee, progetti e best practice per l'intero settore”.*

Lo sviluppo sostenibile e responsabile per il Gruppo OTB passa quindi necessariamente attraverso la cooperazione e il forte legame con il tessuto produttivo locale. Infatti, al 2021 il Gruppo conta oltre 1600 fornitori, di cui il 73% con sede in Italia (che diventano 80% nel segmento lusso), e quasi il 60% degli acquisti totali effettuati localmente in Italia.

Confermato per gli anni a venire il progetto C.A.S.H (Credito Agevolato - Suppliers' Help) che dal 2013 permette ai fornitori eleggibili di incassare anticipatamente, tramite un istituto bancario, i crediti vantati nei confronti di OTB a condizioni economiche estremamente agevolate grazie all'elevato merito creditizio del Gruppo che fa da garante. Il programma è stato di fondamentale importanza per supportare l'ampia catena di fornitura di OTB anche in anni difficili come quelli legati alle conseguenze della pandemia, fornendo loro stabilità di breve e lungo periodo. Più della metà dei fornitori affiliati al programma C.A.S.H. sono micro-imprese, un terzo sono piccole imprese e il restante 10% sono imprese di media dimensione.

Circularità e tracciabilità sono altri due elementi chiave nel modo di agire sostenibile del Gruppo che grazie alle potenzialità della blockchain, sviluppata da Aura Blockchain Consortium¹ di cui è tra i membri fondatori, e di altre tecnologie per diffondere pratiche commerciali socialmente responsabili.

PROTECTING OUR PLANET

L'obiettivo è quello di raggiungere la **neutralità carbonica delle operazioni interne entro il 2030 e dell'intera catena del valore entro il 2050** attraverso un piano d'azione con una forte attenzione al miglioramento della gestione energetica e la riduzione dell'impronta ambientale del Gruppo. Dal report è merso che il 41% dell'elettricità usata per le operazioni interne di OTB proviene da fonti rinnovabili.

Quello della protezione del pianeta è un percorso che non può essere intrapreso da soli ma è essenziale collaborare con enti virtuosi per raggiungere insieme questo obiettivo. A tal proposito OTB

1 OTB Group è membro fondatore di Aura Blockchain Consortium insieme a LVMH, Prada Group, Cartier - parte di Richemont e Mercedes-Benz. Aura Blockchain Consortium è un'associazione senza scopo di lucro con l'obiettivo di promuovere pratiche commerciali socialmente responsabili, sostenibili e incentrate sul cliente lungo l'intero ciclo di vita dei prodotti di lusso, sfruttando la blockchain e altre tecnologie.

OTB

ha aderito al **Roadmap to Zero Programme della Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) Foundation**, impegnandosi a sviluppare una strategia di gestione responsabile delle risorse idriche e delle sostanze chimiche e all'eliminazione dell'uso di sostanze chimiche pericolose dai processi produttivi entro il 2030. Inoltre, sin dal 2020, Diesel è entrato a far parte del The Fashion Pact, la coalizione globale di aziende del settore della moda e del tessile, che agisce in tre aree principali: mitigare il riscaldamento globale, ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani.

THE NEW FASHION SYSTEM

OTB vuole avere **un ruolo attivo nella transizione verso un modello circolare dell'intero settore della moda**. In questo contesto rientrano tutti quei progetti sviluppati dai Brand per l'adozione di approcci innovativi al design e la riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti, l'uso di materiali sostenibili e riciclati, e lo sviluppo di nuove pratiche di approvvigionamento trasparenti e tracciabili. Tra i principali progetti emersi dal report:

- **Second hand di Diesel**, un'accurata selezione di capi in denim usati a marchio Diesel, meticolosamente riparati, rinnovati e venduti in selezionati negozi italiani e online in tutta Europa;
- **Recicla**, il progetto con cui Maison Margiela definisce autentici, originali, selezionati con cura dal direttore creativo John Galliano, restaurati e riappropriati come capi o accessori in edizione limitata;
- **Jil Sander+**, una collezione basata sulla ricerca di prodotti con fibre organiche, performanti e spesso ecosostenibili che uniscono estetica e comfort, raffinatezza ed elevata resistenza agli agenti atmosferici;
- **La nuova linea del Brand Myar realizzata da Brave Kid** dona nuova vita a ritagli e rimanenze di tessuto, provenienti anche da diverse aziende del Gruppo OTB, seguendo una logica di riduzione, riuso e upcycle;
- **Marniphernalia di Marni**, un progetto in cui il Brand ha dato nuova vita ad una serie di capi in cotone, attingendo dalle collezioni precedenti e riproponendo oltre 800 articoli arricchiti da motivi rigati realizzati a mano;
- **Viktor&Rolf Tulle collection**, una capsule in edizione limitata intitolata "Lost & Found" che utilizza capi vintage riciclati.

Inoltre, dal 2015 il Gruppo fa parte della Responsible Luxury Initiative (ReLI), che definisce anche i principi di approvvigionamento dei materiali di origine animale per i Brand di OTB e i loro fornitori.

BRAVE TOGETHER

L'impegno per un mondo più inclusivo ed equo si concretizza nei progetti promossi sia all'interno che all'esterno del Gruppo. Tra i principali punti emersi dal report:

- Nel 2021, il 51% delle posizioni manageriali è occupato da donne su un totale di circa 6.000 dipendenti. Il 63% è donna e il 57% ha meno di 30 anni;

OTB

- Rafforzati i programmi di formazione e di valorizzazione dei talenti che mettono le nuove generazioni al centro dello sviluppo futuro del Gruppo come, ad esempio, la "Scuola dei Mestieri", la scuola di apprendimento pratico di Staff International che offre a un gruppo selezionato di studenti di talento un programma di tirocinio e dà loro la possibilità di diventare Fashion Maker 4.0.

Infine, **OTB Foundation**, l'organizzazione no-profit indipendente nata nel 2008, ha **investito in oltre 300 progetti di sviluppo sociale** che hanno avuto **impatto positivo diretto sulla vita di circa 300.000 persone**. La fondazione opera in Italia e nel mondo a supporto delle seguenti categorie: sostegno a organizzazioni che operano a favore di bambini e giovani, iniziative di assistenza a sostegno di donne in difficoltà e sviluppo di progetti di integrazione per coloro che non hanno un luogo sicuro dove vivere, crescere e studiare.

- Nel 2021 OTB Foundation ha raddoppiato le risorse destinate alle comunità locali rispetto all'anno precedente e ha diviso i fondi su diversi ambiti di intervento. I progetti sono destinati per il 57% all'Italia e per il 43% verso il resto del mondo;
- Tra il 2020 e il 2021, OTB Foundation ha dedicato gran parte delle sue iniziative a contrastare la diffusione del Covid-19 nelle aree svantaggiate;
- Nel 2021 è stata la prima fondazione italiana a raccogliere l'appello dell'Agenzia delle Nazioni Unite per la protezione dei rifugiati in Afghanistan dopo il ritorno dei Talebani al potere fornendo riparo a circa 1.500 persone;
- Nel 2022 ha risposto per prima all'appello urgente di UNHCR per aiutare persone e famiglie in fuga dall'Ucraina contribuendo a trasportare in sicurezza ed accogliere 442 rifugiati in Italia;
- OTB Foundation ha aperto 2 empori solidali per la distribuzione di cibo e beni di prima necessità a beneficio delle famiglie in situazioni di difficoltà. L'obiettivo della fondazione è contribuire concretamente alla lotta alla povertà.

Per consultare il report completo, sustainabilityreport.otb.net

GRUPPO OTB

OTB è il gruppo internazionale di moda a cui fanno capo i marchi iconici e anticonvenzionali Diesel, Maison Margiela, Marni, Jil Sander, e Viktor&Rolf. OTB controlla anche le aziende Staff International e Brave Kid, e detiene una quota di minoranza del marchio americano Amiri. Acronimo di "Only The Brave", OTB crede nella possibilità di andare oltre le frontiere della moda e dello stile, supportando la creatività di talenti internazionali, ed esprimendo tutto lo spirito innovativo e il coraggio senza compromessi del suo fondatore e presidente Renzo Rosso. Un approccio fortemente digitale che mette al centro il consumatore, assieme a un impegno concreto e a lungo termine alla creazione di un business sostenibile, sono i pilastri della filosofia di sviluppo del gruppo che conta oltre 6.000 dipendenti nel mondo.

Per ulteriori informazioni:
OTB Corporate Communication
corporate_communication@otb.net