



Gentili Azionisti,

il 2020 è stato un anno difficile che ha afflitto e messo a dura prova gran parte dell'umanità. Anche il quadro economico è stato fortemente impattato dalla pandemia con una decrescita di carattere generale e condizioni estremamente sfavorevoli per alcuni settori tra i quali quello in cui opera la nostra società. In questo contesto il nostro Gruppo è stato fortemente resiliente, a dimostrazione di un solido posizionamento rispetto alle dinamiche in essere e di un'adeguata capacità di reazione. Riteniamo che il quadro generale e il nostro assetto ci consentano di poggiare su solide basi per la crescita futura. Gli eventi dell'ultimo anno hanno accelerato alcuni trend già in atto, come la sempre maggiore attenzione ai temi della sostenibilità, il maggiore interesse verso capi di abbigliamento per un utilizzo domestico o activewear, nonché il passaggio da un approccio alla moda "fast" a favore di una crescente attenzione alla qualità e durata dei capi di abbigliamento: tutte tendenze rispetto alle quali il nostro DNA risulta particolarmente allineato. E anche sul fronte della crescente importanza dei canali di vendita digitali, ed ancor più dell'omnichannel ci sentiamo molto ben attrezzati.

La nostra azienda, protagonista di un ulteriore significativo aumento di quota di mercato pur in assenza di un incremento di superfici di vendita, ha saputo reagire prontamente, raggiungendo risultati importanti. Nel 2020 abbiamo migliorato in modo significativo la navigabilità del nostro sito consentendo una crescita di traffico organico nei nostri canali online, che ha ormai superato stabilmente i 4 milioni di visitatori al mese; è stato lanciato con successo il marchio PIOMBO che, introdotto in tutti i negozi OVS, ha consentito di realizzare una forte crescita della produttività negli spazi destinati; abbiamo avviato una logica di piattaforma, dove OVS si pone non solo come brand ma anche come luogo fisico e virtuale capace di soddisfare sempre meglio i diversi lifestyle della vasta customer base. Anche attraverso l'introduzione di marchi complementari, ciascuno con un suo preciso posizionamento, come ad esempio PIOMBO, Everlast e Grand&Hills. Oltre a questi, di cui produciamo l'intera offerta, abbiamo invitato a far parte del nostro marketplace alcuni brand internazionali fortemente riconosciuti, come Gap e Tally Weijl. Molti altri marchi, sinergici con la nostra offerta, seguiranno. Abbiamo avviato un'importante riqualificazione del nostro portafoglio di negozi, con la campagna "Balanced Store" che, anche alla luce della pandemia, ha visto un'accelerazione nel processo di uscita dai negozi che non presentavano adeguati parametri di redditività laddove le trattative con i proprietari immobiliari non hanno consentito di raggiungere un accordo di rimodulazione dei canoni di affitto. Inoltre, dopo anni di intenso lavoro, l'impegno nell'ambito della sostenibilità sta mostrando tangibili risultati, come dimostrato dai numerosi obiettivi raggiunti nell'anno, tra cui l'implementazione del progetto di OVS «Ecovalore» e l'ulteriore estensione dell'impiego di cotone biologico o certificato, ora presente nell'85% della nostra offerta e che ha consentito un risparmio stimato di 25 miliardi di litri di acqua. Infine, è da rilevare l'acquisto del brand Stefanel finalizzato a inizio 2021, che consentirà di arricchire ulteriormente l'approccio multi-brand al fine di sfruttare le nostre sinergie di sourcing a beneficio di un'ulteriore diversificazione di posizionamento e di ottimizzazione nell'utilizzo degli spazi commerciali.

Siamo convinti di avere davanti a noi rilevanti opportunità di crescita che coglieremo adottando una strategia che valorizzi le nostre peculiarità, in sintonia con i trend strutturali del mercato. Intendiamo affrontare la crescita in una logica di ecosistema, attraverso lo sviluppo di diversi canali, dal fisico, al digitale, al B2B. Con marchi propri o di terzi, in licenza o in concession. Il sito Ovs.it verrà gradualmente trasformato in un marketplace, sempre ampiamente presidiato da prodotti da noi sviluppati e realizzati affiancati da una selezione di brand noti o emergenti, sempre sinergici con la nostra offerta e caratterizzati da un chiaro

OVS SpA

Sede legale: via Terraglio, 17
30174 Venezia Mestre, Italy
T +39 041 2397500 F +39 041 2397630

N. Iscrizione Reg. Imprese Venezia
C.F. e P.I. 04240010274

ovscorporate.it

Capitale sociale euro 227.000.000,00 i.v.

OVS

OVS
KIDS

upim

Bukids

CROFF



posizionamento. Anche i negozi fisici vedranno la stessa logica, allo scopo di generare sempre maggior interesse e traffico. Vediamo ancora opportunità di crescita di quota di mercato anche nel canale fisico, dove la penetrazione in Italia risulta essere ancora inferiore rispetto a gruppi leader nei rispettivi mercati domestici in Europa. La crescita avverrà prevalentemente con il subentro ad aziende o quote di mercato esistenti, più che attraverso la pura competizione per acquisire nuove quote di mercato, su location dove la proprietà immobiliare avrà razionalizzato quanto sta accadendo e compreso quindi che l'affitto richiesto deve essere compatibile con i nuovi equilibri. L'acquisizione di alcuni spazi commerciali prima detenuti da Auchan nel corso del 2020, ad esempio, va in questa direzione. Spazi già destinati all'abbigliamento, con relativo avviamento, trasformati principalmente in negozi Upim, insegna che per le sue caratteristiche è particolarmente adatta a rimpiazzare le vendite di abbigliamento già realizzate nei medesimi spazi. Il consolidamento del mercato potrà avvenire con accordi o acquisizioni di aziende interessate a cercare sinergie o interessate a cedere la loro attività. Proseguirà inoltre la crescita dei piccoli formati in aree commerciali secondarie e quindi meno presidiate, avvalendoci dei diversi format a nostra disposizione. Il marchio Upim, in tale contesto, si inserisce perfettamente: la sua offerta funzionale, di qualità, al giusto prezzo, lo rende correttamente posizionato per cogliere le opportunità in zone di prossimità ed in piccoli comuni, dove i brand internazionali risultano meno adatti alle esigenze della clientela locale ed i numerosi multi-marca risultano essere inefficienti. Accelereremo inoltre lo sviluppo del marchio Croff, specializzato in prodotti per la decorazione della casa, di cui abbiamo messo a punto un format molto interessante ed apprezzato dai clienti. Lo sviluppo avverrà in gran parte in franchising, data l'ampia disponibilità di piccoli spazi lasciati liberi da settori in difficoltà.

La volontà di essere ovunque il cliente sia presente ci porterà ad aumentare ulteriormente il nostro impegno verso la multicanalità. OVS come piattaforma che ospita vari brand, presenti a volte in negozio e sempre online, va in questa direzione. Intendiamo valorizzare la peculiarità di essere il gruppo di abbigliamento maggiormente distribuito in Italia, capace di consegnare i brand a cui offriremo la possibilità di essere presenti sul nostro sito non solo a domicilio, ma anche in uno dei nostri oltre mille negozi in Italia dove il cliente lo potrà ritirare, aprendo così la strada ad una maggiore efficienza logistica e di sostenibilità ambientale.

Siamo convinti che la nostra azienda stia proseguendo nel giusto percorso che consentirà di creare valore nel breve e nel medio lungo periodo. A questo proposito ringraziamo i nostri stakeholder, dai dipendenti ai fornitori, che, in un anno complesso come il 2020, hanno compreso la situazione e hanno tutti collaborato a porre le basi per poter beneficiare più di altri dell'atteso progressivo ritorno alla normalità.


Stefano Beraldo
Amministratore Delegato

OVS SpA

Sede legale: via Terraglio, 17
30174 Venezia Mestre, Italy
T +39 041 2397500 F +39 041 2397630

N. Iscrizione Reg. Imprese Venezia
C.F. e P.I. 04240010274

ovscorporate.it

Capitale sociale euro 227.000.000,00 i.v.

OVS

OVS
KIDS

upim

Bukids

CROFF