DOCUMENTO INFORMATIVO

Ai sensi dell'Art.71 del regolamento di attuazione del decreto legislativo 24 febbraio 1998 n.58 adottato dalla Consob con delibera n.11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche

Acquisizione da parte di

del Marchio

13 febbraio 2004

BasicNet S.p.A.
Sede legale in Torino Largo Maurizio Vitale, 1
Capitale Sociale euro 15.277.664,48
Part. IVA Registro Imprese di Torino n. 04413650013

PREMESSA 3

1. AVVERTENZE 3

1.1. Rischi od incertezze che possano condizionare in misura significativa l'attività dell'emittente derivanti dall'acquisizione del marchio K-Way. 3

1.2 Profili di rischio ed incertezze evidenziate in prospetti e documenti redatti in precedenza. 3

2. INFORMAZIONI RELATIVE ALL'OPERAZIONE 3

2.1. Descrizione sintetica delle modalità e dei termini dell'operazione 3

2.1.1. Descrizione del marchio oggetto di acquisizione 3

2.1.2. Modalità, condizioni e termini dell'operazione e relative forme e tempi di pagamento; criteri seguiti per la determinazione del prezzo; soggetti dai quali il marchio è stato acquisito 3

2.1.3. Fonti di finanziamento a copertura del prezzo dell'operazione di acquisizione del Marchio 3

2.2. Motivazioni e finalità dell'operazione 3

2.2.1. Motivazioni dell'operazione con particolare riguardo agli obiettivi gestionali 3

2.2.2. Indicazione dei programmi elaborati dall'emittente relativamente al marchio acquisito 3

2.3. Rapporti con la Società oggetto dell'operazione e con i soggetti dai quali il marchio è acquisito 3

2.3.1. Rapporti ed accordi significativi tra l'emittente, le società da questo controllate, i dirigenti e gli amministratori dell'Emittente ed i soggetti dai quali il marchio è acquisito 3

2.4. Documenti a disposizione del pubblico e indicazione dei luoghi in cui possono essere consultati 3

3. EFFETTI SIGNIFICATIVI DELL'OPERAZIONE 3

3.1. Descrizione di eventuali effetti significativi dell'operazione sui fattori chiave che influenzano e caratterizzano l'attività dell'Emittente nonché sulla tipologia di business svolto dall'Emittente medesimo 3

3.2. Implicazioni dell'operazione sulle linee strategiche afferenti i rapporti commerciali, finanziari e di prestazioni accentrate di servizi tra le imprese del Gruppo 3

4. DESCRIZIONE DEGLI EFFETTI PRO-FORMA DERIVANTI DALL'OPERAZIONE. 3

5. PROSPETTIVE DELL'EMITTENTE E DEL GRUPPO AD ESSO FACENTE CAPO 3

5.1. Indicazioni generali sull'andamento degli affari dell'Emittente dalla chiusura dell'ultimo esercizio 3

RELAZIONE TRIMESTRALE AL 31 DICEMBRE 2003 10

Prospetti contabili 11

Note di commento 13

Osservazioni degli Amministratori sull'andamento della gestione 15

PREMESSA

Il presente documento informativo, redatto ai sensi dell'art. 71 della deliberazione Consob del 14 maggio 1999 n. 11971, e successive modificazioni ed integrazioni, contiene le informazioni relative all'acquisizione del marchio K-Way da parte BasicNet S.p.A.

Per una migliore comprensione di quanto più avanti specificato si ripropone una sintetica descrizione dell'attività del Gruppo Basic.

Il Gruppo Basic è attivo nel settore dell'abbigliamento, delle calzature e degli accessori, per lo sport, il tempo libero e per tutte le occasioni di vita sociale e professionale ove non è richiesta la formalità. Il Gruppo Basic opera principalmente attraverso i marchi Kappa® e Robe di Kappa® ed è proprietario di altri marchi fra i quali il più noto è Jesus Jeans®.

Il Gruppo Basic identifica produttori e distributori nel mondo e ne coordina e sviluppa l'attività, con l'obiettivo della massima diffusione globale di prodotti a marchi del Gruppo .

Il *Network* è costituito da imprenditori indipendenti ai quali sono concessi in licenza i marchi del Gruppo Basic e sono indicate le strategie e forniti servizi di *marketing*, di ricerca e sviluppo, di logistica e di approvvigionamento dei Prodotti, per garantirne gli standard qualitativi, l'unicità e la riconoscibilità dello stile. Sul mercato italiano, il Gruppo Basic ha come Licenziatario la società controllata Kappa Italia S.p.A.

L'attività del Gruppo Basic consiste nello sviluppare il valore dei marchi di cui è titolare e la diffusione dei Prodotti attraverso il proprio «*business system*», e cioè gli elementi che, insieme combinati, formano l'oggetto della licenza offerta dal Gruppo ai partecipanti del *Network*.

A tal fine il Gruppo Basic sviluppa e coordina il *Network* nonché presidia, a garanzia di funzionalità e di redditività, i suoi centri nevralgici, rappresentati da:

a) posizionamento dei Marchi e dei Prodotti;

b) strategia di *marketing* e di comunicazione;

c) concezione e industrializzazione dei Prodotti;

d) approvvigionamento dei Prodotti. I *Sourcing Cente*rs organizzano la produzione degli articoli commercializzati e distribuiti dai Licenziatari, selezionando i produttori più competitivi nelle diverse aree geografiche e garanti del soddisfacimento degli standard qualitativi imposti dal Gruppo. L'obiettivo dei *Sourcing Centers* è quello di ottimizzare le economie di scala derivanti dalla gestione centralizzata dell'approvvigionamento per tutto il *Network* e al tempo stesso di garantire la qualità della produzione finale.

e) sviluppo e gestione del *Network*, attraverso l'utilizzo di una piattaforma informatica autonomamente sviluppata.

L'attività di distribuzione *wholesale* e di *marketing* locale è affidata, negli 84 Paesi in cui opera il Network, ad una rete di 38 società licenziatarie, delle quali una è la società Kappa Italia S.p.A., società direttamente controllata dal Gruppo Basic e 37 da imprenditori indipendenti, che riconoscono al Gruppo Basic commissioni calcolate sulle vendite a compenso della licenza dei marchi, del beneficio riveniente dal *marketing* globale sviluppato direttamente dal Gruppo e del «*business know-how*» loro messo a disposizione.

Il Gruppo Basic è presente nella distribuzione al dettaglio mediante lo "Spaccio - Gigastore Kappa" all'interno del Basic Village di Torino e il Gigastore - Spaccio - di Monfalcone, in provincia di Gorizia, nonché mediante sette negozi monomarca Robe di Kappa®, di cui due di proprietà e cinque in *franchising*.

1. AVVERTENZE

1.1 Rischi od incertezze che possano condizionare in misura significativa l'attività dell'Emittente derivanti dall'acquisizione del marchio K-Way

L'operazione di acquisizione, da parte di BasicNet S.p.A., è interamente assistita da un finanziamento a medio-termine, che comporta un aumento della leva finanziaria del Gruppo, correlata al piano di sviluppo del Marchio acquisito.

Al fine di poter supportare adeguatamente il processo di consolidamento e di sviluppo nel quale il Gruppo Basic si è impegnato, anche attraverso l'acquisizione del marchio K-Way® e la stipula di un accordo di Licenza mondiale per la distribuzione del marchio Superga®, il Consiglio di Amministrazione della Società nella sua riunione del 13 febbraio 2004, ha ritenuto opportuno un rafforzamento finanziario del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione nella riunione che verrà convocata per il 23 marzo prossimo, sarà pertanto chiamato a determinare modalità, condizioni e tempistiche per un aumento di capitale, da effettuarsi tramite l'esercizio della delega allo stesso conferita dall'Assemblea straordinaria degli azionisti del 13 maggio 2003, per aumenti del capitale sociale, per un importo massimo di 25 milioni di Euro di valore nominale.

L'effetto patrimoniale dell'aumento dei mezzi propri aziendali sarà pertanto quello di mantenere adeguato il rapporto fra indebitamento finanziario e disponibilità proprie, rispondendo in tal senso anche alle previsioni del contratto di finanziamento sindacato in essere, stipulato in data 7 novembre 2001 e con scadenza novembre 2007 (di originari 26,25 milioni di Euro, ora ridotti a 20,72 milioni per effetto degli avvenuti rimborsi alle scadenze pattuite), ma soprattutto di poter adeguatamente sostenere lo sviluppo del giro d'affari diretto, che comporta, normalmente, una dinamica espansiva dei fabbisogni connessi al capitale circolante netto.

1.2 Profili di rischio ed incertezze evidenziate in prospetti e documenti redatti in precedenza

Il Prospetto informativo relativo all'Offerta pubblica di vendita e all'ammissione alla quotazione sul Mercato Telematico azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. di azioni ordinarie di BasicNet S.p.A. depositato presso la Consob in data 13 settembre 1999 a seguito del nulla osta della Consob del 4 novembre 1999 comunicato con nota n. 99081692, contiene, fra le "Avvertenze per l'investitore" le segnalazioni che di seguito vengono riprese e aggiornate, per quanto specificatamente attinente l'operazione ad oggetto del presente documento informativo.
Nelle avvertenze che seguono, i richiami alla redditività sono riferiti genericamente al Gruppo Basic, inteso come il complesso di aziende controllate dalla società capogruppo BasicNet S.p.A., in capo alla quale si riflettono i risultati della gestione delle singole Società.

Rischi connessi al settore dell'abbigliamento sportivo ed informale e stagionalità connessa all'attività del Gruppo Basic

Il settore dell'abbigliamento sportivo ed informale è esposto all'andamento del ciclo economico. Gli acquisti di abbigliamento sportivo ed informale tendono a diminuire durante periodi di recessione economica oltre che in altre possibili situazioni, influenzando negativamente il risultato dell'esercizio. Inoltre, l'andamento del settore di riferimento del Gruppo Basic è soggetto a fenomeni di fluttuazione della domanda correlata alla tipica stagionalità delle collezioni. Nonostante il Gruppo Basic riesca ad attenuare gli effetti economici di tale fenomeno mediante una produzione continua di nuovi modelli e collezioni, i risultati infra annuali del Gruppo possono risentire della stagionalità del settore.

Dipendenza da terzi in relazione alla distribuzione dei prodotti del Gruppo Basic

L'attività del Gruppo Basic consiste nello sviluppare il valore dei propri marchi e la diffusione dei propri prodotti attraverso il «*business system*», sopra descritto.

Mentre il Gruppo Basic esercita un controllo sull'azione di *marketing* globale dei propri marchi, la politica di *marketing* locale e l'organizzazione gestionale e finanziaria dei Licenziatari sono autonome e conseguentemente l'attività distributiva di questi ultimi è soggetta al rischio di impresa. Sebbene il Gruppo ritenga che nella maggioranza dei casi i Licenziatari possano essere eventualmente sostituiti, qualora non fosse possibile un'immediata sostituzione di un Licenziatario a qualsivoglia titolo inadempiente, l'ammontare del fatturato e dei profitti del Gruppo Basic potrebbe subirne un effetto negativo e, qualora a tale evento seguisse una minore diffusione dei prodotti del Gruppo Basic, anche il valore dei Marchi di proprietà del Gruppo potrebbe esserne influenzato.

Inoltre, eventuali risultati negativi realizzati dalla Kappa Italia S.p.A., licenziatario direttamente controllato dal Gruppo, peserebbero negativamente sui bilanci dell'Emittente.

Ad integrazione di quanto riportato nel Prospetto informativo presentato per la quotazione si ricorda, come già comunicato in precedenti occasioni, che il licenziatario americano non è più controllato diretto di BasicNet S.p.A.

Nel maggio 2003, BasicNet ha riacquisito dalla Phenix Co. Ltd, - Tokyo - la proprietà dei marchi Kappa® e Robe di Kappa® per i territori di Hong Kong e Taiwan, cui erano stati ceduti con il territorio giapponese nel 1994.
Il Giappone è l'unico territorio per il quale il Gruppo Basic non detiene i marchi Kappa® e Robe di Kappa®.
L'operazione, rientra nel quadro delle più ampie intese raggiunte tra BasicNet e il partner Phenix Co., tese a valorizzare ed intensificare i rapporti di collaborazione tra i due Gruppi attraverso un reciproco scambio di *know how* in materia di design, di prodotto e di *sourcing*.
Si precisa tuttavia che qualità, caratteristiche, posizionamento, immagine e azioni di *marketing* intraprese in Giappone concernenti i prodotti a marchio Kappa® e Robe di Kappa®, potrebbero differire anche significativamente da quelli dei prodotti gestiti dal Gruppo Basic nel resto del mondo.

Dipendenza da terzi in relazione alla produzione industriale dei prodotti del Gruppo Basic

L'attività di produzione industriale dei prodotti non è realizzata dal Gruppo Basic, bensì mediante un insieme di rapporti di carattere contrattuale tra i produttori e i Licenziatari, attraverso un sistema di intermediazione gestito dai *Sourcing Centers*, fermo restando il diritto dei Licenziatari di poter accedere direttamente a fonti di produzione, ma con il controllo degli standard produttivi e qualitativi effettuato dal Gruppo Basic.

Qualora il Gruppo Basic, non riuscisse ad assicurare, tramite i *Sourcing Centers,* un'adeguata competitività produttiva, potendo i Licenziatari rivolgersi a fonti produttive dirette, potrebbe diminuire il flusso di commissioni che il Gruppo Basic percepisce su tali attività. Sebbene questa criticità non si sia apprezzabilmente verificata nella storia del Gruppo Basic, non vi è garanzia che in futuro tale problema non si possa manifestare.

Fattori che influenzano la gestione e la redditività operativa dell'Emittente

Lo sviluppo e la gestione dei marchi richiede continui investimenti nella comunicazione tramite azioni di *marketing* a livello globale e sponsorizzazioni nell'ambito del settore dello sport .

Oltre alle spese di comunicazione sostenute dal Gruppo Basic, i Licenziatari sono impegnati ad investire direttamente in attività di comunicazione e *marketing* a supporto dei marchi Kappa® e Robe di Kappa®.

Qualora l'azione di comunicazione del Gruppo Basic non risultasse efficace, ovvero qualora il Gruppo Basic non fosse in grado di mantenere la visibilità dei propri marchi nell'ambito dei campionati e/o delle manifestazioni sportive di maggiore rilievo tramite la sponsorizzazione di squadre o personaggi sportivi, si potrebbero verificare effetti negativi sul potere di attrazione dei marchi di proprietà del Gruppo e, conseguentemente, sull'attività e redditività del Gruppo Basic.

Rischi di cambio

I ricavi e i margini operativi del Gruppo Basic sono influenzati dall'impatto dell'oscillazione dei tassi di cambio sui prezzi dei prodotti acquistati dal Licenziatario italiano Kappa Italia S.p.A, sulle *royalties* attive dai Licenziatari denominate in valute diverse dall'Euro e sulle commissioni di *sourcing*.

Il Gruppo Basic non ha effettuato sino ad oggi coperture dei ricavi in valuta, bensì ha utilizzato i proventi in USD dai Licenziatari a titolo di *royalties* e commissioni, per effettuare pagamenti su acquisti nella medesima valuta, ottenendo implicitamente una copertura dei rischi di cambio. Il rischio sulla restante porzione di acquisti in USD viene gestito con operazioni di copertura tendenti a fissare il valore della valuta, con riferimento ai costi della merce individuati in fase di budget e conseguentemente adottati per la redazione dei listini di vendita.

L'oscillazione dei tassi di cambio di alcune valute straniere (USD e altre fuori ambito Euro) potrebbero provocare un effetto negativo sulla redditività del Gruppo Basic per le operazioni non assoggettate a copertura.

Concorrenza

Il Gruppo Basic opera nel settore dell'abbigliamento sportivo ed informale, settore caratterizzato da condizioni di elevata competitività.

2. INFORMAZIONI RELATIVE ALL'OPERAZIONE

2.1. Descrizione sintetica delle modalità e dei termini dell'operazione

2.1.1. Descrizione del marchio oggetto di acquisizione

K-Way costituisce uno dei marchi di abbigliamento più noti al mondo nel segmento delle giacche a protezione dal vento, dalla pioggia e dal freddo.
Il marchio K-Way è infatti strettamente legato, ed è ormai diventato sinonimo, dell'articolo che lo contraddistingue: una leggera giacca impermeabile che si richiude in piccola tasca che si può legare a vita, creata a Parigi nel 1965. Nel primo anno di produzione ne furono vendute 250.000 unità. Il marchio fu poi esteso anche al resto dell'Europa ed in America.
Dopo essere stato un prodotto di punta per tutti gli anni 70, il marchio, anche per effetto delle numerose imitazioni, attraversò un periodo di crisi.
Nel 1990 venne acquisito da Superga e nel 1992 il marchio diventò fornitore ufficiale della squadra francese nei sedicesimi giochi olimpici invernali di Albertville, riacquistando un'importante visibilità.
Nel 2000 l'intero pacchetto azionario della Superga venne acquistato dalla società Formula Sport Group S.r.l., società oggi cedente del marchio.

2.1.2. Modalità, condizioni e termini dell'operazione e relative forme e tempi di pagamento; criteri seguiti per la determinazione del prezzo; soggetti dai quali il marchio è stato acquisito

Modalità e condizioni dell'operazione

L'operazione di acquisizione, conclusasi in data 13 febbraio 2004, riguarda il solo attivo intangibile del marchio K-Way, ovvero non sono state acquistate quelle attività (magazzino, crediti commerciali, ecc.) e passività (debiti commerciali, altre passività ecc.), normalmente correlate a tali tipologie di acquisizione.
Quale effetto dell'acquisizione del Marchio K-Way, sono stati trasferiti in capo a BasicNet S.p.A. i contratti di licenza attualmente in essere. Mediamente il rendimento riconosciuto sotto forma di *royalties* sui contratti in oggetto è compreso tra il 6 e l'8 % delle vendite nette che il licenziatario va a sviluppare sui territori, o per le categorie di prodotti ad esso assicurati.
I licenziatari K-Way France S.a.s., Compagnia delle Pelli S.p.A. e Group Mizrahi Textile S.A. (GMT Benelux), hanno già prestato il consenso alla cessione dei rispettivi contratti.
Per quanto attiene ai licenziatari K-Way Deutschland Gmbh e Funtex S.A., il cedente si è obbligato a prestare ogni collaborazione affinchè gli stessi acconsentano al trasferimento a BasicNet S.p.A. dei rispettivi Contratti di Licenza, fermo restando che, in ogni caso, saranno riconosciute a BasicNet S.p.A le *royalties* di pertinenza.

Corrispettivo e termini di pagamento

Il prezzo del marchio è stato fissato in Euro 8.000.000,00 (otto milioni), oltre Iva, che verrà regolato in tre rate, di cui l'ultima entro 180 giorni dalla data di sottoscrizione dell'atto confirmatorio di cessione.

Criteri per la determinazione del prezzo

Il prezzo di acquisto è stato determinato sulla base delle prospettive di sviluppo del Marchio per gli esercizi futuri, tenuto conto delle condizioni del mercato. In particolare il *cash-flow* del Marchio sarà legato oltreché alla capacità autonoma di generare i flussi reddituali delle previsioni commerciali, all'interazione con il *business system* del Gruppo Basic, interagendo altresì sulle strutture già esistenti, ottimizzandone la contribuzione marginale alla redditività d'impresa.

La metodologia di valutazione applicata, riconosciuta dalla dottrina e dalla pratica professionale in Italia e a livello internazionale e già utilizzata per la valutazione dei marchi di proprietà del Gruppo, è basata sull'attualizzazione dei flussi di cassa prospettici derivanti dalle vendite dirette e dalle *royalties* rinvenienti dai licenziatari terzi, per un periodo di dieci anni. Il tasso di attualizzazione è stato determinato sulla base del costo medio del capitale, ottenuto ponderando i tassi relativi alle fonti finanziarie della società (costo dei mezzi propri e costo del debito), tenuto conto dei livelli di rischio associabili all'attività tipica di gestione dei marchi.
La stima del reddito atteso è stata formulata utilizzando le previsioni prospettiche dei volumi di vendita specifici del marchio K-Way, confortate anche dall'evoluzione commerciale storica degli altri marchi gestiti dal Gruppo.

Soggetti dai quali il marchio è stato acquistato

Il marchio è acquisito dalla Società Formula Sport Group S.r.l. con sede in Milano, Piazzale Biancamano, 8.

2.1.3. Fonti di finanziamento a copertura del prezzo dell'operazione di acquisizione del Marchio

L'operazione, è assistita da un finanziamento di 8 milioni di Euro concesso, in quote paritetiche, da Unicredit Banca d'Impresa (in qualità di Banca Agente e Finanziatrice) e da Banca Intesa (Banca Finanziatrice), a un tasso pari all'euribor trimestrale più 200 punti base, con rimborso della quota capitale a rate costanti trimestrali in sette anni, di cui il primo anno di pre-ammortamento.

A garanzia del finanziamento assunto, il marchio K-Way® è stato costituito in pegno a favore delle banche finanziatrici.

Inoltre, il contratto di finanziamento prevede il rispetto di *ratios* finanziari d'uso, nonché il mantenimento di talune condizioni relative all'assetto proprietario nel capitale di Basic World N.V. e BasicNet S.p.A. In particolare è previsto:

- il mantenimento da parte del sig. Marco Daniele Boglione (sia in modo diretto che indiretto), di almeno il 51% del capitale di Basic World N.V., società che detenendo il 30,01% della azioni di BasicNet S.p.A, ne è socio di riferimento,
- che la partecipazione complessiva, diretta o indiretta, di Basic World N.V. nel capitale di BasicNet S.p.A., non si riduca al di sotto del 20% del capitale della medesima.

2.2. Motivazioni e finalità dell'operazione

2.2.1. Motivazioni dell'operazione con particolare riguardo agli obiettivi gestionali

L'operazione si inquadra nella strategia di crescita del Gruppo Basic al fine di consolidare la propria posizione sul mercato dell'abbigliamento informale e sportivo.

Attraverso l'acquisizione del marchio K-Way®, il Gruppo Basic intende diversificare ed accrescere il proprio portafoglio prodotti, fruendo degli effetti sinergici sui costi generali di struttura, per effetto di porzioni aggiuntive di fatturato (sia per vendite dirette che per *royalties* e commissioni), con redditività marginale aggiuntiva.

2.2.2. Indicazione dei programmi elaborati dall'Emittente relativamente al marchio acquisito

Lo sviluppo del valore del marchio viene attuato in primo luogo attraverso l'attività commerciale del Gruppo Basic, che intende ripristinare la notorietà del marchio, ricostruire il *know-how* di prodotto e sviluppare il marchio su scala globale mediante rapporti di licenza. Lo sviluppo passerà attraverso una prima fase dedicata al rilancio dei prodotti classici e continuativi che hanno reso famoso il marchio K-Way® in tutto il mondo, estendendo successivamente la linea di prodotti a una gamma più ampia ed articolata e specialistica di indumenti per la protezione da pioggia, vento e freddo.

E' stato previsto l'inserimento nell'organico di BasicNet S.p.A. di un *brand manager* al quale verrà affidato lo sviluppo commerciale del marchio.

Il flusso dei ricavi legati al marchio è stato previsto in misura marginale nel secondo semestre 2004 per la collezione inverno 2004-2005, che sarà distribuita in Italia da Kappa Italia S.p.A. Mentre proseguiranno nel corso dell'esercizio 2004 le attività commerciali svolte dai licenziatari terzi, i cui contratti sono stati trasferiti in capo a BasicNet S.p.A. da Formula Sport Group S.r.l., attivi sui mercati francese, belga, svizzero e tedesco. A partire dall'esercizio 2005 è pianificato l'avvio dello sviluppo dell'attività, ottimizzando l'effetto sinergico del *network* di Licenziatari nel mondo, caratterizzanti il sistema distributivo del Gruppo Basic.

2.3. Rapporti con la società oggetto dell'operazione e con i soggetti dai quali il marchio è acquisita

2.3.1. Rapporti ed accordi significativi tra l'Emittente, le società da questo controllate, i dirigenti e gli amministratori dell'Emittente ed i soggetti dai quali il marchio è acquisito

Contestualmente alla proprietà del marchio K-Way, BasicNet S.p.A. ha acquisito da Formula Sport Group S.r.l. la Licenza esclusiva mondiale del marchio Superga® e un diritto di opzione per l'acquisto del marchio stesso.

In particolare, il contratto di licenza mondiale, valido per 14 anni, per la distribuzione in tutti i Paesi e per tutte le categorie merceologiche dei prodotti a marchio Superga®, prevede per i primi tre anni, il pagamento da parte di BasicNet S.p.A. di *flat fees* di 1,5 milioni di Euro nel 2004, 2 milioni di Euro nel 2005 e 2,5 milioni di Euro nel 2006. Per gli anni successivi il Gruppo dovrà corrispondere alla società proprietaria del marchio *royalties* del 4% sulle vendite nette con minimi garantiti tra i 2,6 e i 3,1 milioni di Euro.

Il contratto di licenza Superga è stato inoltre integrato dal diritto di opzione per l'acquisto del marchio (diritto di "*call* "), diritto che sarà esercitabile a partire dal 2007 e per i successivi 4 anni, sulla base, per la determinazione del prezzo finale, anche del flusso delle *royalties* riconosciute alla licenziante fino al momento dell'eventuale esercizio, che andranno ad eventuale riduzione dello stesso.

Il diritto per l'acquisto della proprietà del marchio Superga® da parte di BasicNet S.p.A. avrà validità sino al 2010 e potrà essere esercitato nel periodo 2007-2008 ad un prezzo di riferimento di 28 milioni di Euro e nel periodo 2009-2010 di 27 milioni di Euro, fatti salvi i correttivi di riduzione del prezzo prima indicati. Successivamente a tale data e sino al termine del contratto di licenza, BasicNet S.p.A. beneficerà in ogni caso di un diritto di prelazione da esercitare alle medesime condizioni dell'eventuale offerente terzo. Entrambi i diritti non sono a titolo oneroso.

Oltre all'accordo segnalato, al momento dell'effettuazione dell'operazione non sussistevano altri rapporti tra BasicNet S.p.A e le società da questa controllate ed i soggetti dai quali il marchio è acquisito.

Inoltre, per quanto a conoscenza dell'emittente, al momento dell'operazione di acquisizione non sussistevano rapporti né accordi significativi tra i dirigenti e gli amministratori di BasicNet S.p.A ed i soggetti dai quali il marchio è acquisito.

2.4. Documenti a disposizione del pubblico e indicazione dei luoghi in cui possono essere consultati

Il presente documento informativo, nonché la documentazione richiesta ai sensi delle vigenti disposizioni di legge e dei vigenti regolamenti Consob, sono stati depositati presso la sede sociale di BasicNet S.p.A. in Torino, Largo Maurizio Vitale,1 oltre che sul sito aziendale www.basicnet.com e presso Borsa Italiana S.p.A.

3. EFFETTI SIGNIFICATIVI DELL'OPERAZIONE

3.1. Descrizione di eventuali effetti significativi dell'operazione sui fattori chiave che influenzano e caratterizzano l'attività dell'Emittente nonché sulla tipologia di business svolto dall'Emittente medesimo

Per quanto concerne gli effetti significativi dell'operazione sui fattori chiave che influenzano e caratterizzano l'attività di BasicNet S.p.A., si rimanda a quanto già detto nel paragrafo 2.2 del presente Documento Informativo.

3.2. Implicazioni dell'operazione sulle linee strategiche afferenti i rapporti commerciali, finanziari e di prestazioni accentrate di servizi tra le imprese del Gruppo

L'operazione non comporta apprezzabili modifiche nella struttura dei rapporti infragruppo rispetto a quanto attualmente in essere, salvo il flusso di *royalties* sulle vendite di prodotti a marchio K-Way®, che verrà corrisposto a BasicNet S.p.A. da Kappa Italia S.p.A. in qualità di Licenziatario.

4. DESCRIZIONE DEGLI EFFETTI PRO-FORMA DERIVANTI DALL'OPERAZIONE

Il contratto di cessione ha per oggetto il solo trasferimento del marchio e del conseguente diritto allo sfruttamento allo stesso. Poiché, come già citato, l'acquisto è limitato al marchio K-Way® al quale non è riferito nessun ramo d'azienda, gli effetti immediati derivanti dall'acquisizione sono sintetizzati di seguito.

Per quanto attiene alla situazione patrimoniale/finanziaria:

- Incremento delle immobilizzazioni immateriali per 8.000.000 di Euro;
- Incremento dei finanziamenti a medio/lungo termine per 8.000.000 di Euro.

Il valore incrementale delle immobilizzazioni immateriali includerà inoltre gli oneri accessori di acquisizione, quantificabili in circa 200.000 Euro, autofinanziati.

Per quanto attiene al conto economico:

- Ammortamenti annuali dei marchi per 410.000 euro annuali (pari al 5%)
- Oneri finanziari variabili decrescenti, che per il primo anno di pre-ammortamento, ai tassi attuali, ammonterebbero a circa 326.000 Euro.

Gli effetti economici prospettici derivanti dall'acquisizione in oggetto sono legati alle attività di sviluppo delineate nei paragrafi precedenti.

Essendo gli effetti economico-patrimoniali e finanziari sopra descritti limitati e agevolmente comprensibili, il presente documento rientra nelle previsioni del punto 5.1.2. dello schema 3, allegato 3 del Regolamento Emittenti adottato dalla Consob con delibera n.11971 del 14 maggio 1999 e successive modificazioni.

In particolare, si precisa che la predisposizione di dati pro-forma, nonché la rappresentazione degli indicatori pro-forma per azione, riferiti alla situazione economico, patrimoniale e finanziaria al 30 giugno 2003 sarebbe superata oltreché dalla normale evoluzione dell'attività svolta nel secondo semestre dell'esercizio, anche da altre operazioni già oggetto di informativa nelle Relazioni degli Amministratori per il terzo ed il quarto trimestre 2003.

Per completezza di informativa ai fini del presente prospetto e come riferimento per gli effetti derivanti dalla operazione in oggetto, si riporta nella successiva sezione **5.** la Relazione degli Amministratori per il quarto trimestre 2003.

5. PROSPETTIVE DELL'EMITTENTE E DEL GRUPPO AD ESSO FACENTE CAPO

5.1. Indicazioni generali sull'andamento degli affari dell'Emittente dalla chiusura dell'ultimo esercizio

Si riporta di seguito la situazione economico patrimoniale afferente il quarto trimestre 2003 approvata dal Consiglio di Amministrazione di BasicNet S.p.A. in data 13 febbraio 2004.

RELAZIONE TRIMESTRALE

AL 31 DICEMBRE 2003

PROSPETTI CONTABILI

NOTE DI COMMENTO

OSSERVAZIONI DEGLI AMMINISTRATORI

PROSPETTI CONTABILI

Conto economico consolidato

(Importi in migliaia di Euro)	31 dicembre 2003	%	31 dicembre 2002	%
Valore della produzione	**83.881**	***100,00***	**116.314**	***100,00***
Acquisti di prodotti, al netto della Variazione delle scorte	(39.374)	*(46,94)*	(50.447)	*(43,37)*
Servizi e godimento beni di terzi	(23.520)	*(28,04)*	(40.515)	*(34,80)*
Personale	(9.317)	*(11,11)*	(9.187)	*(7,90)*
Altri oneri di gestione ed accantonamenti	(1.586)	*(1,89)*	(1.590)	*(1,36)*
Ammortamenti	(5.568)	*(6,64)*	(5.091)	*(4,38)*
Svalutazione dei crediti	(5.429)	*(6,47)*	(1.915)	*(1,64)*
Differenza fra valore e costi della produzione	**(913)**	***(1,09)***	**7.569**	***6,55***

(Importi in migliaia di Euro)	4° trimestre 2003	%	4° trimestre 2002	%
Valore della produzione	**17.561**	***100,00***	**24.374**	***100,00***
Acquisti di prodotti, al netto della Variazione delle scorte	(9.601)	*(54,67)*	(10.026)	*(41,13)*
Servizi e godimento beni di terzi	(6.402)	*(36,45)*	(7.624)	*(31,28)*
Personale	(2.187)	*(12,45)*	(2.375)	*(9,74)*
Altri oneri di gestione ed accantonamenti	(456)	*(2,60)*	(666)	*(2,73)*
Ammortamenti	(1.526)	*(8,69)*	(1.337)	*(5,49)*
Svalutazione dei crediti	(54)	*(0,30)*	55	*0,22*
Differenza fra valore e costi della produzione	**(2.665)**	***(15,17)***	**2.401**	***9,85***

Posizione finanziaria

(Importi in migliaia di Euro)	**31 dicembre 2003**	**30 settembre 2003**	**31 dicembre 2002**
Disponibilità liquide	2.294	4.859	4.712
Disponibilità a breve	**2.294**	**4.859**	**4.712**
Quota a breve di finanziamenti a medio / lungo	(5.909)	(6.275)	(4.878)
Scoperti di c/c e anticipi SBF	(12.505)	(9.893)	(16.800)
Anticipi import	(8.504)	(9.693)	(13.038)
Debiti verso altri finanziatori	(1.009)	(1.503)	(2.384)
Posizione finanziaria netta a breve	**(25.633)**	**(22.505)**	**(32.388)**
Crediti finanziari a medio / lungo termine	-	8.765	10.120
Crediti finanziari a medio / lungo termine	**-**	**8.765**	**10.120**
Debiti verso altri finanziatori a medio / lungo	(500)	(645)	(950)
Finanziamenti a medio / lungo	(16.598)	(17.997)	(22.541)
Posizione finanziaria netta	**(42.731)**	**(32.382)**	**(45.759)**

Per effetto della contabilizzazione del leasing immobiliare secondo la metodologia finanziaria, la posizione finanziaria netta consolidata, risulta:

Posizione finanziaria netta (*)	**(42.731)**	**(32.382)**	**(45.759)**
Debiti per leasing immobiliari	(19.869)	(20.093)	(20.046)
Posizione finanziaria netta	**(62.600)**	**(52.475)**	**(65.805)**

(*) la rilevazioni al mese di dicembre 2003 contiene lo stralcio di crediti finanziari, come meglio descritto nella Relazione Illustrativa

NOTE DI COMMENTO

La relazione del bilancio consolidato relativa al quarto trimestre 2003, è stata redatta secondo gli stessi principi contabili adottati per la stesura del bilancio consolidato annuale.

Non sono state adottate procedure di stima diverse da quelle effettuate in sede di redazione dei conti annuali consolidati.

In adesione al Principio Contabile Internazionale IAS 17, gli stati patrimoniali consolidati includono il costo degli immobili di Kappa Italia S.p.A. e del Basic Village S.p.A. in locazione finanziaria, contabilizzati secondo i criteri previsti dalla metodologia finanziaria.

La composizione del valore della produzione è di seguito analizzata per tipologia:

Ricavi dalle vendite e dalle prestazioni	**31 dicembre 2003**	**31 dicembre 2002**
Vendite di abbigliamento sportivo	65.497	91.739
Royalties	13.806	16.311
Commissioni su acquisti	1.146	1.588
Totale	**80.449**	**109.638**
Altri ricavi e proventi	3.432	6.676
Totale	**83.881**	**116.314**

La composizione delle vendite aggregate per area geografica, sviluppate dal network dei licenziatari, è il seguente:

	31 dicembre 2003	**%**	**31 dicembre 2002**	**%**
Vendite Europa	171.292	*84,00*	217.257	*86,89*
Vendite America	17.630	*8,65*	26.010	*10,40*
Vendite Asia	13.988	*6,86*	6.348	*2,54*
Vendite Oceania	1.007	*0,49*	415	*0,17*
Totale	**203.917**	***100,00***	**250.030**	***100,00***

- Le royalties attive da terzi, con esclusione pertanto del solo licenziatario italiano direttamente gestito, sono costituite dal corrispettivo delle licenze d'uso dei marchi Kappa® e Robe di Kappa® nei paesi in cui sono state accordate licenze d'uso dei marchi. Le royalties del periodo provengono per circa il 79% dai licenziatari europei, per il 10,4% dai licenziatari americani, per circa il 9,7% da quelli asiatici, per lo 0,7% dai licenziatari per l'Oceania e per lo 0,2% dai licenziatari per l'Africa.

- Le commissioni su acquisti sono proventi che derivano dalle prestazioni realizzate prevalentemente dai due Sourcing Center del Gruppo, LF Basic Europe S.r.l. per l'Europa e LF Basic Ltd. per l'estremo Oriente.

- Il valore del fatturato aggregato dei licenziatari si attesta a 203,9 milioni di Euro, contro 250 milioni di Euro del 2002. L'apprezzamento dell'Euro rispetto al dollaro USA ha influito sul livello dei ricavi aggregati, per quanto attiene i paesi in cui tale valuta resta la divisa di riferimento. A parità di tasso di cambio del 31 dicembre 2002 (e pertanto con un confronto a cambi costanti) le vendite aggregate al quarto trimestre 2003 sarebbero risultate pari a 219,2 milioni di Euro, con un decremento pari al 12,33% per effetto volume.

  Le vendite nell'area europea sono diminuite rispetto al valore al 31 Dicembre 2002, essenzialmente per effetto dell'andamento dei ricavi sui mercati italiano, spagnolo e francese, gli ultimi due interessati da una profonda revisione della presenza del Gruppo su quei territori. Sui mercati spagnolo e francese sono stati terminati i contratti di licenza con i precedenti licenziatari e siglati rispettivamente un contratto di licenza con uno dei principali distributori di abbigliamento sportivo sul mercato iberico (Proged S.A.) ed un accordo con una nuova società dedicata esclusivamente alla commercializzazione dei prodotti tessili dei marchi Kappa® e Robe di Kappa® (Kappa Textile France S.a.), ma facente parte dello stesso Gruppo già Licenziatario della linea calzature. Di tali nuovi accordi e delle connesse operazioni è stata data ampia informativa in sede delle Relazioni al Bilancio al 31 dicembre 2002 ed alla Semestrale al 30 giugno 2003.

  La variazione negativa sul mercato italiano è dovuta principalmente al termine dei contratti di sponsorizzazione della Nazionale Italiana di Calcio e della A.S. Roma, nonché alla sospensione delle forniture alla Giacomelli Sport Group.

  I ricavi per abbigliamento sportivo sono relativi alle vendite effettuate dalla Kappa Italia S.p.A., sia per il tramite di agenti, sia direttamente al pubblico. Tali vendite sono state effettuate per il 91,14% circa sul territorio nazionale, per il 5,67% circa negli altri paesi UE, e per il restante 3,19% nei paesi extra UE.

  Il decremento del valore delle vendite nel continente americano oltre che essere conseguenza del deprezzamento del dollaro USA nei confronti dell'Euro, deriva principalmente dalle difficoltà finanziarie sofferte dal Licenziatario statunitense che, riverberandosi negativamente sull'andamento commerciale della società, hanno indotto a concludere anticipatamente il contratto di licenza, per inadempienza. Di tali accadimenti verrà data ampia informativa nella sezione successiva.

  In crescita risulta invece l'attività in Asia, dove le licenze assegnate per i territori cinese e sud-coreano manifestano le crescite attese, nonostante le avverse condizioni sulla propensione ai consumi generate in quell'area - nel primo semestre - dai problemi sanitari causati dalla SARS. Inoltre, il flusso d'affari su quell'area ha potuto beneficiare del riacquisto dei marchi Kappa e Robe di Kappa per Hong Kong e Taiwan.

OSSERVAZIONI DEGLI AMMINISTRATORI SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE

I dati economico-finanziari relativi all'intero esercizio 2003, ed in particolare quelli riportati nel quarto trimestre dell'anno, sono influenzati da avvenimenti di natura straordinaria, di cui è necessario premettere la descrizione, al fine della corretta comparazione con i dati dell'esercizio 2002.

L'accantonamento al fondo svalutazione crediti per l'esercizio 2003, include la svalutazione dei crediti verso il Gruppo Giacomelli Sport, la più importante catena di negozi di abbigliamento ed articoli sportivi italiana, operante a livello europeo e cliente della Kappa Italia S.p.A.

Tale svalutazione, di cui è già stata data ampia informativa nelle relazioni accompagnatorie ai dati di Bilancio al 30 Giugno e 30 Settembre 2003, si è resa necessaria a fronte della dichiarazione dello stato di insolvenza del Gruppo da parte del Tribunale di Rimini e la richiesta da parte della Società all'ammissione alla procedura di Amministrazione Straordinaria, a seguito della revoca, in data 13 Ottobre 2003, della procedura di Amministrazione controllata.
Del totale di circa 4,1 milioni di Euro vantati nei confronti del cliente, è stato prudenzialmente svalutato l'intero imponibile a fini IVA dei crediti vantati verso le società italiane del Gruppo (così per un totale di 3,4 milioni di Euro), ed il 50% per cento dei crediti verso le società estere, non entrate in procedura e nei confronti delle quali sono state intraprese azioni volte al recupero (accantonamento prudenziale per 0,15 milioni di Euro).
Avuta presente la dinamica con la quale il Gruppo ha manifestato la propria situazione di insolvenza, non verranno trascurate le iniziative in tutte le sedi più opportune, tese alla tutela degli interessi del nostro Gruppo. L'affidamento creditizio al Gruppo Giacomelli, la cui capogruppo era società quotata nel segmento STAR, era stato infatti assegnato anche sulla base di informazioni di natura economica, patrimoniale e finanziaria, risultate poi in epoca immediatamente successiva non solo disattese ma anche non corrette.

Per quanto concerne i rapporti inerenti il licenziatario americano Kappa USA LLC (società alla quale il Gruppo Basic partecipa nella misura del 19,9%), a fine novembre 2003, la Banca che aveva concesso linee di credito alla Reda Sport Corporation, controllante della Kappa USA LLC, a seguito dell'andamento economico non soddisfacente del Gruppo ed in considerazione del fatto che le iniziative finalizzate all'individuazione di un nuovo partner finanziario, in grado di sostenere le prospettive di crescita delle attività, denotavano ritardi non più considerati accettabili, ha richiesto il rientro della propria esposizione creditoria, attivando le garanzie sugli attivi delle due società affidate. La linea di credito, concessa promiscuamente alla capogruppo ed alla controllata Kappa USA LLC, era garantita dagli attivi di bilancio delle due società, nonché dalla fideiussione personale degli azionisti di controllo.
In occasione della concessione da parte dell'Istituto di credito dell'affidamento bancario commerciale, i crediti finanziari del Gruppo Basic verso la Kappa USA LLC, come già indicato nella Relazione ai dati al 31 dicembre 2002, erano stati subordinati a quelli della Banca erogante, ottenendo in concambio la garanzia, ancorché subordinata, su tutti gli attivi del Gruppo Reda.

L'azione intrapresa dalla Banca, comportando anche l'effetto di interrompere le iniziative volte al rafforzamento finanziario della società, ha indotto il nostro Gruppo nella necessità di procedere alla revoca della licenza d'uso dei marchi, al fine di poterla assegnare ad un nuovo operatore.
Al momento la Banca non ha ancora fornito informazioni utili all'esatta comprensione delle attività di liquidazione degli attivi patrimoniali e di escussione delle garanzie e, conseguentemente, all'ammontare che ragionevolmente potrà essere incassato dal Gruppo Basic, a fronte dei crediti vantati nei confronti della Kappa USA LLC, che al 31 dicembre 2003, ammontavano a complessivi 10,1 milioni di Euro al tasso di cambio di fine esercizio.

A fronte delle oggettive incertezze connesse alla operazione di recupero, di cui si è peraltro già affidato l'esame ad *advisor* locali per esperire tutte le attività più opportune, si è ritenuto di adottare un approccio molto prudente nella valutazione delle nostre posizioni, provvedendo ad accantonare ad un Fondo di svalutazione l'intero

ammontare dei crediti commerciali e finanziari non supportati dalle specifiche garanzie prima descritte, ed il 60% di quelli assistiti da privilegio sui beni del Gruppo Reda, così per un importo complessivo di 8 milioni di Euro, nonché di svalutare integralmente il valore di carico della partecipazione nella Kappa USA LLC, per circa 0,4 milioni di Euro.

Pertanto, a seguito della destinazione al Fondi di svalutazione degli importi prima descritti, il rischio nei confronti della società statunitense residua in 2,3 milioni di Euro.

L'improvviso deteriorarsi della situazione della società licenziataria americana in misura così rilevante, ci ha indotto a dare mandato ai nostri legali statunitensi per procedere a tutti i necessari approfondimenti, non trascurando alcuna delle iniziative volte alla tutela dei nostri interessi nei confronti delle parti coinvolte.

Per ciò che attiene alle parallele attività volte all'individuazione di un nuovo operatore in grado di raggiungere opportunamente il mercato americano, strategico per lo sviluppo commerciale internazionale dei nostri marchi, si sono in questi giorni positivamente concluse le trattative con la società Back to Back LLC, posseduta da imprenditori già operanti nel settore con importanti marchi e licenze quali Fubu, Coogi e Drunkenmunkey. Il nuovo accordo, che è stato possibile raggiungere in virtù dell'apprezzamento negli Stati Uniti dei nostri marchi nell'ambito dell'abbigliamento sportivo e *casual*, contribuirà ad un ampio sviluppo del mercato locale, anche nel settore "lifestyle", che finora non era stato raggiunto dalle precedenti attività.

Il nuovo licenziatario ha inoltre consolidati rapporti finanziari con la Samsung America Inc., che ha concordato di fornire il supporto operativo necessario a facilitare lo sviluppo dei marchi sul territorio, gestendo in modo diretto i fabbisogni connessi al capitale circolante.
Tale supporto ha permesso al Gruppo di appartenenza una rapido sviluppo delle attività nel settore, superando in soli 8 anni i 350 milioni di dollari di fatturato annuo.
La Licenza è di durata quinquennale ed è rinnovabile per un ulteriore quinquennio e prevede, a fronte di un minimi garantiti di vendita del primo periodo di 100 milioni di dollari, royalties minime garantite per 5,4 milioni di dollari.

Per ciò che concerne infine le attività di ristrutturazione della Basic Properties Espana S.L. (già Kappa Spain Sport S.L.), è stato sostanzialmente completato il processo di liquidazione delle attività, con la fine dell'esercizio 2003, comportando oneri di competenza del Gruppo per circa 1,2 milioni di Euro. A fine gennaio 2004 è stata quindi acquisita la quota di partecipazione del 30% precedentemente posseduta dalla Catalana D'Iniciatives, di cui si era già data anticipazione in sede di Relazione Annuale al 31 dicembre 2002. Il costo di acquisizione ammonta a 2,25 milioni di Euro, pagabili in due rate di pari importo a giugno e dicembre 2004. Permane poi l'accordo di *"call"* - con scadenza giugno 2005 – con i soci rappresentanti il residuo 40% del capitale, del valore complessivo di 2,2 milioni di Euro che potrà essere finanziato con l'utilizzo dei crediti vantati dal Gruppo nei confronti della società. Al termine dell'eventuale esercizio di tale diritto, il Gruppo potrà pertanto controllare l'intero capitale della sub-holding spagnola. All'inizio del corrente anno la Basic Properties Espana S.L. ha sottoscritto il compromesso di vendita dell'immobile sede della società, per un valore di vendita che consente il realizzo di una plusvalenza di circa 0,13 milioni di Euro. Successivamente al rogito del bene, previsto per la fine del mese in corso, la sede della Società verrà trasferita a Barcellona, da dove proseguiranno le attività di *master licensee* dell'area spagnola e nordafricana, alla quale la società è deputata.

Al termine della descrizione degli eventi di natura straordinaria ed al fine di consentire una lettura più immediata dell'andamento gestionale del Gruppo Basic al 31 dicembre 2003, si fornisce una tabella di sintesi, redatta secondo i consueti schemi economico-gestionali del conto economico consolidato, che evidenzia i principali indicatori economici del Gruppo.

(Importi in migliaia di Euro)	**31 dicembre 2003**	*%*	**31 dicembre 2002**	*%*	**Variazioni**	*%*
Vendite aggregate dei licenziatari	**203.917**		**250.030**		**(46.113)**	**(18,44)**
Fatturato diretto	65.329	78,03	91.687	80,53	(26.358)	(28,75)
Royalties attive	13.806	16,49	16.311	14,33	(2.505)	(15,36)
Commissioni dei Sourcing	1.146	1,37	1.589	1,40	(443)	(27,89)
Proventi diversi	3.440	4,11	4.270	3,75	(830)	(19,43)
TOTALE RICAVI	**83.721**	**100,00**	**113.856**	**100,00**	**(30.135)**	**(26,47)**
Costo del venduto	(41.864)	(64,08)	(54.067)	(58,97)	12.203	22,57
Spese variabili di vendita	(3.748)	(5,74)	(5.738)	(6,26)	1.990	34,68
Margine di contribuzione sul fatturato diretto	*19.717*	*30,18*	*31.881*	*34,77*	*(12.165)*	*(38,16)*
Margine di contribuzione	**38.109**	**45,52**	**54.051**	**47,47**	**(15.942)**	**(29,49)**
Royalties passive	(277)	(0,33)	(601)	(0,53)	324	53,87
Costi di sponsorizzazione e media	(6.911)	(8,25)	(18.396)	(16,16)	11.486	62,43
Altri costi di comunicazione	(1.230)	(1,47)	(1.274)	(1,12)	44	3,45
Costo del lavoro	(11.910)	(14,23)	(11.668)	(10,25)	(242)	(2,07)
Spese generali e amministrative	(6.975)	(8,33)	(6.664)	(5,85)	(311)	(466)
Altre spese generali	(732)	(0,87)	(893)	(0,78)	160	17,95
Servizi infragruppo	10	0,01	21	0,02	(11)	(53,96)
Accantonamento al fondo svalutazione crediti	(5.429)	(6,48)	(1.915)	(1,68)	(3.514)	(183,50)
Margine operativo lordo (EBITDA)	**4.655**	**5,56**	**12.660**	**11,12**	**(8.005)**	**(63,23)**
Ammortamenti	(5.568)	(6,65)	(5.091)	(4,47)	(477)	(9,37)
Reddito operativo (EBIT)	**(913)**	**(1,09)**	**7.569**	**6,65**	**(8.482)**	**(112,06)**
Oneri e proventi straordinari	(368)	(0,44)	(297)	(0,26)	(71)	(23,81)
Svalutazioni di immobilizzazioni finanziarie	(9.207)	(11,00)	(160)	(0,14)	(9.047)	NS
Oneri e proventi finanziari	(2.661)	(3,18)	(4.204)	(3,69)	1.543	36,70
Perdite su cambi realizzate	(740)	(0,89)	(582)	(0,51)	(158)	(27,15)
Perdite su cambi non realizzate	(2.024)	(2,42)	(2.224)	(1,95)	200	9,01
Utili su cambi realizzati	2.204	2,63	1.711	1,50	493	28,84
Utili su cambi non realizzati	-	-	1.100	0,97	(1.100)	(99,98)
Risultato prima delle imposte (EBT)	**(13.710)**	**(16,38)**	**2.911**	**2,56**	**(16.621)**	**NS**
Cash-flow (EBT + Ammortamenti)	**(8.142)**		**8.002**		**(16.144)**	**(201,76)**

(Importi in migliaia di Euro)	4° trimestre 2003	%	4° trimestre 2002	%	Variazioni	%
Vendite aggregate dei licenziatari	**43.596**		**51.477**		**(7.881)**	**(15,31)**
Fatturato diretto	13.741	78,47	17.334	71,92	(3.594)	(20,73)
Royalties attive	2.884	16,47	3.705	15,37	(821)	(22,16)
Commissioni dei Sourcing	165	0,94	374	1,55	(209)	(55,98)
Proventi diversi	720	4,12	2.689	11,16	(1.969)	(73,22)
TOTALE RICAVI	**17.510**	**100,00**	**24.103**	**100,00**	**(6.593)**	**(27,35)**
Costo del venduto	(10.113)	(73,60)	(10.929)	(63,05)	815	7,46
Spese variabili di vendita	(928)	(6,75)	(663)	3,83	(265)	(39,96)
Margine di contribuzione sul fatturato diretto	*2.700*	*19,65*	*5.743*	*33,13*	*(3.043)*	*52,99*
Margine di contribuzione	**6.469**	**36,95**	**12.511**	**51,91**	**(6.042)**	**(48,29)**
Royalties passive	(53)	(0,30)	(74)	(0,31)	21	28,10
Costi di sponsorizzazione e media	(1.990)	(11,36)	(3.149)	(13,07)	1.159	36,82
Altri costi di comunicazione	(409)	(2,34)	(421)	(1,74)	12	2,76
Costo del lavoro	(3.085)	(17,62)	(3.204)	(13,29)	119	3,70
Spese generali e amministrative	(1.849)	(10,56)	(1.714)	(7,11)	(135)	(7,88)
Altre spese generali	(155)	(0,89)	(247)	(1,03)	92	37,33
Servizi infragruppo	(13)	(0,07)	(18)	(0,07)	5	27,00
Accantonamento al fondo svalutazione crediti	(54)	(0,30)	55	0,23	(109)	(197,63)
Margine operativo lordo (EBITDA)	**(1.139)**	**(6,50)**	**3.739**	**15,51**	**(4.878)**	**(130,46)**
Ammortamenti	(1.526)	(8,72)	(1.337)	(5,55)	(189)	(14,11)
Reddito operativo (EBIT)	**(2.665)**	**(15,22)**	**2.402**	**9,96**	**(5.067)**	**(210,95)**
Oneri e proventi straordinari	(242)	(1,38)	(2)	(0,01)	(240)	NS
Svalutazioni di immobilizzazioni finanziarie	(8.751)	(49,98)	-	-	(8.751)	NS
Oneri e proventi finanziari	(464)	(2,65)	(893)	(3,71)	429	48,02
Perdite su cambi realizzate	(142)	(0,81)	(326)	(1,35)	184	56,56
Perdite su cambi non realizzate	(610)	(3,49)	(562)	(2,33)	(48)	(8,58)
Utili su cambi realizzati	686	3,92	774	3,21	(88)	(11,42)
Utili su cambi non realizzati	(199)	(1,14)	224	0,93	(423)	NS
Risultato prima delle imposte (EBT)	**(12.388)**	**(70,75)**	**1.616**	**6,70**	**(14.004)**	**NS**
Cash-flow (EBT + Ammortamenti)	**(10.862)**		**2.953**		**(13.815)**	**NS**

Stato patrimoniale consolidato

(Importi in migliaia di Euro)	**31 dicembre 2003**	**30 settembre 2003**	**31 dicembre 2002**
Immobilizzazioni immateriali	14.404	14.689	12.933
Immobilizzazioni materiali	2.165	2.238	2.458
Immobilizzazioni materiali IAS 17	26.896	27.085	26.978
Immobilizzazioni finanziarie	386	1.603	2.106
Capitale immobilizzato	**43.851**	**45.615**	**44.475**
Magazzino	12.805	18.150	24.354
Crediti commerciali	39.962	42.786	54.041
Debiti commerciali	(20.561)	(24.648)	(30.791)
Capitale circolante netto	**32.206**	**36.288**	**47.604**
Altre attività nette	5.987	8.010	13.471
Altre passività nette	(5.207)	(6.702)	(7.579)
Trattamento di fine rapporto	(2.224)	(2.096)	(1.941)
CAPITALE INVESTITO NETTO	**74.613**	**81.115**	**96.031**
Capitale sociale	15.278	15.278	15.278
Riserve	15.154	14.684	13.720
Utile (perdite) ante imposte, del periodo	(13.710)	(1.322)	1.227 (*)
Totale Patrimonio netto consolidato	**16.722**	**28.640**	**30.225**
Indebitamento finanziario a medio /lungo termine	17.098	18.642	23.491
Crediti finanziari a medio/lungo termine	(4.707)	(8.765)	(10.120)
Debiti per leasing immobiliari IAS 17	19.868	20.093	20.046
Debiti verso altri finanziatori	1.009	1.502	2.384
Esposizione bancaria netta a breve	24.623	21.003	30.005
MEZZI PROPRI E DEBITI FINANZIARI	**74.613**	**81.115**	**96.031**
Net Debt/Equity ratio	3,74	1,83	2,18
Net Debt/Equity ratio esclusi leasing immobiliari	2,56	1,13	1,51

(*) netto di imposte dell'esercizio

Il dato aggregato delle vendite al 31 dicembre 2003 conseguite dal network dei licenziatari, indicatore dei volumi sviluppati sul mercato italiano e sui mercati internazionali, ammonta a 203,9 milioni di Euro. A parità del tasso di cambio del Dollaro USA/Euro utilizzato al 31 dicembre 2002, le vendite aggregate dei licenziatari al 31 dicembre di quest'anno ammonterebbero a Euro 219,2 milioni con un decremento del 12,33% rispetto all'analogo aggregato 2002.

In termini di ricavi diretti, sostanzialmente relativi al mercato italiano, si rileva una diminuzione conseguente in larga misura alla cessazione delle vendite dei prodotti connessi alla sponsorizzazione della FIGC, il cui contratto di sponsorizzazione è terminato al 31 dicembre 2002, che invece, soprattutto nel primo semestre 2002, erano state particolarmente rilevanti in vista dei campionati mondiali avvenuti nel mese di giugno 2002. Alla diminuzione delle vendite di prodotti specifici legati alla Nazionale di Calcio è peraltro correlato il corrispondente minor impegno per costi di comunicazione.

Inoltre, la contrazione globale dei consumi è proseguita nel quarto trimestre 2003, accentuando la forte competitività del mercato a livello mondiale ed incidendo sulla marginalità del fatturato. Tuttavia, in questo contesto economico negativo, le vendite con bassa marginalità sono state effettuate principalmente nel quarto trimestre, anche con l'obiettivo di ridurre sensibilmente le scorte di magazzino, con benefici effetti sulla gestione del capitale circolante. In relazione a quanto descritto il margine di contribuzione è pari al 45,52% dei ricavi, contro il 47,47% dello scorso esercizio. Per contro, il valore delle merci in magazzino che a fine esercizio 2002 presentava un saldo di complessivi 24,4 milioni di Euro, si è fortemente ridotto a 12,8 milioni di Euro, con un decremento del 47,4%.

I proventi diversi che al 31 dicembre 2003 ammontano a circa 3,4 milioni di Euro, contro i circa 4,3 milioni di Euro dell'esercizio precedente, sono essenzialmente relativi alla concessione a terzi dei diritti di uso dei marchi del Gruppo per campagne promozionali non ricorrenti, limitate a merceologie e prodotti specifici.

In termini di struttura e dei relativi costi, si rileva, innanzitutto, che il termine della sponsorizzazione della FIGC ha comportato la consistente riduzione dei costi di sponsorizzazione, che, rispetto all'esercizio 2002, sono diminuiti di circa 11,5 milioni di Euro.

L'incremento del costo del lavoro è riconducibile sia a fatti contingenti legati a dimissioni concordate di personale dipendente che all'avvio di nuovi rapporti di collaborazione, connessi principalmente allo sviluppo del progetto *"retail",* che ha visto l'apertura del nuovo polo commerciale *("Spaccio"* e *"Gigastore*") di Monfalcone, direttamente gestito.

Per quanto attiene le spese generali, l'incremento è sostanzialmente connesso ai costi legali legati alle operazioni straordinarie descritte nei paragrafi introduttivi della presente sezione, nonché ai costi connessi all'apertura dello Spaccio di Monfalcone e del negozio mono marca di proprietà RdK0 di Torino, avvenute in fine esercizio.

Il fondo svalutazione crediti, come già ampiamente descritto, include la svalutazione del totale valore imponibile dei crediti vantati verso le società italiane del Gruppo Giacomelli e del 50% dei crediti verso le società estere del medesimo Gruppo, per un importo di 3,3 milioni di Euro. Nella stessa voce di conto economico è altresì inclusa la svalutazione integrale dei crediti commerciali vantati dal Gruppo Basic nei confronti della Kappa USA LLC, per un importo di 0,8 milioni di Euro.

Il margine operativo lordo (EBITDA) risente pertanto di tali stanziamenti e si attesta a circa 4,6 milioni di Euro, pari al 5,56% dei ricavi, contro circa 12,7 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Gli ammortamenti dei beni materiali ed immateriali s'incrementano essenzialmente per le rate di competenza dell'investimento commerciale sul mercato francese e del costo di acquisto dei marchi per i territori di Hong Kong e Taiwan, operazioni queste già descritte in sede di relazione semestrale al 30 giugno 2003.

Il reddito operativo (EBIT) risulta negativo per 0,9 milioni di Euro.

La svalutazione delle immobilizzazioni finanziarie, presente in modo marginale nel trascorso esercizio, include l'accantonamento straordinario a fronte dei crediti finanziari e del valore della partecipazione detenuta nella Kappa USA LLC (19,9%) per 8 milioni di Euro e la quota di pertinenza del risultato della Basic Properties España S.L. per 1,2 milioni di Euro, società che è stata oggetto di un processo di riconversione industriale. Di queste operazioni, a carattere non ricorrente, si è già fornita descrizione nei paragrafi introduttivi della presente Relazione.

Gli oneri finanziari derivanti dal servizio del debito, che nello scorso esercizio avevano fatto registrare un saldo di circa 4,2 milioni di Euro, si attestano per l'esercizio 2003 a 2,7 milioni di Euro, inclusi gli oneri afferenti i leasing immobiliari. Il decremento deriva sia dalla riduzione dei tassi che, soprattutto, dal sensibile miglioramento della posizione finanziaria netta.

Al proposito segnaliamo che, nel corso del mese di settembre è stata conclusa con una primaria controparte finanziaria italiana un'operazione di copertura dei rischi di tasso relativi al finanziamento sindacato a medio termine, di residui 22,1 milioni di Euro. Per effetto di tale operazione, il tasso variabile Euribor a tre mesi previsto contrattualmente è stato trasformato in un tasso fisso del 2,89% su base annua, così permettendo di proteggere il costo del finanziamento dal possibile incremento dei tassi per la residua vita utile del prestito.

Gli utili e le perdite su cambi, che al 31 dicembre 2002 presentavano un sostanziale pareggio, evidenziano al 31 dicembre 2003 un saldo negativo di circa 0,6 milioni di Euro, cui concorre una componente di perdite non realizzate pari a 2 milioni di Euro, contro utili realizzati per 2,2 milioni di Euro. Ricordiamo al proposito che il tasso di conversione Euro/$ che al 31 Dicembre 2002 era pari a 0,947, presentava al 31 Dicembre 2003 un valore di 1,1394, con un rafforzamento della moneta europea del 20,32%.

Per effetto delle componenti negative straordinarie di reddito sopra descritte, il risultato prima delle imposte (EBT) al 31 dicembre 2003 è negativo per 13,7 milioni di Euro.

A livello patrimoniale, è proseguita intensa l'attività di ottimizzazione del capitale circolante, che registra infatti una diminuzione di circa 15,5 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2002, per effetto delle iniziative volte sia alla miglior gestione incasso dei crediti commerciali che alla riduzione delle scorte, con particolare riferimento a quelle connesse ai prodotti legati alle squadre di calcio di cui sono terminati i contratti di sponsorizzazione, esitate entro la fine dell'esercizio. Il capitale investito netto si attesta a 74,6 milioni di Euro, contro i 96 milioni del 31 dicembre 2002.

La posizione finanziaria netta a breve termine passa da 32,3 milioni di Euro del 31 dicembre 2002 ai 25,6 milioni di Euro del 31 dicembre 2003, questi ultimi includendo 5,9 milioni di Euro di quota a breve di finanziamenti a medio termine.

La posizione finanziaria netta complessiva, alla cui formazione concorre un indebitamento che per 17,1 milioni di Euro è posizionato a medio-lungo periodo, migliora di circa 3 milioni di Euro, passando da un saldo netto di 45,7 milioni al 31 dicembre 2002 ai 42,7 del 31 dicembre 2003, pur scontando l'integrale eliminazione dei crediti finanziari verso la Kappa USA LLC (pari a 8,8 milioni di Euro al cambio del 31.12.2003). Al proposito si segnala che, per ragioni di carattere prudenziale, il residuo saldo dei crediti finanziari vantato nei confronti della società americana, pari a 2,3 milioni di Euro, non è stato incluso come componente attiva della posizione finanziaria netta.

Circa l'attività di comunicazione, sono stati conclusi nel corso del quarto trimestre 2003 i nuovi contratti di sponsorizzazione della Nazionale Italiana Golf e del FCK Copenaghen Calcio, nonché della Squadra di Ciclismo Saeco-Cannondale. E' inoltre stata rinnovata la sponsorizzazione della Nazionale Italiana di Rugby.

Per quanto riguarda infine gli eventi successivi alla data di chiusura dell'Esercizio, oltre alla positiva conclusione del nuovo accordo di licenza per il territorio statunitense, si sono in questi giorni realizzate le condizioni per la finalizzazione dei contratti con la Formula Sport Group S.r.l. per l'acquisto del marchio K-WAY e per la licenza d'uso del marchio Superga, di cui a mezzo stampa si era data comunicazione degli accordi preliminari nel dicembre 2003.

L'operazione consente a BasicNet di inserire due nuovi marchi nel proprio portafoglio, arricchendo l'offerta di prodotti di abbigliamento sportivo e per il tempo libero, completandone la gamma e permettendo di ottimizzare le strutture esistenti, sia in termini di servizi generali che di struttura distributiva, rafforzando il flusso dei ricavi, in presenza di un sostanziale mantenimento dell'attuale configurazione dei costi operativi.

Il prezzo del marchio K-WAY, determinato sulla base delle potenzialità commerciali del *brand* la cui notorietà ha contribuito a far divenire il marchio stesso sinonimo di una tipologia specifica di prodotto, è stato fissato in 8 milioni di Euro.

A sostegno dell'acquisizione è stato ottenuto un finanziamento di pari importo, concesso in quote paritetiche da Banca Intesa S.p.A. ed Unicredit Banca d'Impresa S.p.A. (quest'ultima in qualità anche di Banca Agente), della durata di sette anni, di cui uno di pre-ammortamento, a tasso Euribor trimestrale più duecento punti base. Il finanziamento è assistito da pegno sui marchi acquisiti, nonché da covenants d'uso sulla situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per quanto riguarda invece il marchio Superga, il contratto di licenza è valido per 14 anni e consente la distribuzione in tutti i Paesi e per tutte le categorie merceologiche dei prodotti recanti il relativo marchio. Prevede per i primi tre anni di contratto il pagamento da parte di BasicNet di "flat fees" annuali di 1,5 milioni di Euro nel 2004, 2 milioni di Euro nel 2005 e 2,5 milioni di Euro nel 2006. Per gli anni successivi il Gruppo dovrà corrispondere, alla società proprietaria del marchio, royalties del 4% sulle vendite nette, con minimi garantiti tra i 2,6 e i 3,1 milioni di Euro.

Il contratto di licenza Superga è stato inoltre integrato dal diritto di opzione per l'acquisto del marchio (diritto di *"call"*), diritto che sarà esercitabile a partire dal 2007 e per i successivi 4 anni sulla base, per la determinazione del prezzo finale, anche del flusso delle royalties riconosciute alla licenziante fino al momento dell'eventuale esercizio, che andranno ad eventuale riduzione dello stesso.

Il diritto per l'acquisto della proprietà del marchio Superga da parte di BasicNet avrà validità sino al 2010 e potrà essere esercitato nel periodo 2007-2008 ad un prezzo di riferimento di 28 milioni di Euro e nel periodo 2009-2010 di 27 milioni di Euro, fatti salvi i correttivi di riduzione del prezzo prima indicati. Successivamente a tale data e sino al termine del contratto di licenza, BasicNet beneficerà in ogni caso di un diritto di prelazione da esercitare alle medesime condizioni dell'eventuale offerente terzo. Entrambi i diritti non sono a titolo oneroso.

L'acquisizione del marchio K-WAY e della licenza per il marchio Superga in apertura dell'esercizio 2004 confermano la volontà del Gruppo, mai venuta meno nonostante gli accadimenti negativi che hanno inciso sui risultati conseguiti, di perseguire la crescita nel proprio settore di riferimento e delineano l'attività che verrà svolta non solo nell'immediato per l'integrazione dei due nuovi marchi nel sistema operativo del gruppo, ma anche a medio termine, dal management e da tutta la struttura, integrando i nuovi progetti nei piani di sviluppo, incentrati, tra gli altri, sulle iniziative "retail", caratterizzate da negozi mono marca Robe di Kappa, diffusi in una prima fase principalmente sul territorio italiano e che hanno già raggiunto 7 punti vendita.

Alla luce degli importanti eventi descritti nella presente Relazione, il Consiglio di Amministrazione della Società nella sua riunione odierna e come già anticipato in precedenti comunicazioni, ha ritenuto opportuno un rafforzamento finanziario del Gruppo, al fine di poter supportare adeguatamente il processo di consolidamento e di sviluppo nel quale il Gruppo Basic si è impegnato.

Il Consiglio di Amministrazione nella riunione che verrà convocata per il 23 marzo prossimo, sarà pertanto chiamato a determinare modalità, condizioni e tempistiche per un aumento di capitale, da effettuarsi tramite l'esercizio della delega allo stesso conferita dall'assemblea straordinaria degli azionisti del 13 maggio 2003, per aumenti del capitale sociale, per un importo massimo di 25 milioni di Euro di valore nominale.

L'effetto patrimoniale dell'aumento dei mezzi propri aziendali sarà pertanto quello di mantenere adeguato il rapporto fra indebitamento finanziario e disponibilità proprie, rispondendo in tal senso anche alle previsioni del contratto di finanziamento sindacato in essere, ma soprattutto di poter adeguatamente sostenere lo sviluppo del giro d'affari diretto che comporta, normalmente, una dinamica espansiva dei fabbisogni connessi al capitale circolante netto.

Per il Consiglio di Amministrazione BasicNet S.p.A.

Il Presidente

Marco Boglione

Torino, 13 febbraio 2004