

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 0322-79-2016	Data/Ora Ricezione 29 Luglio 2016 12:48:48	MTA
--	--	-----

Societa' : BASIC NET

Identificativo : 77588

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : BASICNETN01 - MEZZALIRA

Tipologia : IRAG 02

Data/Ora Ricezione : 29 Luglio 2016 12:48:48

Data/Ora Inizio : 29 Luglio 2016 13:03:49

Diffusione presunta

Oggetto : BasicNet - Primo semestre 2016. Forte impulso agli investimenti in comunicazione e sponsorizzazione a sostegno di crescita e sviluppo dei Marchi

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 - Approvata la Relazione Finanziaria Semestrale 2016. Forte impulso agli investimenti in comunicazione e in sponsorizzazione a sostegno della crescita e dello sviluppo della presenza internazionale dei Marchi.

Torino, 29 luglio 2016 - Il Consiglio di Amministrazione di BasicNet S.p.A., riunitosi oggi sotto la presidenza di Marco Boglione, ha approvato la Relazione Finanziaria Semestrale 2016.

I risultati al 30 giugno 2016 riflettono il difficile quadro macroeconomico e geopolitico generale caratterizzato da una forte volatilità delle valute e dal rallentamento dei consumi. Alla luce di questo quadro di riferimento, peraltro in qualche modo atteso, sono stati intensificati in modo rilevante gli investimenti in comunicazione e in sponsorizzazione, sia in Italia che all'estero (+4,2 milioni rispetto al 2016, +53%), con impatto specifico sul periodo, per una ricaduta commerciale i cui riflessi sono prevedibili e attesi con la presentazione delle prossime collezioni.

Il Gruppo, nel corso della seconda parte del semestre, ha arricchito la propria offerta di abbigliamento tecnico funzionale, con la distribuzione dei prodotti a marchio Briko[®], i cui accordi di licenza esclusiva ed opzione di acquisto del marchio sono stati raggiunti nel corso del mese di marzo.

In sintesi i principali indicatori:

- *vendite aggregate* di prodotti recanti i marchi del Gruppo, sviluppate nel Mondo dal *Network* dei licenziatari, a oltre 360 milioni di Euro, così ripartite:
 - licenziatari commerciali a 257,4 milioni di Euro, 260 milioni al 30 giugno 2015, e,
 - licenziatari produttivi a 102,8 milioni di Euro, 112,4 milioni al 30 giugno 2015.In taluni paesi, significative crescite di fatturato espresse in valuta locale sono state penalizzate nella conversione in Dollari USA, valuta di riferimento del Gruppo per le operazioni extra Euro.
- *royalties* attive e commissioni dei *sourcing*, a 23,1 milioni di Euro (23,8 milioni di Euro nel primo semestre 2015). Le *royalties* attive da vendite aggregate dei licenziatari commerciali, a circa 17,9 milioni di Euro, sono allineate al primo semestre 2015 (+0,2% a cambi correnti e +0,3% a cambi costanti), mentre l'attività di *destocking* da parte di alcuni importanti licenziatari ha condizionato l'andamento delle commissioni di *sourcing* del semestre pari a 5,2 milioni di Euro (-11,9% a cambi correnti, -11,8% a cambi costanti);
- *vendite dirette consolidate* a 63,1 milioni di Euro, -1,3% rispetto ai 63,9 milioni del medesimo periodo dell'esercizio precedente. *Margine di contribuzione sulle vendite* a circa 26 milioni di Euro (26,6 milioni al 30 giugno 2015);
- investimenti in *sponsorizzazione e comunicazione* a sostegno dei Marchi in crescita di 4,2 milioni, dai 7,8 milioni del 2015 ai 12 milioni del 2016, in particolare per effetto delle sponsorizzazioni avviate nella seconda metà dello scorso esercizio. Tali investimenti, nonostante si riferiscano a collezioni che troveranno la loro collocazione sul mercato in epoca successiva, risultano interamente spesi a carico del periodo;
- *EBITDA* a 10 milioni di Euro (17 milioni al 30 giugno 2015) e *EBIT* a 7,1 milioni di Euro (14 milioni nel primo semestre 2015);
- *risultato ante imposte (EBT)* a 6,8 milioni di Euro (14,2 milioni al 30 giugno 2015). Il primo semestre 2015 includeva proventi su cambi per 1,5 milioni di Euro, risultato delle coperture, particolarmente efficaci, effettuate, per effetto del repentino apprezzamento del Dollaro USA verificatosi nel primo trimestre 2015;
- carico fiscale del semestre in sensibile riduzione, anche per effetto di una prudente e parziale applicazione delle agevolazioni previste dalla normativa denominata "*Patent Box*";

- *risultato netto* a 5,1 milioni di Euro (9,1 milioni di Euro nel 2015);
- *indebitamento finanziario* a 46 milioni di Euro e *debt/equity ratio* a 0,51 (allineato al 30 giugno 2015), nonostante nel semestre si siano acquistate azioni proprie per 1,6 milioni di Euro, sostenuti investimenti per 2,8 milioni di Euro e pagato dividendi per 5,6 milioni di Euro.

Commento dei principali indicatori economico e finanziari

Le vendite aggregate dei licenziatari hanno risentito nel semestre degli effetti della generalizzata instabilità politica che ha comportato flessioni nei consumi dei principali paesi occidentali e forti tensioni valutarie, con il deprezzamento di alcune valute nei confronti del Dollaro USA.

In tale contesto:

- i fatturati dei marchi Kappa® e Robe di Kappa®, che complessivamente sono allineati ai valori dello scorso esercizio, hanno scontato sul mercato europeo la contrazione dei consumi, mentre sul mercato sud-americano il deprezzamento delle valute brasiliana e argentina ha sostanzialmente annullato la crescita dimensionale delle attività. Il mercato asiatico registra un buon sviluppo del mercato sud coreano, indiano e vietnamita, peraltro penalizzato, anche in questo caso, dalla conversione in Dollari delle rispettive valute. I mercati di Medio Oriente ed Africa hanno risentito più degli altri delle conseguenze dell'instabilità politica;
- il marchio Superga® cresce nelle Americhe per effetto dell'entrata a regime delle licenze nei territori di Argentina, Cile, Colombia e Panama. In Europa cresce in Germania, Nord Europa e Regno Unito, mentre registra rallentamenti in Turchia e Grecia, a causa dell'instabilità politica del primo paese ed economica del secondo. Registra invece una sofferenza sul mercato asiatico dovuta all'interruzione della licenza col licenziatario indiano per disaccordi sulle sue metodologie commerciali e al rallentamento delle vendite dei mercati cinese e di Hong Kong e di quello sud-coreano, la cui valuta si è sensibilmente deprezzata rispetto al Dollaro. Inoltre, sul mercato italiano, il marchio è stato oggetto di una razionalizzazione dei canali distributivi, con rinuncia di una porzione di fatturato a favore di un miglior posizionamento del *brand*;
- il marchio K-Way® registra invece una crescita commerciale sul mercato sud americano, per l'avvio della licenza sul mercato cileno, e in Asia, per l'entrata a regime della licenza in Giappone e un rafforzamento delle vendite sul mercato sud-coreano.

Le *royalties attive* consolidate, pari a 17,9 sono allineate all'esercizio precedente, le commissioni di *sourcing* passano dai 5,8 milioni del 2015 ai 5,2 milioni del 2016, riflettendo l'attività di *destocking* e razionalizzazione del magazzino da parte di alcuni importanti licenziatari.

Le *vendite*, realizzate dalle controllate BasicItalia S.p.A. e BasicRetail S.r.l, ammontano a 63,1 milioni di Euro, sostanzialmente stabili rispetto ai 63,9 milioni di Euro del medesimo periodo del 2015; inoltre, per i marchi K-Way® e Superga®, si è effettuata un'attenta selezione della rete distributiva, rinunciando a porzioni di fatturato, i cui sbocchi su taluni canali distributivi non erano ritenuti adeguati al posizionamento di tali *brand*.

Il *marginale di contribuzione* sulle vendite, pari a 26 milioni di Euro, si riduce del 2,3% circa rispetto al primo semestre 2015. In termini percentuali sul fatturato, la marginalità si attesta al 41,2% (41,6% nel 2015) scontando, soprattutto nel primo trimestre, gli effetti delle fluttuazioni del Dollaro USA rispetto all'Euro.

I *proventi diversi*, pari a 0,9 milioni di Euro, comprendono indennizzi e *royalties* afferenti a fatturati realizzati con riferimento a prodotti promozionali. Al 30 giugno 2015 i proventi diversi includevano un milione di Euro ricevuto ad esito di un indennizzo commerciale, di natura non ricorrente.

Gli investimenti in *sponsorizzazioni e media*, pari a 12 milioni di Euro, crescono del 53,8% rispetto ai 7,8 milioni dell'esercizio precedente per effetto di nuove sponsorizzazioni e campagne pubblicitarie, confermando un'accentuata propensione al sostegno della diffusione dei marchi. Le principali attività di sponsorizzazione nel mercato domestico si riferiscono all'SSC Napoli, all'US Sassuolo e nel mercato internazionale al Leeds United FC, avviate nella seconda parte dell'esercizio precedente. Le vendite correlate alle sponsorizzazioni hanno avuto uno sfasamento temporale rispetto all'investimento, anche per effetto, per quanto concerne l'SSC Napoli, dei rilevanti quantitativi di prodotti immessi sul mercato dai precedenti sponsor, approfittando del diritto di *sell-off* finale, generalmente previsto per questi contratti; è comunque atteso un beneficio commerciale dal prosieguo della sponsorizzazione. Sono inoltre state incrementate le attività di comunicazione attraverso affissioni e campagne stampa su quotidiani e riviste, mirate al sostegno del marchi Kappa[®], Superga[®] e K-Way[®], mentre in particolare sui mercati esteri sono stati concessi contributi di rilievo per le attività di comunicazione e di *endorsement*, con valenza internazionale (c.d. *World Wide Strategic Advertising*).

Il *costo del lavoro*, cresce da 9,4 milioni del semestre 2015 a 9,9 milioni di Euro del 2016 per effetto di nuove assunzioni (47 risorse in più rispetto al giugno 2015), principalmente nell'area *retail*, parzialmente già effettuate nella seconda metà dello scorso esercizio.

I *costi di struttura*, ovvero le *spese di vendita*, quelle *generali e amministrative* e le *royalties passive* si attestano a 17,9 milioni di Euro, in riduzione dell' 1,5% rispetto al 30 giugno 2015.

Per effetto delle componenti sopra descritte, l'*EBITDA* del periodo è pari a 10 milioni di Euro (17 milioni al 30 giugno 2015).

Il *risultato operativo (EBIT)*, dopo aver stanziato *ammortamenti* dei beni materiali e immateriali per 2,9 milioni di Euro, è pari a circa 7,1 milioni di Euro, e si confronta con i 14 milioni consuntivati a fine giugno 2015.

Il saldo degli *oneri e proventi finanziari netti consolidati*, comprensivi degli utili e perdite su cambi, evidenzia un saldo negativo di 277 mila Euro, contro i 345 mila Euro positivi del medesimo periodo dell'esercizio precedente che, in considerazione del forte apprezzamento del Dollaro USA intervenuto nel corso del primo trimestre 2015, aveva potuto beneficiare delle coperture dai rischi di cambio perfezionate nel secondo semestre dell'esercizio precedente: il risultato della gestione cambi al 30 giugno 2016 positivo per 0,5 milioni di Euro si confronta con l'importo di 1,5 milioni di Euro al 30 giugno 2015. Gli oneri finanziari a servizio del debito, ammontano a 812 mila Euro e si riducono di 351 mila Euro rispetto al 2015 per effetto della diminuzione dell'indebitamento, unitamente ai costi più competitivi di approvvigionamento.

Il *risultato ante imposte* ammonta a Euro 6,8 milioni di Euro, contro i 14,2 milioni di Euro del 30 giugno 2015.

Il carico fiscale al 30 giugno 2016 si riduce percentualmente rispetto a quello del medesimo periodo dell'anno precedente, per l'entrata in vigore della normativa agevolativa dei redditi derivanti dall'utilizzo di proprietà intellettuale (*Patent Box*), cui le società del Gruppo proprietarie dei marchi hanno fatto richiesta di adesione a fine dello scorso esercizio. La normativa, per quanto applicabile alle società del Gruppo, prevede che una parte del potenziale beneficio fiscale sia subordinato all'ottenimento di autorizzazione da parte dell'Agenzia delle Entrate, tramite una procedura di contraddittorio (*ruling*), per la quale è stata presentata domanda di accesso. I benefici derivanti da tale agevolazione non sono ancora stati recepiti, in quanto in corso di analisi da parte dell'Agenzia delle Entrate. E' stata invece contabilizzata la porzione di agevolazione, per la parte non assoggettata a *ruling*, anche relativa all'esercizio 2015, con un effetto migliorativo sul carico fiscale del semestre di circa 0,8 milioni di Euro.

Il *risultato netto* è pari a 5,1 milioni di Euro, contro i 9,1 milioni di Euro dei primi sei mesi dello scorso anno.

A livello patrimoniale e finanziario, nel semestre sono stati effettuati investimenti in attività materiali ed immateriali per complessivi 2,8 milioni di Euro, derivanti dagli investimenti per lo sviluppo di programmi informatici (1,2 milioni di Euro), per l'acquisto di macchine elettroniche e di mobili e arredi (1,5 milioni di Euro) e per migliorie su beni di terzi e spese sostenute per la gestione dei marchi di proprietà (140 mila Euro).

L'*indebitamento netto consolidato*, comprensivo dei finanziamenti a medio termine e dei *leasing* finanziari (per 12,8 milioni di Euro) e dei mutui immobiliari (per 10,4 milioni di Euro), passa da 45,4 milioni di Euro al 31 dicembre 2015 a circa 46 milioni di Euro al 30 giugno 2016.

Il flusso monetario dell'attività di esercizio è pari a 9,2 milioni di Euro. Nel periodo sono stati rimborsati finanziamenti a medio termine e *leasing* finanziari per 5,4 milioni di Euro, pagati dividendi per 5,6 milioni di Euro e acquistate azioni proprie per circa 1,6 milioni di Euro.

SINTESI DELLE PRINCIPALI ATTIVITÀ ED EVENTI DEL PRIMO SEMESTRE

Attività commerciali

Nell'ambito dell'attività di sviluppo della presenza internazionale dei Marchi nel primo semestre 2016:

- per i marchi Kappa® e Robe di Kappa®, l'attività commerciale è stata dedicata al rinnovo dei contratti per i territori in scadenza, tra i quali Argentina, Cuba, Svizzera ed ex Jugoslavia. Sono inoltre stati siglati nuovi accordi di distribuzione per i territori di Vietnam, Cambogia e Laos, Albania ed ex Jugoslavia e, per il mercato italiano, è stato individuato un nuovo *partner* commerciale per la distribuzione dell'intimo;
- per il marchio Superga® sono state firmate nuove licenze per i territori di Costa Rica e dell'Ucraina e rinnovati gli accordi per i territori di Singapore, Gran Bretagna, Croazia e altri paesi della ex Jugoslavia;
- per il marchio K-Way® l'attività è stata incentrata alla definizione delle intese per il mercato cileno. E' stato inoltre rinnovato per un anno il contratto per la distribuzione nel Regno Unito e Irlanda.

Punti vendita a insegne del Gruppo

E' proseguito lo sviluppo del canale *retail*, con nuove aperture da parte dei licenziatari di negozi monomarca

K-Way® e Superga®. In particolare, a marchio K-Way® è stato aperto dal licenziatario francese il settimo *flagship store* a Toulouse e il licenziatario per il mercato cileno ha inaugurato un primo K-Way® *store* all'interno di Casacostanera, il più spettacolare e tecnologico centro commerciale di Santiago del Cile.

Per il marchio Superga®, sono stati aperti nuovi negozi a Giacarta (Indonesia), Johannesburg (Sudafrica), Zagabria (Croazia).

A seguito delle nuove aperture i negozi monomarca e gli *shop in shop* Kappa® e Robe di Kappa® aperti dai licenziatari nel mondo sono complessivamente 689 (dei quali 118 in Italia), i negozi monomarca e gli *shop in shop* Superga® sono 174 (dei quali 74 in Italia) e i punti vendita ad insegna K-Way® sono 29 (24 dei quali in Italia).

Sponsorizzazioni e comunicazione

Marchi Kappa® e Robe di Kappa®

Per il marchio Kappa® proseguono intense le attività di sponsorizzazione sia a livello nazionale che internazionale.

Il licenziatario brasiliano ha siglato un accordo di sponsorizzazione del team Santos F.C. La squadra brasiliana, che conta - solo sulla sua pagina Facebook - quasi 3 milioni e mezzo di fan, vestirà la nuova Kombat® fino al 2018.

Il licenziatario inglese ha siglato un accordo di tre anni con la Lega britannica basket (BBL). A partire dall'inizio della stagione 2016-2017, Kappa® diventerà sponsor ufficiale ed esclusivo delle leghe professionistiche di basket e delle squadre nazionali britanniche. Questo accordo è una novità assoluta per il basket inglese, poiché copre tutte le squadre maschili e femminili delle tre organizzazioni di BBL, WBBL (Women's BBL) e tutti i team internazionali britannici maschili, femminili e junior.

Il licenziatario francese ha annunciato la sponsorizzazione tecnica del Montpellier Hérault Rugby Club, per le prossime 5 stagioni sportive, fino al 2021, e il rinnovo, fino al 2020, del contratto di sponsorizzazione del team di Rugby Union Bordeaux Bègles.

Peter Fill è il primo atleta nella storia della Federazione Italiana Sport Invernali, sponsorizzata Kappa® dal 2011 e, per il casco, dal marchio Briko®, che si è aggiudicato la Coppa del Mondo di discesa maschile. Per il marchio RobediKappa® si segnala la campagna di affissione sul territorio italiano che ha avuto come protagonisti Elio, l'istrionico musicista, cantante, DJ, showman, attore e leader del gruppo musicale italiano "Elio e le Storie Tese" e l'allenatore del Napoli Maurizio Sarri.

Marchio Superga®

Per il marchio Superga® è proseguita l'attività di *co-branding*:

- con la casa di moda parigina SANDRO. Da tale collaborazione è nata una *capsule collection* per la primavera/estate 2016: Evelyne e Ilan Chétrite, rispettivamente direttori creativi di Sandro Donna e Sandro Uomo, hanno infatti lanciato tre nuove interpretazioni dell'iconica 2750;
- con le blogger Lizzy van der Ligt, Esra Røise e Eleonora Carisi;
- con Scotch & Soda, marchio *fashion* olandese di abbigliamento nato nel 1985 e celebre nel mondo per il suo stile *urban classic*.

A 40 anni dalla vittoria al Roland Garros a Parigi, Adriano Panatta ha presentato in anteprima la Superga® Sport Panatta: una replica della stessa scarpa con cui, nel 1976, si aggiudicò la coppa parigina.

Dal 15 al 17 aprile, a Indio, California, il marchio Superga® è stato protagonista di Coachella, il festival di musica elettronica più *cool* al mondo. Superga® ha sponsorizzato l'area vip di Rachel Zoe, *designer* amata dalle *star* di Hollywood, con un laboratorio di personalizzazione per le *sneaker*.

Dopo l'attore e modello londinese Jack Guinness, primo *testimonial* uomo, il nuovo *male ambassador* è il designer Charlie Casely-Hayford, definito uno degli uomini più eleganti in Gran Bretagna.

Marchio K-Way®

Nel mese di aprile, alla Triennale di Milano nell'ambito della XXI Esposizione internazionale "*Design after design*", in occasione della mostra "Topolino e l'Italia, Topolino, eroe disneyano nato nel 1928, è stato personalizzato dal tape giallo-arancio-blu, simbolo di K-Way® dal 1965. Da giugno la mostra fa tappa nelle principali città italiane; a novembre le opere saranno battute da Sotheby's a un'asta di beneficenza.

Alla Milano Design Week, tenutasi nel mese di aprile, l'azienda LAGO ha presentato la poltrona Lastika e per l'occasione è stato realizzato un prototipo con il tape K-Way® in versione elastica. Lastika è stata esposta per tutta la settimana del Salone del Mobile (12-17 aprile) sulla pedana centrale dello store K-Way® di Milano.

Per la prossima Primavera/Estate 2017 sarà disponibile la nuova collezione per uomo e donna con il marchio N°21. L'accordo di *co-branding* è stato sottoscritto nel mese di giugno.

Marchio Briko®

Nel corso del mese di marzo, BasicNet S.p.A. e Briko S.p.A. hanno finalizzato accordi articolati, che hanno previsto, da parte di Briko S.p.A., l'assegnazione in licenza di distribuzione esclusiva mondiale a BasicNet per tutti i prodotti del marchio italiano Briko®, dallo scorso aprile in vendita da BasicItalia S.p.A.

La società Briko S.p.A., commercializza caschi, occhiali e abbigliamento sia per lo sci che per il ciclismo ed è distribuito per circa il 60% in Italia e per il resto in USA, Nord Europa e Giappone, e potrà in prospettiva avvalersi del collaudato *Network* di licenziatari del Gruppo Basic per raggiungere i più significativi mercati nel Mondo.

Gli accordi prevedono altresì un'opzione - riconosciuta a BasicNet - per l'acquisto del marchio, esercitabile, entro il 30 giugno 2019 a condizioni economiche prestabilite, anche anticipatamente a seconda delle dimensioni commerciali sviluppate dal marchio. Il valore massimo dell'opzione si attesta intorno ai 3 milioni di Euro.

FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI DOPO LA FINE DEL SEMESTRE E PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELL'ATTIVITA' PER L'ESERCIZIO IN CORSO

Gli elementi previsionali in possesso rimangono condizionati dalle variabili economiche e politiche, che continuano a presentare forti segnali di instabilità, nonché dall'andamento dei mercati valutari, sia in termini di fluttuazione di talune importanti monete, che dall'impatto che tali variazioni potranno riflettere, sulla dinamica dei prezzi di acquisto limitatamente alle società commerciali italiane, e sui valori dei flussi di ricavo tipici del Gruppo. In tale contesto si prevede comunque un 2016 di intonazione positiva, ancorché le differenze reddituali emerse nella prima parte dell'anno, per effetto dei consistenti investimenti in comunicazione e sponsorizzazioni, non possano essere recuperate nel secondo semestre.

“Siamo soddisfatti – dichiara l'Amministratore Delegato Gianni Crespi – tanto che stiamo spingendo in comunicazione: un investimento di cui vedremo i risultati a partire dalle prossime collezioni. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento dei nostri brand e aumentarne le quote di mercato”.

In relazione agli "indicatori alternativi di *performance*", così come definiti dagli Orientamenti ESMA/2015/1415, si fornisce di seguito la definizione degli indicatori usati nella presente Relazione Intermedia sulla Gestione, nonché la loro riconciliazione con le grandezze del bilancio consolidato semestrale abbreviato:

- **Vendite aggregate dei licenziatari commerciali:** 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.

In allegato i prospetti contabili.

PROSPETTI CONTABILI

Principali dati economici del Gruppo BasicNet

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2016	30 giugno 2015	Variazioni	%
Vendite aggregate a Marchi del Gruppo sviluppate dal Network dei licenziatari commerciali e produttivi (*)	360.195	372.392	(12.197)	(3,28%)
<i>Royalties</i> attive e commissioni dei <i>sourcing</i>	23.139	23.801	(662)	(2,78%)
Vendite dirette consolidate	63.107	63.924	(817)	(1,28%)
Margine di contribuzione sulle vendite nette	25.977	26.598	(621)	(2,33%)
EBITDA (**)	10.059	17.040	(6.981)	(40,97%)
EBIT (**)	7.109	13.986	(6.877)	(49,17%)
Risultato netto	5.081	9.090	(4.009)	(44,10%)
Utile per azione ordinaria in circolazione	0,0903	0,1598	(0,069)	(43,49%)

(*) *Dati non assoggettati a revisione contabile*

(**) *Per la definizione degli indicatori di performance si rimanda a pag. ... della presente Comunicato*

Principali dati patrimoniali del Gruppo BasicNet

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	30 giugno 2015
Attività immobiliari	21.548	21.951	22.410
Marchi	34.123	34.208	34.193
Attività non correnti	25.153	25.015	25.534
Attività correnti	122.166	123.998	121.979
Totale attività	202.990	205.172	204.116
Patrimonio netto del Gruppo	89.310	92.511	86.124
Passività non correnti	21.912	26.449	30.491
Passività correnti	91.768	86.212	87.502
Totale passività e patrimonio netto	202.990	205.172	204.116

Sintesi della posizione finanziaria netta del Gruppo BasicNet

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	30 giugno 2015	Variazioni 30/6/2016 31/12/2015	Variazioni 30/6/2016 30/6/2015
Posizione finanziaria netta a breve termine	(28.109)	(24.796)	(18.732)	(3.313)	(9.377)
Debiti finanziari a medio termine	(16.342)	(19.021)	(23.306)	2.678	6.964
Leasing finanziari	(1.531)	(1.545)	(1.666)	14	135
Posizione finanziaria netta consolidata	(45.982)	(45.362)	(43.704)	(620)	(2.278)
<i>Net Debt/Equity ratio</i> (Posizione finanziaria netta/Patrimonio netto)	0,51	0,49	0,51	0,02	0,001

GRUPPO BASICNET

Prospetti contabili

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO BASICNET REDATTO SECONDO I PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI (IFRS) RAFFRONTATO CON IL 30 GIUGNO 2015

(Importi in migliaia di Euro)

	1° semestre 2016		1° semestre 2015		Variazioni	
		%		%		%
Vendite dirette consolidate	63.107	100,00	63.924	100,00	(817)	(1,28)
Costo del venduto	(37.130)	(58,84)	(37.326)	(58,39)	196	0,53
MARGINE LORDO	25.977	41,16	26.598	41,61	(621)	(2,33)
<i>Royalties</i> attive e commissioni dei <i>sourcing</i>	23.139	36,67	23.801	37,23	(662)	(2,78)
Proventi diversi	888	1,41	2.132	3,34	(1.244)	(58,35)
Costi di sponsorizzazione e media	(12.032)	(19,07)	(7.824)	(12,24)	(4.208)	(53,78)
Costo del lavoro	(9.922)	(15,72)	(9.401)	(14,71)	(521)	(5,54)
Spese di vendita, generali ed amministrative, <i>royalties</i> passive	(17.991)	(28,51)	(18.265)	(28,57)	274	1,50
Ammortamenti	(2.950)	(4,67)	(3.055)	(4,78)	105	3,45
RISULTATO OPERATIVO	7.109	11,27	13.986	21,88	(6.877)	(49,17)
Oneri e proventi finanziari, netti	(277)	(0,44)	345	0,54	(622)	(180,29)
Quota di utile/ (perdita) delle partecipazioni valutate con il metodo del patrimonio netto	(17)	(0,03)	(138)	(0,22)	121	87,69
RISULTATO ANTE IMPOSTE	6.815	10,80	14.193	22,20	(7.378)	(51,98)
Imposte sul reddito	(1.734)	(2,75)	(5.103)	(7,98)	3.369	66,03
RISULTATO NETTO	5.081	8,05	9.090	14,22	(4.009)	(44,10)
Di cui:						
- Soci della BasicNet S.p.A.	5.081	8,05	9.090	14,22	(4.009)	(44,10)
- Partecipazioni di minoranza	-	-	-	-	-	-
Utile per azione:						
Base	0,0903		0,1598		(0,069)	(43,49)
Diluito	0,0903		0,1598		(0,069)	(43,49)

**SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016
 REDATTO SECONDO I PRINCIPI CONTABILI INTERNAZIONALI (IFRS)
 RAFFRONTATO CON L'ESERCIZIO PRECEDENTE E CON IL 30 GIUGNO 2015**

(Importi in migliaia di Euro)

ATTIVITA'	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	30 giugno 2015
Attività immateriali	41.580	41.513	41.760
Avviamento	10.072	10.245	10.341
Immobili impianti e macchinari	28.502	28.769	29.551
Partecipazioni e altre attività finanziarie	347	307	225
Partecipazioni in <i>joint venture</i>	323	340	260
Attività fiscali differite	-	-	-
Totale attività non correnti	80.824	81.174	82.137
Rimanenze nette	50.543	49.025	51.887
Crediti verso clienti	47.693	46.701	44.448
Altre attività correnti	10.833	12.178	13.336
Risconti attivi	8.280	7.756	5.822
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	4.370	6.971	4.437
Strumenti finanziari di copertura	446	1.367	2.049
Totale attività correnti	122.166	123.998	121.979
TOTALE ATTIVITA'	202.990	205.172	204.116

PASSIVITA'	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	30 giugno 2015
Capitale sociale	31.717	31.717	31.717
Riserve per azioni proprie in portafoglio	(10.423)	(8.823)	(7.776)
Altre riserve	62.935	52.857	53.093
Risultato del periodo	5.081	16.760	9.090
Partecipazioni di minoranza	-	-	-
Totale patrimonio netto	89.310	92.511	86.124
Fondo per rischi ed oneri	28	45	28
Finanziamenti	17.873	20.566	24.972
Benefici per i dipendenti e amministratori	2.740	4.108	3.732
Imposte differite passive	367	717	706
Altre passività non correnti	904	1.013	1.053
Totale passività non correnti	21.912	26.449	30.491
Debiti verso banche	32.479	31.767	23.169
Debiti verso fornitori	30.698	25.151	32.995
Debiti tributari	16.958	17.421	20.963
Altre passività correnti	8.414	7.738	8.387
Risconti passivi	1.551	2.637	394
Strumenti finanziari di copertura	1.667	1.498	1.593
Totale passività correnti	91.768	86.212	87.501
TOTALE PASSIVITA'	113.680	112.661	117.992
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	202.990	205.172	204.116

**RENDICONTO FINANZIARIO DEL GRUPPO BASICNET AL 30 GIUGNO 2016
RAFFRONTATO CON L'ESERCIZIO PRECEDENTE E CON IL 30 GIUGNO 2015**

(Importi in migliaia di Euro)

	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	30 giugno 2015
A) INDEBITAMENTO NETTO A BREVE VERSO BANCHE INIZIALE (*)	(16.761)	(24.349)	(24.349)
B) FLUSSO MONETARIO DA ATTIVITA' DI ESERCIZIO			
Risultato del periodo	5.081	16.760	9.090
Ammortamenti	2.950	6.340	3.055
Risultato di società valutate con il metodo del patrimonio netto	17	59	138
Variazione del capitale di esercizio:			
. (Incremento) decremento crediti	(991)	(2.772)	(519)
. (Incremento) decremento rimanenze	(1.518)	(2.728)	(5.590)
. (Incremento) decremento altri crediti	(479)	1.015	1.192
. Incremento (decremento) debiti fornitori	5.548	(4.991)	2.853
. Incremento (decremento) altri debiti	(1.349)	(3.123)	(1.162)
Variazione netta del trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	(65)	(188)	159
Altri, al netto	(14)	747	355
	9.180	11.119	9.571
C) FLUSSO MONETARIO DA ATTIVITA' DI INVESTIMENTO			
Investimenti in immobilizzazioni:			
- materiali	(1.203)	(1.683)	(926)
- immateriali	(1.421)	(3.375)	(1.984)
- finanziarie	-	-	-
Valore di realizzo per disinvestimenti in immobilizzazioni:			
- materiali	44	75	86
- immateriali	2	-	-
- finanziarie	-	-	-
	(2.578)	(4.983)	(2.824)
D) FLUSSO MONETARIO DA ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO			
Accensione (rimborso) di <i>leasing</i>	(14)	(215)	(95)
Assunzione di finanziamenti a medio/lungo termine	-	15.000	15.000
Rimborso di finanziamenti	(5.357)	(7.406)	(3.062)
Conversione linee di credito a breve termine	-	-	-
Acquisto azioni proprie	(1.600)	(1.948)	(901)
Pagamento dividendi	(5.622)	(3.979)	(3.979)
	(12.593)	1.452	6.963
E) FLUSSO MONETARIO DEL PERIODO	(5.991)	7.588	13.710
F) INDEBITAMENTO NETTO A BREVE VERSO BANCHE FINALE	(22.752)	(16.761)	(10.639)

(*) Al 1° gennaio dell'esercizio

Posizione finanziaria netta del Gruppo BasicNet

(Importi in migliaia di Euro)

	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	30 giugno 2015
Disponibilità liquide	4.370	6.971	4.437
Scoperti di c/c e anticipi SBF	(13.594)	(4.266)	(7.159)
Anticipi import	(13.528)	(19.466)	(7.917)
<i>Sub-totale disponibilità monetarie nette</i>	<i>(22.752)</i>	<i>(16.761)</i>	<i>(10.639)</i>
Quota a breve di finanziamenti a medio-lungo	(5.357)	(8.035)	(8.093)
Posizione finanziaria netta a breve	(28.109)	(24.796)	(18.732)
Finanziamento Intesa Sanpaolo	(7.500)	(9.375)	(11.250)
Mutuo fondiario Basic Village	(6.300)	(6.900)	(7.500)
Finanziamento ipotecario BasicItalia	(2.542)	(2.746)	(2.949)
Finanziamento UBI Banca	-	-	(1.607)
Debiti per leasing mobiliari	(1.531)	(1.545)	(1.666)
<i>Sub-totale finanziamenti e leasing</i>	<i>(17.873)</i>	<i>(20.566)</i>	<i>(24.972)</i>
Posizione finanziaria netta consolidata	(45.982)	(45.362)	(43.704)

Fine Comunicato n.0322-79

Numero di Pagine: 15