



**OTB PRESENTA *M.A.D.E., MADE IN ITALY, MADE PERFECTLY*, LA CAMPAGNA PER LA VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA DELLA MODA E DEL LUSSO ITALIANO**

- *Il polo del lusso italiano Only The Brave realizza una campagna per dare voce alle piccole e medie aziende della propria filiera, raccontandone Manualità, Artigianalità, Dedizione ed Eccellenza*
- *L'iniziativa coincide con i dieci anni del progetto C.A.S.H. per il supporto concreto della filiera italiana della moda*
- *All'evento, che si è tenuto presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, ha preso parte il Ministro Adolfo Urso*

Roma, 12 Settembre 2023 – **OTB**, polo della moda e del lusso internazionale, fondato da Renzo Rosso, 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 oggi presso il **Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT)** la campagna ***M.A.D.E., Made in Italy, Made Perfectly***, per la promozione e la valorizzazione della filiera italiana della moda. All'evento ha preso parte il Ministro Adolfo Urso, riconoscendo nel progetto un'iniziativa strategica per la promozione del bello e ben fatto italiano, in linea con la proposta del Governo di istituire per la prima volta la **Giornata nazionale del Made in Italy**.

La moda è un settore che si fonda sulle sinergie con la filiera, di cui l'Italia è un esempio eccellente, costituito da piccole e medie imprese capaci di realizzare l'essenza stessa del Made in Italy. Da questa consapevolezza deriva l'impegno di OTB che, in assoluto anticipo sui tempi, si è attivato per contribuire concretamente alla crescita e allo sviluppo del tessuto imprenditoriale che costituisce la propria filiera attivando, già nel 2013, il **progetto C.A.S.H.** (Credito Agevolato-Suppliers' Help). Un 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. C.A.S.H. coinvolge ad oggi 65 fornitori attivi che hanno ceduto l'86% dei loro crediti e, dall'inizio del programma, il volume totale dei pagamenti erogati ha superato i 450 milioni di euro. Una cifra importante che dimostra come iniziative di questo tipo possano contribuire fattivamente alla stabilità economico-finanziaria delle imprese, medie e piccole, e più in generale del Made in Italy.

Dalla volontà di dare voce e mettere in luce i suoi fornitori, oltre che dal legame che si è instaurato negli anni tra loro e il Gruppo, nasce la campagna ***M.A.D.E., Made in Italy, Made Perfectly***, acronimo di Manualità, Artigianalità, Dedizione ed Eccellenza. Un tributo a competenze e storie di coloro che,

# OTB

lavorando dietro le quinte, sono fondamentali nel processo di creazione di eccellenza e qualità del ben fatto italiano, e meritano di esserne i protagonisti.

Il progetto, che OTB lancerà attraverso le proprie piattaforme di comunicazione, culminerà nella Giornata del Made in Italy che il Consiglio dei Ministri ha fissato per il 15 aprile. L'iniziativa racconterà, attraverso i volti, i materiali e l'ambiente di lavoro, le storie di alcuni tra i più importanti fornitori di OTB, selezionati secondo specifici criteri, che vanno dalla relazione di lungo periodo con il Gruppo, alla partecipazione al progetto C.A.S.H., all'attenzione alla sostenibilità e all'innovazione. Le aziende partecipanti sono dislocate in diverse regioni del territorio italiano e appartengono ai comparti dei tessuti, del ready to wear, delle calzature, della conceria e pelletteria, e degli accessori metallici. Le voci di queste realtà, custodi dell'artigianalità italiana, saranno le protagoniste della campagna, che consentirà loro di essere conosciute e apprezzate dal grande pubblico.

*"M.A.D.E. vuole giustamente mettere in luce il patrimonio di conoscenze e il saper fare di tutti coloro che, quotidianamente, attraverso il loro lavoro, creano valore lungo l'intera filiera. Questa è la grandezza della moda italiana che ci regala ogni anno nuovi primati: siamo i primi esportatori del settore in Europa e i secondi al mondo perché tutti guardano alle nostre creazioni come a un "MUST HAVE" in grado di regalare un pezzetto del Belpaese che va ben oltre il capo in sé."* ha dichiarato il **Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso.**

*"Sono i piccoli produttori, le imprese artigiane, i veri artisti che danno vita alla filiera italiana della moda. È proprio grazie a loro che il Made in Italy è riconosciuto e amato nel mondo. Con questa campagna vogliamo rendere protagonisti gli artigiani del bello e ben fatto italiano, in cui creatività, manualità e innovazione si incontrano. Il Gruppo OTB è intervenuto in questi anni offrendo alla propria filiera possibilità di crescita, formazione, innovazione, trasformazione digitale e tecnologica e linee guida per il rispetto dei valori di sostenibilità e trasparenza."* ha commentato **Renzo Rosso, Presidente del Gruppo OTB.** *"Per aiutare davvero la filiera e il Made in Italy non si può pensare in termini di assistenza e il Governo non può fare tutto da solo: le risorse vanno investite bene e per questo vanno affidate alle imprese di grande e media dimensione che hanno gli strumenti per gestirle e la capacità di supportare le più piccole in termini di sviluppo e crescita. Sono orgoglioso che a celebrare l'impegno di OTB e i 10 anni del progetto C.A.S.H., che ha garantito ai nostri fornitori stabilità e sicurezza da un punto di vista finanziario, sia proprio questa campagna, con cui ci poniamo l'obiettivo di far conoscere il valore delle imprese e delle professionalità che stanno dietro al prodotto finito che vediamo sulle passerelle e nei negozi di tutto il mondo",* ha aggiunto **Rosso.**

## 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 oltre 6.000 dipendenti nel mondo, fonda le proprie basi su un approccio digitale che mette al centro il

# OTB

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](mailto:corporate_communication@otb.net)