



IL GRUPPO OTB PRESENTA I RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2022

FATTURATO DEL COMPARTO LUXURY IN CRESCITA DEL 32%

AUMENTANO GLI INVESTIMENTI SUI CANALI DIRETTI (73 NUOVE APERTURE)

PROMOSSE IMPORTANTI INIZIATIVE DI SOSTENIBILITA' PER L'INTERO SETTORE

Breganze (Vicenza), 14 febbraio 2023 - 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 oggi il bilancio consolidato al 31 dicembre 2022.

#### KEY NUMBERS

- Fatturato: 1.743 milioni di euro
- Net Sales: 1.630 milioni di euro
- EBITDA: 314 milioni di euro pari al 19,2% sulle Net Sales
- EBIT: 134 milioni di euro pari al 8,2% sulle Net Sales
- Risultato Netto: 105 milioni di euro
- Posizione Finanziaria Netta (pre IFRS 16): 293 milioni di euro

Il 2022 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 1.743 milioni di euro, in incremento del 14% rispetto al 2021 (gestionale\*<sup>1</sup>)**.

**Le vendite nette si sono attestate a 1.630 milioni di euro, in aumento del 12% rispetto al 2021, trainate dal comparto luxury** (Jil Sander, Maison Margiela e Marni). Per quanto riguarda le aree geografiche, soprattutto grazie alla forte espansione retail, le migliori performance si sono registrate in **Nord America** e nell'area **Asia-Pacific**, dove il Giappone rimane il mercato di riferimento per il Gruppo.

L'Ebitda del Gruppo è pari a **314 milioni di euro** (+22% rispetto all'anno 2021 gestionale\* e +65% rispetto al 2019).

L'Ebit del Gruppo ha raggiunto i **134 milioni di euro** – in crescita di 40 milioni di euro rispetto al 2021 gestionale\* e di 116 milioni di euro sul 2019.

---

<sup>1</sup> \*Gestionale: valore al netto delle componenti non ricorrenti

# OTB

**Il risultato netto si attesta a quota 105 milioni di euro**, in crescita di 44 milioni di euro rispetto al 2021 gestionale\* e di 103 milioni di euro rispetto al 2019.

**Nel 2022 gli investimenti sono stati pari a 81 milioni di euro**, in aumento del 70% rispetto al 2021 e del 116% rispetto al 2019, con un focus particolare sui canali diretti, in primis sull'espansione retail, e in specifiche geografie.

## KEY HIGHLIGHTS

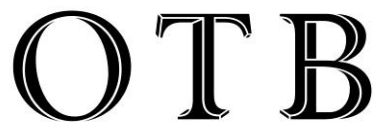
I brand del **comparto luxury** (Jil Sander, Maison Margiela, Marni) guidano lo sviluppo di OTB, registrando una solida e costante crescita sia sul 2021 (+32%) che sul 2019 (+103%). Anche le aziende **Staff International** e **Brave Kid** hanno dato un contributo rilevante, generando ricavi in aumento rispettivamente del 32% e del 26% rispetto al 2021.

**Il brand Marni** ha mostrato ottime performance, registrando un aumento del fatturato del 29% rispetto al 2021. Grazie alla direzione creativa di Francesco Riso, ad un percorso di riposizionamento del brand ormai consolidatosi nel tempo e ad importanti investimenti nel prodotto e nel marketing, Marni ha raggiunto sempre di più un pubblico globale. Il brand è infatti riuscito a creare una Marni community di *brand lovers* e *celebrities* mondiali che seguono il marchio nei propri show itineranti, da Milano, a New York, a Tokyo.

In crescita costante anche **Maison Margiela**, che registra un aumento del fatturato del 24% sull'anno precedente. L'evoluzione vissuta dal brand negli ultimi anni sotto la direzione creativa di John Galiano ha visto un ulteriore slancio con l'inaugurazione del nuovo headquarter di Parigi in Place des États-Unis nell'iconico XVI *arrondissement*.

Anche **Jil Sander**, dopo il primo anno di piena integrazione nel Gruppo OTB e grazie al supporto della piattaforma produttiva di Staff International, registra una crescita del 61% rispetto al 2021, consolidata per 9 mesi di gestione OTB. I risultati confermano quanto le sinergie attivate con il Gruppo siano state determinanti per la crescita e il consolidamento del brand, che continua a distinguersi per una grande attenzione al design, all'artigianalità e alla qualità del prodotto. Inoltre, la visione dei direttori creativi Lucie e Luke Meier ha elevato ancora di più il posizionamento di Jil Sander nel panorama luxury globale.

Sotto la guida del direttore creativo Glenn Martens, prosegue con successo il percorso di riposizionamento di **Diesel** quale brand *alternative to luxury*, con importanti investimenti nel prodotto, nella comunicazione e nel rinnovamento dell'immagine degli store. Gli effetti di questa fase evolutiva sono già visibili dalle ottime performance di alcuni prodotti diventati in breve tempo iconici – tra cui, ad esempio, la borsa 1DR –, e dall'interesse e coinvolgimento sempre crescente di un pubblico di nuovi clienti e *brand lovers* globale. Protagonista a Milano nel 2022 della prima sfilata inclusiva aperta al pubblico e alla community virtuale dei possessori dei propri NFT, Diesel sta vivendo



oggi un momento di grande visibilità, tanto da essere stato inserito nella top 10 dei brand più “hot” dell’anno<sup>2</sup>.

## GROUP KEY FACTS

### Crescita dei canali diretti ed espansione retail

Prosegue anche per il 2022 la forte spinta degli investimenti sui canali diretti del Gruppo con l’apertura di **73 nuovi punti vendita** in mercati chiave per lo sviluppo internazionale e in particolare in Cina, Corea e Stati Uniti. Da sottolineare inoltre un ulteriore rafforzamento del canale e-commerce, con l’ingresso del brand **Maison Margiela nella piattaforma omni-channel MOON**, l’innovativo modello operativo di OTB che fornisce un’esperienza di shopping digitale completa, fluida e personalizzata, lanciato per la prima volta con Diesel nel 2020 e sviluppatosi ulteriormente con l’ingresso di Marni nel 2021. In occasione dell’integrazione, Maison Margiela ha anche presentato un completo restyling del proprio sito, voluto e curato dal direttore creativo John Galiano, che ripensa il rapporto della moda con lo shopping online rendendolo una rappresentazione digitale dell’esperienza fisica in negozio.

Anche per il 2022, continua il trend positivo nella crescita delle vendite online per tutti i brand del Gruppo.

### Geografie: Asia-Pacific e Stati Uniti mercati strategici, in Europa nuovo headquarter per Maison Margiela a Parigi e importante progetto immobiliare a Milano

A conferma della strategia intrapresa nell’anno precedente, anche il 2022 ha visto un’ulteriore espansione del Gruppo OTB con l’obiettivo di sviluppare i mercati internazionali attraverso l’apertura di store monomarca in aree geografiche dal grande potenziale, come ad esempio la regione Asia-Pacific. L’apertura più rilevante dell’anno ha avuto luogo in **Cina**, presso il luxury mall JC Plaza di Shanghai, dove a luglio è stato inaugurato il più grande punto retail al mondo di OTB, che ospita gli store di Jil Sander, Maison Margiela, Marni e Amiri, di cui il Gruppo, oltre a detenere una partecipazione di minoranza, gestisce la distribuzione esclusiva per tutta l’Asia-Pacific e Giappone. OTB ha consolidato la propria presenza anche in **Corea del Sud** dove – dopo l’apertura della filiale nel 2021 – ha inaugurato 15 nuovi punti vendita nel Paese e investito in maniera rilevante in marketing e comunicazione a supporto dei propri brand. Si confermano inoltre gli investimenti in **Nord America**, dove prosegue il consolidamento del network retail, con l’apertura di 13 punti vendita in città chiave, tra cui Jil Sander a New York e Miami, Maison Margiela a Honolulu e Dallas e, infine, Diesel a Toronto e Montreal.

In **Europa**, regione che rappresenta il cuore e la storia del Gruppo, OTB ha deciso di dedicare **importanti investimenti alle proprie sedi**, a beneficio del benessere delle persone e per elevare ulteriormente il posizionamento del Gruppo e dei suoi marchi. In quest’ottica, è stato inaugurato il

---

<sup>2</sup> Secondo il Lyst Index 2022, che classifica i marchi e prodotti più desiderati dai consumatori.

# OTB

nuovo headquarter di Maison Margiela in Place des États-Unis a Parigi, in allineamento con la crescita, l'evoluzione e lo spirito del brand. I nuovi uffici si aggiungeranno a quelli in Avenue d'Èna.

Inoltre, nel 2022 è stato annunciato un importante progetto di sviluppo immobiliare del Gruppo a Milano presso l'Ex-Scalo di Porta Romana, futuro polo del lusso internazionale, dove sorgeranno nel 2025 i nuovi headquarters di Jil Sander e Marni.

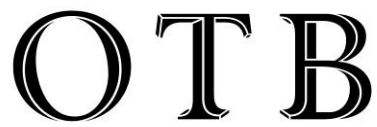
## Innovazione digitale

Il 2022 è stato un anno di importante slancio in termini di innovazione digitale. **BVX** (Brave Virtual Xperience) – la divisione dedicata allo sviluppo di progetti, contenuti e prodotti destinati al mondo virtuale, gaming e NFT – ha dato vita insieme a Diesel alla prima collezione NFT del marchio, **D:VERSE**, che oltre a garantire l'accesso a prodotti fisici in serie limitata e inviti ad eventi esclusivi, permette di far parte di una community che ha la possibilità di incontrarsi nel metaverso e condividere esperienze virtuali. Inoltre, a partire da giugno 2022, OTB ha registrato sulla piattaforma blockchain sviluppata da **Aura Blockchain Consortium**, di cui è membro fondatore, circa 300 mila capi dei brand Maison Margiela, Marni e Jil Sander. Grazie alla scrittura in blockchain e all'inserimento di un tag NFC all'interno degli stessi prodotti, OTB ha creato e messo a disposizione dei clienti dei propri brand una vera e propria certificazione digitale di autenticità: uno strumento che non solo assicura una maggiore trasparenza verso il cliente, ma consente anche di offrire nuovi servizi nonché di garantire il valore del prodotto nel tempo e renderne impossibile la contraffazione.

## Sostenibilità

Il 2022 è stato l'anno in cui il Gruppo OTB ha presentato il proprio **Report di Sostenibilità** relativo al 2021, raccogliendo e sintetizzando per la prima volta i risultati di tutti i progetti e le iniziative in materia di responsabilità sociale e ambientale. Nel documento sono stati delineati ambiziosi obiettivi, tra cui il raggiungimento della neutralità carbonica delle operazioni interne entro il 2030, e importanti target per la crescita responsabile del Gruppo. Nel 2022 OTB ha aderito con tutti i propri brand a **The Fashion Pact**, la coalizione globale di aziende impegnate nel condividere le best practice e trovare insieme nuove soluzioni per la riduzione dell'impatto ambientale di tutto il settore moda. Infine, è stato promotore della creazione del **Consorzio Re.Crea**, fondato in seno alla Camera Nazionale della Moda insieme alle più importanti eccellenze del settore del lusso in Italia, per rispondere tempestivamente alla direttiva europea sulla Responsabilità Estesa del Produttore in materia di rifiuti tessili e promuovere la ricerca e lo sviluppo di soluzioni innovative per il riciclo.

Nel 2022, **OTB Foundation** ha continuato il proprio impegno nell'intervento immediato a supporto delle emergenze sociali globali. In particolare, allo scoppio del conflitto in Ucraina, la Fondazione è stata tra i primi ad intervenire, accogliendo 443 rifugiati in Italia. Inoltre, a beneficio delle persone in situazione di difficoltà economica, OTB Foundation ha aperto nuovi Empori Solidali per la distribuzione gratuita di beni di prima necessità. Sono continuate anche le azioni della Fondazione a



supporto dell'empowerment femminile, attraverso l'istituzione di borse di studio (Brave Women Awards<sup>3</sup>), e progetti concreti di aiuto contro la violenza di genere.

### **Modello industriale**

Alla crescita del Gruppo e al consolidamento del suo modello industriale hanno contribuito il continuo sviluppo delle piattaforme produttive, il potenziamento della rete logistica e la completa integrazione della produzione di Jil Sander all'interno di Staff International. Inoltre, in un'ottica di efficientamento, nel 2022 l'organizzazione di Staff International si è evoluta attraverso la creazione di quattro nuove business unit: Ready to Wear Operations, Shoes and Bags Operations, Logistica e Licenze.

Continua l'impegno del Gruppo per il supporto della filiera attraverso il **progetto C.A.S.H.**, con il quale dal 2013 OTB affianca i fornitori garantendo loro la possibilità di richiedere il pagamento anticipato delle fatture dei brand del Gruppo a tassi agevolati. Dalla sua nascita l'iniziativa è cresciuta costantemente anno dopo anno e a fine 2022 il volume totale dei pagamenti ha superato i 450 milioni di euro complessivi.

Alla luce di questi risultati, il Gruppo OTB – che ha recentemente perfezionato il piano strategico 2023-2025 – conferma ambiziosi obiettivi di crescita organica e l'interesse verso potenziali acquisizioni nel segmento del lusso. La crescita è uno dei punti chiave di un percorso che potrebbe portare il Gruppo a valutare un'apertura verso il mercato dei capitali.

*"Il 2022 è stato un anno molto sfidante ma nonostante la guerra in Ucraina, la difficile congiuntura economica mondiale e i continui lockdown in Cina, i brand del segmento luxury del Gruppo continuano a crescere in maniera consistente. Jil Sander, Maison Margiela e Marni sono marchi iconici e straordinari come i loro direttori creativi, si distinguono da tutti gli altri del settore del lusso e hanno caratteristiche speciali che li rendono sempre più amati e ricercati dai consumatori di tutto il mondo, come dimostrato dai grandi risultati ottenuti quest'anno. Sono fiero anche del percorso che stiamo facendo per riposizionare Diesel, che con Glenn Martens sta vivendo un momento di grande visibilità e nel 2022 è stato inserito nella classifica dei brand più cool<sup>4</sup> e desiderati del momento. Ci vuole un grande lavoro ma gli effetti iniziano a vedersi grazie alle ottime performance di alcuni prodotti iconici e l'interesse crescente di un pubblico giovane di nuovi clienti nel mondo. Per andare incontro alle esigenze delle nuove generazioni, abbiamo continuato a puntare sull'innovazione con i progetti della nostra divisione BVX, che quest'anno ha prodotto la prima collezione NFT per Diesel, e attraverso la certificazione digitale di autenticità di tantissimi prodotti inseriti sulla piattaforma blockchain di Aura, di cui siamo membri fondatori. Le previsioni per i prossimi anni indicano che tutto il settore del lusso*

---

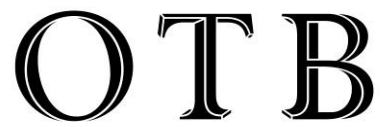
<sup>3</sup> Attraverso il progetto Brave Women Awards, OTB Foundation finanzia i costi del biennio magistrale presso l'Università Bocconi di studentesse selezionate, che potranno scegliere fra quattro corsi a indirizzo manageriale.

<sup>4</sup> Secondo il Lyst Index 2022, che classifica i marchi e prodotti più desiderati dai consumatori.

# OTB

*dovrebbe crescere ulteriormente, un dato che ci fa guardare al futuro con entusiasmo e determinazione. Per vincere questa sfida globale i grandi gruppi come il nostro, devono allearsi con la filiera, garantendo continuità operativa e creando nuove opportunità di crescita, con una forte attenzione alla sostenibilità. Oggi più che mai dobbiamo impegnarci per ridurre l'impatto ambientale di un'industria che è stata per molti anni una delle più inquinanti al mondo e solo unendo le forze potremo fare davvero la differenza. Per questo, abbiamo scelto di entrare a far parte di The Fashion Pact con tutto il Gruppo OTB e abbiamo fondato, insieme ad altri importanti brand della moda, il Consorzio Re.Crea, per essere promotori di un cambiamento concreto che coinvolga tutta l'industria. Sostenibilità per noi significa anche responsabilità sociale, abbiamo il dovere di restituire al territorio parte della ricchezza che abbiamo creato e di aiutare le persone più deboli. Sono un grande sostenitore dell'economia circolare e attraverso la nostra OTB Foundation anche quest'anno siamo riusciti a trasformare questa missione in azioni concrete: abbiamo accolto 443 persone dall'Ucraina, dando loro una casa, un lavoro e una speranza per il futuro, abbiamo aperto nuovi Empori Solidali per le persone in difficoltà, abbiamo supportato le donne attraverso il finanziamento di borse di studio e lavorando a progetti contro la violenza di genere. Grazie a team favolosi diretti da manager visionari e moderni, stiamo guidando il Gruppo verso nuovi e ambiziosi traguardi",* ha dichiarato il **Presidente del Gruppo OTB, Renzo Rosso**.

*"Il 2022 è stato un anno molto stimolante. Il Gruppo OTB ha confermato ancora una volta un trend di crescita significativo e questo è per me motivo di estremo orgoglio e soddisfazione. Pur rimanendo fedeli al nostro piano strategico di sviluppo, quest'anno siamo stati capaci di mettere in campo la giusta dose di flessibilità per reagire in modo efficace e rapido alle sfide che l'economia e il mercato ci hanno posto davanti. Credo che uno dei fattori fondamentali di questo successo sia la capacità di fare squadra e di supportare la nostra filiera, principalmente localizzata in Italia. Lavorando fianco a fianco con i nostri fornitori, abbiamo creato un ecosistema efficiente e solide fondamenta produttive per i nostri brand. Una filiera coesa e caratterizzata da relazioni di fiducia di lungo periodo assicura libertà creativa ai nostri designer, ci permette di fare innovazione continua sul prodotto e di promuovere soluzioni sempre più responsabili in termini di processo produttivo e utilizzo dei materiali. Inoltre, il 2022 è stato un anno di rafforzamento e consolidamento della nostra presenza nelle regioni a più alto potenziale, come l'Asia Pacific e il Nord America, ma anche quello dell'avvio di progetti di innovazione della nostra piattaforma logistica, con investimenti importanti per l'automazione dei nostri magazzini e la creazione di sinergie imprescindibili per la crescita dei nostri marchi. L'insieme di questi fattori, per noi strategici, ci ha permesso di rafforzare anche quest'anno il posizionamento del nostro Gruppo a livello internazionale e di crescere a doppia cifra in tutti i principali indicatori economici. Un risultato reso possibile anche grazie ad una struttura manageriale e organizzativa forte e compatta, in grado non solo di reagire rapidamente e in maniera efficace ai cambiamenti, ma anzi di aprire la strada a nuove opportunità e di tracciare la direzione verso idee e progetti innovativi capaci di coinvolgere i più rilevanti stakeholder del settore della moda e del lusso",* ha dichiarato **Ubaldo Minelli, Amministratore Delegato del Gruppo OTB**.



## **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 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)