



IL GRUPPO OTB PRESENTA I RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2023

CRESCITA DEI CANALI DIRETTI (+33,8%*) E INVESTIMENTI NELLA RETE RETAIL

TURNAROUND DI DIESEL (+13,1%*) E OTTIME PERFORMANCE DI MAISON MARGIELA (+23%*) E JIL SANDER (+17,3%*)

ASIA E GIAPPONE TRAINANO LA CRESCITA DEL GRUPPO

Breganze (Vicenza), 16 febbraio 2024 - OTB, il gruppo internazionale di moda e lusso cui fanno capo i marchi Diesel, Jil Sander, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf, le aziende Staff International e Brave Kid, e una partecipazione nel brand Amiri, ha presentato i risultati al 31 dicembre 2023.

KEY NUMBERS

- **Fatturato: 1,9 miliardi di euro**
- **Net Sales: 1,8 miliardi di euro**
- **EBITDA: 348 milioni di euro pari al 19,6% sulle Net Sales**
- **EBIT: 140 milioni di euro pari al 7,9% sulle Net Sales**
- **Posizione Finanziaria Netta (pre IFRS 16): 60 milioni di euro**

Il 2023 è stato un anno di crescita importante che conferma e consolida il posizionamento del Gruppo su tutti i principali mercati e canali di distribuzione. L'esercizio ha chiuso con un **fatturato di 1,9 miliardi in incremento del 10,2% a cambi costanti e del 7,2% a cambi correnti rispetto al 2022.**

Le Net Sales si sono attestate a 1,8 miliardi, in aumento del 12,4% a cambi costanti e del 9,1% a cambi correnti rispetto al 2022, trainate dall'incremento delle vendite sui canali diretti, dalle ottime performance dei brand del comparto luxury e dal turnaround di Diesel. Tutte le aree geografiche hanno registrato una crescita costante; in particolare, le migliori performance si sono riscontrate in **Asia-Pacific**, che acquisisce un peso sempre più rilevante per il Gruppo.

L'Ebitda del Gruppo è pari a **348 milioni di euro.**

L'Ebit del Gruppo ha raggiunto i **140 milioni di euro.**

Nel 2023 gli investimenti totali sono stati pari a 201 milioni di euro, che comprendono anche l'acquisto dell'edificio che ospita l'headquarter di Maison Margiela a Parigi nel XVI *arrondissement*.

Inoltre, il Gruppo, tramite Staff International - piattaforma produttiva e logistica, di OTB - ha acquisito **le quote di maggioranza della storica pelletteria fiorentina Frassinetti.** L'operazione è in linea con la strategia del Gruppo OTB che punta all'acquisizione di know-how in categorie merceologiche

OTB

strategiche, mediante l'acquisizione di partecipazioni in partner produttivi chiave che rappresentano le più alte eccellenze del Made in Italy.

KEY HIGHLIGHTS

- **Crescita significativa dei canali diretti**, pari al **33,8%***¹ rispetto al 2022, grazie all'incremento delle vendite nei negozi esistenti e a **76 nuove aperture**, che portano il network retail a un totale di **610 punti vendita** diretti a fine 2023;
- **Importante turnaround di Diesel**, che ha registrato un aumento di fatturato del 13,1%*;
- Performance positiva in **Asia, regione che ha trainato la crescita del Gruppo** con un incremento di fatturato del 74%*;
- Ulteriore **rafforzamento del Giappone**, che con un peso del 23% del business totale rappresenta il mercato chiave del Gruppo, e che nel 2023 ha registrato una crescita pari al 19,4%*.

BRANDS AND GROUP KEY FACTS

La performance del brand **Diesel** è stata particolarmente positiva, registrando un aumento del fatturato del 13,1%* rispetto al 2022, a dimostrazione del successo ottenuto grazie al percorso di riposizionamento del marchio ormai ben consolidato. Tra gli effetti generati da questa nuova fase, ci sono gli eccellenti risultati di alcuni prodotti diventati iconici, come la borsa 1DR, ma anche la crescita della collezione donna che ad oggi vale quasi il 50% del business. Inoltre, Diesel è stata capace di creare un interesse sempre maggiore nei consumatori più giovani, con la Gen-Z che rappresenta il 35% della base clienti, un risultato che crea solide fondamenta per lo sviluppo futuro del marchio a livello globale.

Nel 2023 Diesel ha inaugurato 15 nuovi store in Europa, Cina, India e Nord America, tra cui flagship in importanti città quali Parigi, Miami, Anversa e Guangzhou.

Nel comparto luxury, **Maison Margiela** ha realizzato ottime performance, guadagnando un ruolo di sempre maggiore rilevanza all'interno del Gruppo grazie ad un aumento del fatturato del 23%* sull'anno precedente. In particolare, la Cina e la Corea hanno trainato la crescita, con un aumento delle vendite del 72,4%* rispetto al 2022, a conferma del crescente apprezzamento per il marchio tra i giovani consumatori asiatici. Un posizionamento ulteriormente rafforzato dalla sfilata *haute couture, Maison Margiela Artisanal Collection 2024*, che ha riscontrato un successo planetario ed è stata annoverata fra i migliori show dell'ultimo decennio, consacrando John Galliano quale artista visionario e creatore di una collezione sensazionale.

¹ *A cambi costanti

OTB

Nel 2023 il brand ha aperto 24 nuovi store in tutto il mondo, in location prestigiose nelle città di Venezia, Beijing, Shanghai, Los Angeles, Las Vegas e Seoul, tra le altre. Inoltre, il nuovo *headquarter* di Maison Margiela in Place des États-Unis nell'iconico XVI *arrondissement* di Parigi conferma la volontà del Gruppo di consolidare il proprio posizionamento in Francia e continuare ad investire in maniera rilevante nel Paese.

Jil Sander registra anche quest'anno una crescita importante del 17,3%* sul 2022 confermandosi tra le più alte espressioni di design e artigianalità nel panorama dei brand del lusso globali. Il marchio ha rafforzato la rete dei propri canali diretti in Europa, negli Stati Uniti, in Asia-Pacific e Giappone, con l'apertura di 18 nuovi store in città quali Parigi, Roma, Venezia, Madrid, Londra, Dallas, Los Angeles, Tokyo, Kyoto, Nanjing e Seoul, tra le altre. Jil Sander ha inoltre rinnovato l'accordo di licenza con orizzonte decennale con Coty, azienda leader a livello mondiale nel settore beauty, per lo sviluppo, la produzione e la distribuzione di prodotti cosmetici e fragranze del brand.

Marni, che cresce nel 2023 dell'8,6%* rispetto all'anno precedente, prosegue il proprio percorso di posizionamento globale. Una direzione consolidatasi nel tempo grazie all'ampliamento della rete retail – con l'apertura di 16 nuovi punti vendita solo nel 2023 –, ma anche ai suoi show itineranti, da New York, a Tokyo, a Parigi, che puntano a portare la visione e i valori del brand in tutto il mondo, andando a rafforzare ulteriormente la community internazionale di *brand lovers* e *celebrities* che seguono il marchio. Dopo il successo della sfilata di Parigi a settembre 2023, il brand tornerà dalla stagione FW 2024 a far parte del calendario ufficiale della Milano Fashion Week. All'inizio del 2024, Marni ha inoltre siglato un nuovo accordo di licenza con Coty, della durata di 20 anni, per lo sviluppo, la produzione e la distribuzione globale di prodotti beauty e fragranze alto di gamma a marchio Marni.

Nel 2023 **Viktor&Rolf** ha visto la celebrazione del trentesimo anniversario del brand, un'icona dell'alta moda fondata dai due designer ancora alla direzione creativa della Maison. Un anno che ha segnato il successo delle sfilate *haute couture*, con la collezione SS23 diventata virale a livello globale e menzionata fra le immagini più significative del 2023. Il brand ha inoltre consolidato la storica partnership con l'Oréal per la produzione e distribuzione delle iconiche fragranze di Viktor&Rolf.

Staff International continua ad essere un asset altamente strategico del Gruppo, rafforzando il suo ruolo di piattaforma produttiva e logistica per i brand di OTB, oltre a essere licenziataria per la produzione e distribuzione globale di marchi alto di gamma. Con l'acquisizione nel 2023 di una quota di maggioranza di Frassinetti, storica pelletteria fiorentina, Staff International ha avviato l'implementazione della strategia del Gruppo che punta all'acquisizione di know-how in categorie merceologiche strategiche, mediante l'ingresso nel capitale di partner produttivi chiave che rappresentano le più alte eccellenze del Made in Italy. Altre operazioni strategiche che seguono la stessa direzione saranno perfezionate nel corso del 2024.

OTB

Brave Kid, azienda specializzata nella produzione e distribuzione worldwide di prodotti childrenswear dei marchi del Gruppo e di terzi, ha annunciato nel 2023 un nuovo accordo di licenza della durata di 5 anni con il marchio MAX&Co., del Gruppo MaxMara, per il lancio della prima linea bambina.

Crescita dei canali diretti ed espansione retail

Il canale retail nel 2023 è cresciuto del 33,8%* sia grazie ad un incremento del numero dei negozi nel mondo – che si attesta a 610 store a fine anno - sia per un aumento delle vendite nei negozi esistenti. Nel 2023 OTB ha infatti continuato a investire nel consolidamento dei propri canali diretti, con l'apertura di **76 nuovi punti vendita** in mercati chiave per lo sviluppo internazionale come la Cina, la Corea e gli Stati Uniti, ma anche in Europa.

Contemporaneamente, il Gruppo ha lavorato per rafforzare ulteriormente il canale e-commerce anche tramite l'**adozione da parte di Jil Sander della piattaforma omni-channel MOON**, il modello operativo di OTB che consente un'esperienza di shopping digitale completa, fluida e personalizzata. Il peso dei canali diretti ha superato il 50% del fatturato totale, un risultato che va nella direzione tracciata dal piano strategico di Gruppo.

Geografie: Asia-Pacific, Giappone e Stati Uniti aree strategiche

Prosegue l'ulteriore espansione del Gruppo OTB, con l'obiettivo di sviluppare i mercati internazionali in aree geografiche dal grande potenziale come i **paesi asiatici**, tra cui la Cina, dove nel 2023 ha aperto 30 nuovi punti vendita; il Giappone che rappresenta circa il 23% del business del Gruppo; la Corea del Sud, che figura tra i nuovi mercati più performanti. Complessivamente i mercati asiatici hanno superato la soglia del 40% del fatturato totale. Una ripresa della crescita si registra nel **mercato nordamericano**, mentre rimane stabile l'**Europa**, a causa del contesto economico complesso.

Innovazione digitale

Continuano gli investimenti nel campo dell'innovazione, con particolare attenzione a soluzioni di virtual reality, 3D, customer engagement e intelligenza artificiale. Al fine di esplorare le opportunità che l'AI generativa in termini di miglioramento di tutti i processi aziendali, il Gruppo ha deciso di iniziare nel 2023 un percorso di formazione dei propri manager in sinergia con i principali player del settore, con l'obiettivo di sfruttare le potenzialità dell'intelligenza artificiale sin dalla fase di design di qualsiasi progetto o processo.

Come membro fondatore del Consorzio AURA Blockchain, OTB ha proseguito il proprio percorso di adozione massiva della tecnologia blockchain rendendola parte integrante dei propri processi aziendali, con l'obiettivo di elevare ulteriormente l'esperienza dei clienti dei propri brand luxury. Attraverso la registrazione dei prodotti sulla piattaforma blockchain fornita da AURA e l'utilizzo di un chip posto all'interno dei capi, dopo la prima fase che ha coinvolto alcuni fra gli accessori più iconici dei brand Jil Sander, Maison Margiela e Marni, il Gruppo ha esteso la creazione del proprio certificato di autenticità digitale a tutte le collezioni ready to wear dei tre marchi a partire dalla FW24.

OTB

Brave Virtual Xperience (BVX), la società del Gruppo dedicata allo sviluppo di esperienze e prodotti nel mondo virtuale, ha consolidato il proprio ruolo di supporto strategico e tecnologico ai brand del Gruppo nella creazione e implementazione di progetti per il Web3. In particolare, nel 2023 BVX ha accompagnato Diesel nel lancio di una collezione NFT in partnership con Hape e Maison Margiela nel lancio del primo Web3 game, che, attraverso la tecnologia blockchain, ha permesso agli appassionati di gaming e di digital collectibles di partecipare ad un'esperienza di minting di token digitali legati all'iconografia numerica del brand.

Sostenibilità

Il 2023 è stato un anno importante per il Gruppo OTB in termini di impegno nel sostegno della propria filiera. Il Gruppo ha infatti celebrato i 10 anni del progetto C.A.S.H.² che ad oggi coinvolge 65 fornitori attivi che hanno ceduto il 90% dei loro crediti. Dall'inizio del programma nel 2013, il volume totale dei finanziamenti erogati ha superato i 550 milioni di euro.

Per celebrare questo anniversario, il Gruppo ha lanciato la campagna *M.A.D.E., Made in Italy, Made Perfectly*, un'iniziativa di promozione e valorizzazione del Made in Italy, presentata al Ministero delle Imprese e del Made in Italy con il ministro Adolfo Urso a settembre 2023. La campagna vede coinvolti alcuni fra i migliori partner produttivi della filiera di OTB e punta, attraverso la realizzazione di brevi documentari, a raccontare la storia imprenditoriale delle eccellenze del savoir-faire italiano.

Inoltre, nel 2023 OTB ha ottenuto l'approvazione dei propri obiettivi in termini di riduzione delle emissioni da parte di SBTi, l'organismo globale che consente alle aziende di fissare target ambiziosi per la diminuzione della propria impronta ambientale. Sul fronte del benessere delle proprie persone, OTB, insieme a Diesel, ha ottenuto la Certificazione nazionale di Parità di Genere, a conferma dell'impegno sui temi della Diversità, Equità e Inclusione, considerate vere e proprie leve strategiche per lo sviluppo del Gruppo e per la sostenibilità dell'organizzazione.

OTB FOUNDATION

Nel corso del 2023, OTB Foundation ha ribadito il suo impegno nel sostenere le persone più fragili e vulnerabili, operando sia in Italia che a livello internazionale. La conferma tangibile di questo impegno è giunta con il prestigioso riconoscimento "We Welcome" assegnato dall'UNHCR, l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati, per le iniziative promosse per favorire l'inserimento lavorativo di queste persone. Obiettivo che la Fondazione persegue anche attraverso il progetto Job Clinic, dedicato all'integrazione socio-economica dei migranti. Nel corso dell'anno è continuata anche l'attività degli Empori Solidali, luoghi di supporto per le famiglie in situazioni di difficoltà economica.

² **Progetto C.A.S.H.** (Credito Agevolato-Suppliers' Help): programma che permette ai fornitori 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 progetto si è dimostrato particolarmente efficace perché ha permesso alle aziende della filiera di affrontare con maggiore fiducia anche i momenti più complicati, come quello pandemico.

OTB

Inoltre, la Fondazione si è attivata immediatamente per il supporto nelle emergenze nel 2023, come il terremoto in Turchia e l'alluvione in Emilia-Romagna.

Un altro pilastro fondamentale dell'impegno di OTB Foundation riguarda l'empowerment femminile: nel 2023 la Fondazione ha ampliato il progetto "Brave Women Awards" sostenendo 57 borse di studio per studentesse meritevoli nelle più prestigiose università italiane, per creare la futura leadership femminile nella Pubblica Amministrazione e nelle aziende. Il sostegno delle donne passa anche attraverso il supporto a coloro che sono vittime di violenza, come il servizio "Mai Più", che offre consulenza psicologica e legale, e l'inaugurazione di una casa di accoglienza per le vittime e i loro figli.

*"Sono orgoglioso del lavoro che abbiamo fatto nel 2023, è stato un anno sfidante ma i nostri brand hanno continuato a crescere in tutti i mercati, non solo quelli chiave come Stati Uniti, Cina e storicamente il Giappone, ma anche in nuove geografie come la Corea del Sud, che sta performando molto bene, e altri mercati asiatici. I consumatori più giovani stanno apprezzando il fatto che i nostri marchi si muovono in direzione spesso opposta al mercato, focalizzandosi principalmente sulla bellezza e la qualità dei prodotti, e continuando nella missione di rendere la moda un sogno. Una missione che non potremmo realizzare se non potessimo contare sulla grandezza e l'eccellenza della nostra filiera, con la quale abbiamo stretto rapporti di collaborazione e partnership, e del Made in Italy", ha dichiarato **Renzo Rosso, Fondatore e Presidente del Gruppo OTB**. "Per quanto riguarda gli investimenti, anche quest'anno abbiamo puntato molto su sostenibilità, innovazione e tecnologia. Riguardo all'innovazione, abbiamo iniziato a esplorare le opportunità e le soluzioni che l'Intelligenza Artificiale può offrire in tutti i processi aziendali, e per questo ho voluto iniziare un percorso di formazione sull'AI per i nostri manager con i principali player del settore. Per quanto riguarda invece la sostenibilità, per noi è uno stato mentale e la abbracciamo a tutti i livelli: abbiamo lavorato per ridurre il nostro impatto ambientale creando prodotti sempre più responsabili ed educando i consumatori a scelte più sostenibili che prediligano la qualità e la durabilità di un capo. In Diesel, ad esempio, abbiamo collezioni dove il 50% dei prodotti presentano caratteristiche a minore impatto ambientale. La mia visione circolare vede un'azienda creare, produrre, vendere e restituire una parte del valore alla comunità investendo nel sociale. Sono fiero di tutte le iniziative portate avanti da OTB Foundation per supportare le persone che si trovano in difficoltà, in Italia e nel mondo. Le imprese in generale dovrebbero contribuire al benessere sociale attraverso progetti concreti che nel nostro caso riguardano la violenza di genere, l'integrazione, la lotta contro le dipendenze e le emergenze internazionali, solo per citarne alcuni, iniziative in cui coinvolgiamo anche i nostri dipendenti che con entusiasmo abbracciano come volontari molti dei progetti della Fondazione".*

OTB

*"Il 2023 è stato un anno caratterizzato da un contesto macroeconomico difficile che, a partire dal secondo semestre, è diventato particolarmente sfidante. Per questo motivo sono estremamente soddisfatto dei risultati raggiunti da OTB nel 2023. Siamo cresciuti con tutti i brand e in tutte le geografie a conferma della validità del nostro modello di business. I risultati ottenuti vanno nella direzione tracciata dal piano strategico di Gruppo che ha, come principali pilastri di crescita, lo sviluppo dei canali diretti e la maggiore penetrazione dei mercati asiatici. Nel 2023, abbiamo infatti registrato ottime performance dei nostri canali diretti, con un aumento costante delle vendite retail sia negli store già esistenti sia grazie alle nuove aperture, soprattutto in Cina, Corea e in Giappone, dove continuiamo ad espanderci con investimenti rilevanti. - ha dichiarato **Ubaldo Minelli, Amministratore Delegato del Gruppo OTB.** - Sono sempre più convinto che la crescita di un gruppo passi attraverso le persone, avere persone motivate e ingaggiate è un asset imprescindibile per il successo di un'azienda. I risultati ottenuti ci hanno permesso di investire sempre di più nell'organizzazione e a fine 2023 abbiamo toccato la cifra di circa 7000 dipendenti in tutto il mondo. Questo è anche dovuto all'espansione della nostra rete retail, che ad oggi conta globalmente 610 store. Il costante focus del Gruppo sul capitale umano, si traduce anche nella formazione dei giovani. Un progetto che mi sta particolarmente a cuore, e che nel 2023 ha visto la sua terza edizione, è la Staff Academy, la Scuola dei Mestieri che ha l'obiettivo di formare una nuova generazione di professionisti capaci di creare le collezioni per le quali i nostri brand sono famosi e riconosciuti. Solo inserendo nuova linfa vitale in queste professioni, l'Italia potrà continuare a confermare il proprio primato di Paese più importante al mondo nella produzione di lusso e alto di gamma. L'altro asset sul quale il nostro Gruppo può contare, sono le relazioni di lungo periodo con i partner strategici della nostra filiera sia a monte che a valle. Costruire e consolidare questi rapporti è stato determinante per la nostra crescita. In particolare, grazie alle competenze dei nostri partner produttivi riusciamo a garantire standard qualitativi elevati per i nostri prodotti, sempre più apprezzati dai consumatori di tutto il mondo."* ha concluso **Minelli.**

GRUPPO OTB

OTB è il gruppo internazionale di moda a cui fanno capo i marchi iconici e anticonvenzionali Diesel, Jil Sander, Maison Margiela, Marni e Viktor&Rolf. OTB controlla anche le aziende Staff International e Brave Kid e detiene una partecipazione 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. Il gruppo, che conta circa 7.000 dipendenti nel mondo, fonda le proprie basi su un approccio digitale che mette al centro il consumatore, l'impegno concreto e a lungo termine per la creazione di un business sostenibile e dall'impronta tecnologica, la forte attenzione al sociale attraverso la OTB Foundation.

Per ulteriori informazioni:

OTB Corporate Communication
corporate_communication@otb.net