

# Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 0322-13-2016	Data/Ora Ricezione 10 Febbraio 2016 12:32:14	MTA
--	--	-----

Societa' : BASIC NET

Identificativo : 69318

Informazione  
Regolamentata

Nome utilizzatore : BASICNETN01 - MEZZALIRA

Tipologia : IRAG 10

Data/Ora Ricezione : 10 Febbraio 2016 12:32:14

Data/Ora Inizio : 10 Febbraio 2016 12:47:15

Diffusione presunta

Oggetto : BasicNet: Esaminati i dati preliminari. Il  
2015 consolida la crescita commerciale e  
reddituale del Gruppo

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.

## BasicNet S.p.A.

Largo Maurizio Vitale, 1  
10152 Torino  
Italy  
phone +39 011 2617 1  
fax +39 011 2617 595  
free number 800 80 2000  
e-mail: someone@basic.net  
pec: basicnet@legalmail.it  
www.basic.net

# BasicNet

### COMUNICATO STAMPA

#### **BASICNET: esaminati i dati preliminari. Il 2015 consolida la crescita commerciale e reddituale del Gruppo.**

**Torino, 10 febbraio 2016** - Il Consiglio di Amministrazione di BasicNet S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marco Boglione, ha preso visione dei dati preliminari relativi all'esercizio 2015, in attesa di quelli definitivi che verranno esaminati dal Consiglio il prossimo 18 marzo.

Risultati preliminari<sup>(\*)</sup> del 2015:

- *vendite aggregate* di prodotti recanti i marchi del Gruppo (Kappa<sup>®</sup>, Robe di Kappa<sup>®</sup>, Superga<sup>®</sup>, K-Way<sup>®</sup>, Lanzerà<sup>®</sup>, AnziBesson<sup>®</sup>, JesusJeans<sup>®</sup> e Sabelt<sup>®</sup>), sviluppate nel Mondo dal *network* di licenziatari commerciali e produttivi, a 731 milioni di Euro, in crescita del 17,2% rispetto al 2014 (517 milioni relative ai licenziatari commerciali e 214 milioni sviluppate dai licenziatari produttivi);
- aumento dei fatturati in tutte le aree geografiche: Americhe (+22,8%), Medio Oriente e Africa (+18,4%), Asia e Oceania (+16,9%), Europa (+14,1%);
- importante sviluppo delle vendite per Superga<sup>®</sup> e K-Way<sup>®</sup>, rispettivamente del 23,5% e del 23%. Rilevante l'aumento di quelle a marchi Kappa<sup>®</sup> e Robe di Kappa<sup>®</sup> (+12,4%);
- *royalties e sourcing commission* da vendite aggregate dei licenziatari commerciali e produttivi, realizzate dalla Capogruppo e dalle società proprietarie dei Marchi, a 58,5 milioni di Euro, rispetto ai 51,9 milioni di Euro del 2014 (+12,7%) (+13% a livello consolidato);
- *vendite* conseguite dalla società licenziataria italiana BasicItalia, a 133,5 milioni di Euro, con uno sviluppo dell'11,2% rispetto al medesimo periodo dell'esercizio precedente; margine di contribuzione sulle vendite di 54,8 milioni di Euro, rispetto ai 52,6 milioni del 31 dicembre 2014 (+4,13%), nonostante la sensibile penalizzazione degli acquisti in dollari USA;
- *EBITDA* a 32 milioni di Euro, in crescita dell'8,7%, rispetto ai 29,5 milioni del 2014;
- *EBIT*, pari a 25,7 milioni di Euro (23 milioni nel 2014), in miglioramento dell'11,5% rispetto all'esercizio precedente;
- utile consolidato ante imposte (*EBT*) a 26,4 milioni di Euro (20,6 milioni al 31 dicembre 2014) +27,8%, anche per effetto di significativi profitti derivanti dalla gestione dei cambi (circa 3 milioni di Euro);
- *indebitamento finanziario* ulteriormente in diminuzione a 45,4 milioni di Euro e *debt/equity ratio* a 0,49 (0,56 al 31 dicembre 2014), pur avendo nell'esercizio distribuito dividendi per circa 4 milioni di Euro, acquistato azioni proprie per 1,9 milioni di Euro e sostenuto investimenti per circa 5 milioni di Euro;
- ottima *performance* del titolo in Borsa: +114,6% nei 12 mesi del 2015.

## COMMENTO DEI PRINCIPALI INDICATORI DEL PERIODO

Le vendite aggregate dei licenziatari commerciali, pari a 516,7 milioni di Euro, evidenziano una crescita del 15,6% rispetto ai 446,8 milioni riferiti all'esercizio precedente. La continua e intensa attività di sviluppo internazionale dei Marchi ha permesso di conseguire significativi risultati in tutti i Paesi extraeuropei, che rilevano una crescita superiore al 18%. Il mercato europeo, registra complessivamente un miglioramento del 14%. Crescono anche le vendite aggregate dei licenziatari produttivi, i "sourcing centers", che passano dai 176,4 milioni dell'esercizio precedente ai 213,8 milioni del 2015.

Alla luce di quanto sopra, il fatturato dalle attività di vendita e produzione generato attraverso i licenziatari del Gruppo nel Mondo è stato di complessivi 731 milioni di Euro, con una crescita del 17,2%, rispetto all'esercizio precedente.

Lo sviluppo commerciale del periodo ha consentito alla Capogruppo e alle società proprietarie dei Marchi di consuntivare *royalties* attive e le commissioni dei *sourcing* per circa 58,5 milioni di Euro, rispetto ai 51,9 milioni di Euro dell'esercizio precedente (+12,7%). A livello consolidato le *royalties* attive e le *commissioni dei sourcing* si attestano a 46,5 milioni di Euro, in crescita del 13%, rispetto ai 41,2 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Le vendite realizzate dalla partecipata BasicItalia S.p.A e dalla sua controllata Basic Retail S.r.l, ammontano, a valori consolidati, a 133,5 milioni di Euro, in crescita dell'11,2% rispetto ai 120 milioni di Euro del 2014. Il margine di contribuzione sulle vendite, pari a 54,8 milioni di Euro, si confronta con i 52,6 milioni dell'esercizio precedente. Il miglioramento del margine, che in valori assoluti cresce del 4,13%, è la risultanza dell'effetto combinato di attività volte all'ottimizzazione delle collezioni, all'ottenimento di maggior competitività sui prezzi di acquisto, all'adeguamento dei listini di taluni prodotti e, soprattutto, ad un significativo sviluppo commerciale. Tali fattori hanno permesso di assorbire l'apprezzamento del Dollaro USA, moneta nella quale sono prevalentemente denominati gli acquisti di prodotto finito.

Gli investimenti in sponsorizzazioni e media, pari a 19,3 milioni di Euro crescono rispetto all'esercizio precedente per effetto delle nuove sponsorizzazioni, in particolare dell' SSC Napoli, del US Sassuolo e del Leeds United FC, avviate nella seconda parte dell'esercizio, confermando un'accentuata propensione al sostegno della diffusione dei Marchi.

Il costo del lavoro, le spese di vendita, quelle generali e amministrative e le *royalties* passive sono cresciuti in misura meno che proporzionale allo sviluppo del fatturato, in virtù delle efficienze realizzate nella gestione operativa.

Per effetto delle componenti sopra descritte, l'EBITDA del periodo supera i 32 milioni di Euro (+8,7% rispetto al 2014) e l'EBIT è pari a 25,7 milioni di Euro, rispetto ai 23 milioni di Euro dello scorso esercizio, in crescita dell'11,5%.

Il risultato ante imposte consolidato, (EBT), è pari 26,4 milioni di Euro e migliora del 27,8% rispetto al 2014, anche per effetto del saldo attivo della gestione valutaria (3 milioni di Euro al 31 dicembre 2015) e della riduzione degli oneri finanziari, conseguente alla diminuzione dell'indebitamento e ai costi più competitivi del servizio del debito (2,2 milioni del 2015, contro i 2,9 milioni del 2014).

Il risultato netto consolidato, che sarà reso pubblico nel prossimo mese di marzo, recepirà la fiscalità di Gruppo ante applicazione del c.d. "Patent box", per il quale nello scorso mese di dicembre sono state avviate le procedure di interpello presso l'Agenzia delle Entrate, per poter beneficiare di tali agevolazioni già per l'esercizio 2015.

I valori definitivi del beneficio della detassazione di talune componenti di reddito, derivanti dallo sfruttamento economico delle proprietà intellettuali del Gruppo, saranno infatti recepiti solo successivamente all'esito del contraddittorio con l'Agenzia delle Entrate, previsto nella seconda parte dell'esercizio in corso.

L'indebitamento consolidato netto, comprensivo dei finanziamenti a medio termine, dei leasing finanziari (per 17,3 milioni di Euro) e dei mutui immobiliari (per 11,2 milioni di Euro), si riduce a 45,4 milioni di Euro, rispetto ai 45,6 milioni di Euro al 31 dicembre 2014, con *debt/equity* ratio a 0,49 (0,56 al 31 dicembre 2014).

L'indebitamento risulta altresì ottimizzato in termini di *duration*, in relazione al finanziamento a medio periodo, perfezionato con Banca Intesa San Paolo.

La posizione finanziaria netta della Capogruppo BasicNet è positiva per 45,2 milioni di Euro, in miglioramento rispetto ai 40,8 milioni di Euro del 2014.

## **SINTESI DELLE PRINCIPALI ATTIVITÀ COMMERCIALI DEL 2015**

Nell'ambito dell'attività di sviluppo della presenza internazionale dei Marchi nel 2015:

- per i marchi Kappa® e Robe di Kappa®, presenti in 119 paesi del mondo, sono stati siglati nuovi accordi per i territori di Cile, Paraguay e Ungheria. L'attività commerciale è stata altresì dedicata al rinnovo dei contratti in scadenza nel Medio Oriente, Sud Est Asiatico, Est Europa, Belgio, Brasile, Hong Kong e Russia;
- per il marchio Superga®, presente in 102 paesi, sono stati firmati nuovi contratti di licenza per i territori di Panama, Colombia, Russia e Bulgaria e sono stati rinnovati i contratti per Israele e per i principali mercati del Sud Est Asiatico;
- per il marchio K-Way® è stato firmato un nuovo accordo di licenza per il Cile. Complessivamente il marchio è diffuso su 18 mercati.

E' proseguito in numerosi Paesi lo sviluppo del canale *retail* con nuove aperture, da parte dei licenziatari, di negozi monomarca K-Way® e Superga®. Al 31 dicembre 2015, sul territorio italiano operavano complessivamente 233 negozi a Marchi del Gruppo, con una crescita complessiva delle vendite *plug@sell* del 9% (5% a parità di perimetro).

A seguito delle nuove aperture, i negozi monomarca e gli *shop in shop* Kappa® e Robe di Kappa® dei licenziatari nel Mondo sono complessivamente 656 (dei quali 126 in Italia), mentre quelli ad insegna Superga® contano 172 punti vendita (dei quali 76 in Italia) e 34 i negozi a marchio K-Way® (23 dei quali in Italia).

### **Sponsorizzazioni e comunicazione**

#### **Marchio Kappa®**

Il marchio Kappa® è storicamente associato a importanti sponsorizzazioni. Affianca nel mondo oltre 125 tra team primari e federazioni, dei quali 76 nel calcio, in più di 30 paesi e in tutti e 5 i continenti.

Nell'esercizio sono stati conclusi nuovi accordi di sponsorizzazione tecnica per il territorio italiano con il Benetton Treviso Rugby e, per il calcio, con l'US Sassuolo Calcio e l'SSC Napoli. Per quest'ultimo contratto, oltre alle consuete attività di fornitura tecnica e sviluppo del *merchandising*, sono state previste collaborazioni allargate per la valorizzazione del marchio Napoli, andando a beneficiare dell'importante *Network* di partner commerciali sviluppato con il marchio Kappa® dal Gruppo BasicNet nel Mondo.

Il licenziatario per il mercato inglese ha siglato un nuovo contratto quinquennale di sponsorizzazione con la squadra di calcio Leeds United, il licenziatario per il mercato belga ha concluso un accordo di sponsorizzazione con lo Standard Liège Football Club e ultimi, in ordine di tempo, gli accordi conclusi dal licenziatario brasiliano con il Santos FC, una delle squadre più seguite dai tifosi brasiliani, e dal licenziatario vietnamita per la sponsorizzazione del Dtl e del Becamex.

Nei primi mesi del 2015 è stato concluso l'accordo di sponsorizzazione con la Nazionale Coreana di Sci, che contribuirà ad un ulteriore rafforzamento della visibilità del Marchio, in vista dei prossimi Giochi Olimpici Invernali, che si terranno in Corea del Sud nel 2018.

#### **Marchio Superga®**

Per il marchio Superga®, alle numerose iniziative di *co-branding* con importanti stilisti e prestigiosi marchi di abbigliamento e calzature internazionali già attive, si sono aggiunte le collaborazioni con Pinko, con AW LAB, con "Superga® x Rodarte", con Max Mara per la realizzazione delle "Superga® for Weekend Max Mara", con il concept store 10 Corso Como per le "Superga® x Marta Ferri" e, infine, con la designer Chu Suwannapha per la realizzazione delle "Superga® x Chulaap", destinate al mercato Sud Africano.

Per il mercato inglese il modello, attore e DJ Jack Guinness è il primo *testimonial* uomo e Abbey Lee è il nuovo volto per la prossima collezione primavera estate del *brand*, dopo le icone femminili che sono state ambasciatrici del Marchio Alexa Chung, Rita Ora, Suki Waterhouse e Binx (Leona Walton). La modella e attrice Esom è la nuova *testimonial* del mercato Sud Coreano.

### Marchio K-Way®

All'85esimo International Motor Show di Ginevra, è stata presentata la nuova Fiat Panda K-Way®, realizzata da FCA. Il progetto ha un ampio potenziale di diffusione per un prodotto innovativo, colorato e funzionale, caratteristiche identificative del DNA del marchio K-Way®. La nuova Panda K-Way®, che dallo scorso mese di dicembre è stata commercializzata anche nella versione 4X4, presenta un'importante novità: si tratta della prima vettura al mondo dotata del dispositivo di sicurezza impacchettabile VISIBAG®, un gilet K-Way® ad alta visibilità contenuto in una tasca creata ad hoc nei sedili della vettura.

Alle numerose iniziative sviluppate e finalizzate alla realizzazione di *capsule collection* si sono aggiunti quattro nuovi *co-branding* con Petit Bateau, Swarovski, il rinnovato accordo con Hydrogen e con il designer Tiffany Cooper.

*“L'esercizio 2015 si conclude con risultati di particolare soddisfazione, pur in un quadro economico di riferimento molto complesso, – afferma l'Amministratore Delegato Franco Spalla - che confermano gli obiettivi di crescita del Gruppo sotto il profilo commerciale, economico e finanziario. I marchi Superga® e K-Way® continuano a crescere su tutti i mercati. Gli investimenti in nuove sponsorizzazioni, avviate per il brand Kappa®, hanno consentito di rafforzare il Marchio storico del Gruppo, in aumento di oltre il 12%, in termini di vendite, rispetto all'esercizio precedente.”*

(\*) Dati preliminari non ancora sottoposti a revisione contabile

In relazione agli “indicatori alternativi di performance”, così come definiti dalla raccomandazione CESR/05-178b e richiamati dalla comunicazione Consob DEM/6064293 del 28 luglio 2006, si fornisce di seguito la definizione degli indicatori usati nella presente Relazione sulla Gestione, nonché la loro riconciliazione con le grandezze del bilancio:

- **Vendite aggregate dei licenziatari:** si tratta delle vendite effettuate dai licenziatari commerciali, il cui riflesso contabile per il Gruppo BasicNet si manifesta nella linea del conto economico “royalties attive”;
- **Vendite aggregate dei sourcing centers** si tratta delle vendite effettuate dai licenziatari produttivi, il cui riflesso contabile per il Gruppo BasicNet si manifesta nella linea del conto economico “sourcing commission”;
- **EBITDA:** “risultato operativo” ante “ammortamenti” e “svalutazioni e altri accantonamenti”;
- **EBIT:** “risultato operativo”;
- **Margine di contribuzione sulle vendite dirette:** “margine lordo”;
- **Indebitamento finanziario netto:** è dato dalla somma dei debiti finanziari a breve e a medio e lungo termine, al netto delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti e di altre attività finanziarie correnti.

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Paolo Cafasso, dichiara ai sensi del comma 2 dell'art. 154-bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Fine Comunicato n.0322-13

Numero di Pagine: 6