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

Acquisto da parte del Gruppo BasicNet

del marchio



18 luglio 2007

BasicNet S.p.A.
Sede legale in Torino Largo Maurizio Vitale, 1
Capitale Sociale Euro 31.716.673,04 i.v.
Codice fiscale, Partita IVA e Iscrizione al Registro Imprese di Torino n. 04413650013

PREMESSA **4**

1. AVVERTENZE **6**

1.1 Rischi od incertezze che possano condizionare in misura significativa l'attività dell'Emittente derivanti dall'acquisizione e profili di rischio ed incertezze evidenziate in prospetti e documenti redatti in precedenza **6**

Rischi contrattuali legati al debito **6**

Rischi connessi alla variazione dei tassi di cambio e dei tassi di interesse **7**

2. INFORMAZIONI RELATIVE ALL'OPERAZIONE **9**

2.1. Descrizione sintetica delle modalità e dei termini dell'operazione **9**

2.1.1. Descrizione del Marchio acquisito **9**

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 **10**

Modalità e condizioni dell'operazione **10**

2.1.3. Fonti di copertura del prezzo dell'operazione di acquisizione del Marchio **10**

Rispetto dei vincoli contrattuali sui beni acquisiti **11**

2.2. Motivazioni e finalità dell'operazione **12**

2.2.1. Motivazioni dell'operazione con particolare riguardo agli obiettivi gestionali **12**

2.2.2. Indicazione dei programmi elaborati dall'Emittente relativamente al Marchio acquisito **12**

2.3. Rapporti con la società oggetto dell'operazione e con i soggetti dai quali il Marchio è acquisita **12**

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 **12**

2.4. Documenti a disposizione del pubblico e indicazione dei luoghi in cui possono essere consultati **13**

3. EFFETTI SIGNIFICATIVI DELL'OPERAZIONE 13

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 13

3.2. Implicazioni dell'operazione sulle linee strategiche afferenti i rapporti commerciali, finanziari e di prestazioni accentrate di servizi tra le imprese del Gruppo 13

4. DESCRIZIONE DEGLI EFFETTI PRO-FORMA DERIVANTI DALL'OPERAZIONE 14

5. PROSPETTIVE DELL'EMITTENTE E DEL GRUPPO AD ESSO FACENTE CAPO 15

5.1. Indicazioni generali sull'andamento degli affari dell'Emittente dalla chiusura dell'ultimo esercizio 15

5.2. Relazione trimestrale di Gruppo al 31 marzo 2007 16

PREMESSA

Il presente documento informativo è stato redatto ai sensi dell'art. 71 della deliberazione Consob del 14 maggio 1999 n. 11971, e successive modificazioni ed integrazioni, al fine di offrire agli azionisti di **BasicNet S.p.A.** un quadro informativo in relazione all'acquisto da parte della Superga Trademark S.A., società interamente controllata dal Gruppo BasicNet, del marchio Superga®.

Descrizione sintetica delle modalità e dei termini dell'operazione

In data 18 luglio 2007, la Superga Trademark S.A., società di diritto lussemburghese, interamente controllata dal Gruppo BasicNet, ha acquistato il marchio Superga® dal Fallimento Formula Sport Group S.r.l., in liquidazione, sulla base di un accordo vincolante siglato il 4 giugno 2007, con contestuale pagamento del prezzo, pari a 23 milioni di Euro.

La BasicNet S.p.A. era già licenziataria esclusiva mondiale del marchio Superga® sin dall'inizio del 2004, per effetto di un Contratto di Licenza con scadenza il 15 gennaio 2018, e titolare di un diritto di opzione di acquisto del Marchio da esercitarsi entro il gennaio 2010, a predeterminate condizioni economiche, nonché di un diritto di prelazione per l'acquisto del medesimo, successivamente alla scadenza dell'opzione.

L'acquisizione da parte del Gruppo BasicNet è stata finanziariamente perfezionata mediante un prestito sindacato per 19 milioni di Euro, della durata di otto anni, e, per la rimanente parte, da disponibilità di cassa della capogruppo BasicNet S.p.A.

Per l'analisi dei riflessi dell'operazione sulle risultanze economiche, patrimoniali e finanziarie si rimanda alla descrizione di cui al capitolo 5 del presente Documento Informativo.

L'attività del Gruppo BasicNet

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

Il Gruppo, che fa capo alla **BasicNet S.p.A**. - con sede a Torino - quotata alla Borsa Italiana, opera nel settore dell'abbigliamento, delle calzature e degli accessori per lo sport e per il tempo libero principalmente con i marchi Kappa®, Robe di Kappa®, Jesus Jeans®, Lanzera®, K-Way® e Superga®.

L'attività del Gruppo consiste nello sviluppare il valore dei marchi e nel diffondere i prodotti ad essi collegati attraverso una rete globale di aziende licenziatarie e indipendenti.

La Capogruppo BasicNet S.p.A. sviluppa le attività di servizio (*information technology*, ricerca e sviluppo prodotti, comunicazione, *sourcing*, etc.) a beneficio del *Network* dei licenziatari, costituito da imprenditori indipendenti, ai quali sono concessi in licenza i marchi di proprietà del Gruppo. I licenziatari vengono quindi supportati nelle strategie di crescita, fornendo loro sia collezioni a valenza internazionale sia strumenti di *marketing* e curando infine la selezione delle fonti di fornitura collocate in differenti aree produttive. Le attività ed i servizi sopra indicati sono elementi essenziali del "*business system*" del Gruppo BasicNet per lo sviluppo del valore dei marchi e la diffusione dei prodotti. Tale "*business system*" è stato concepito e fortemente perseguito in modo da essere modulare, flessibile e strutturato per consentire lo sviluppo sia per linee interne (nuovi licenziatari), sia per linee esterne (nuovi marchi sviluppati o acquisiti, nuove linee di *business*).

Il Gruppo BasicNet non svolge un'attività diretta nella produzione industriale dei prodotti, essendo quest'ultima affidata a soggetti terzi, tuttavia partecipa al ciclo produttivo del *Network*. Infatti, il Gruppo BasicNet, mediante società dedicate (i *Sourcing Centers*), presidia e ottimizza tutte le fasi della produzione per conto dei licenziatari, realizzando significative economie di scala derivanti dall'individuazione delle fonti di produzione più convenienti (per costo e garanzia di qualità) su scala mondiale. A fronte di tale attività il Gruppo BasicNet percepisce commissioni di *Sourcing*.

L'attività di distribuzione e di *marketing* locale è affidata ad una rete di società licenziatarie che riconoscono al Gruppo BasicNet commissioni calcolate sulle vendite nette, a compenso della licenza dei marchi, del beneficio derivante dal *marketing* globale sviluppato direttamente dal Gruppo BasicNet e del "*business know-how*" messo loro a disposizione.

Il Gruppo BasicNet, attraverso il licenziatario BasicItalia S.p.A, interamente controllato, è inoltre presente nella distribuzione, anche attraverso formule al dettaglio mediante i "*Brand Outlet*", gli "*Spacci*", nonché con i negozi monomarca ad insegna "*RdK*"e "*Superga"*.

1. AVVERTENZE

1.1 Rischi od incertezze che possano condizionare in misura significativa l'attività dell'Emittente derivanti dall'acquisizione e profili di rischio ed incertezze evidenziate in prospetti e documenti redatti in precedenza

L'operazione di Acquisto descritta nel presente Documento Informativo non comporta, dal punto di vista gestionale, particolari rischi ed incertezze che possano condizionare in misura significativa l'attività di BasicNet S.p.A., né determina sostanziali modifiche nel profilo di rischio dell'Emittente.

Rischi contrattuali legati al debito

L'operazione di acquisizione, da parte di Superga Trademark S.A., è parzialmente assistita da un Finanziamento a medio-termine assunto da Basic Net S.p.A., che comporta un aumento della leva finanziaria del Gruppo.

Il Finanziamento a medio termine, stipulato in data 16 luglio 2007, è di un ammontare in linea capitale di 19 milioni di Euro, con durata fino a un massimo di otto anni ed è stato garantito mediante costituzione in pegno delle azioni della Superga Trademark S.A., totalmente controllata da Basic Properties B.V. (per maggior dettagli sul contratto si veda Capitolo 2.1.3 del presente documento), e quest'ultima interamente controllata dalla BasicNet S.p.A.

Le condizioni contrattuali prevedono il mantenimento dei seguenti *covenants* finanziari riferiti al bilancio consolidato BasicNet ed in particolare:

Parametro		30 giugno 2007	31 dicembre 2007	30 giugno 2008 e date successive
IFN/EBITDA	≤	5,5	5,5	4,5
IFN/PN	≤	1,4	1,4	1,2
Oneri Finanziari Netti/EBITDA	≤	0,50	0,50	0,40
Patrimonio netto≥		€ 48 milioni	€ 48 milioni	€ 49 milioni

Nota: in corso d'anno il parametro IFN/EBITDA sarà misurato sulla base dell'EBITA pro –forma degli ultimi dodici mesi**.**

oltre a:

- l'impegno a non procedere alla distribuzione di utili qualora tale distribuzione determinasse il mancato rispetto dei *ratios* finanziari;
- l'impegno a mantenere, per tutta la durata del Finanziamento, il rapporto tra la posizione finanziaria netta del Gruppo BasicNet ed il valore di mercato dei marchi di proprietà delle società rientranti nel perimetro di consolidamento con metodo integrale del medesimo Gruppo non superiore a 0,8;
- l'impegno a non acquistare azioni proprie e a non effettuare operazioni di riduzione di capitale sociale;
- altri impegni d'uso legati all'effettuazione di operazioni straordinarie o cessioni di *assets* ovvero all'assunzione di ulteriori forme di indebitamento.

Inoltre, il contratto di Finanziamento prevede il mantenimento di talune condizioni relative all'assetto proprietario nel capitale di Basic World S.r.l. 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 S.r.l., società che detenendo il 35,792% delle azioni di BasicNet S.p.A, ne è socio di riferimento;

- che la partecipazione complessiva, diretta o indiretta, di Basic World S.r.l. nel capitale di BasicNet S.p.A., non si riduca al di sotto del 30% del capitale della medesima o, comunque, di una quota di partecipazione rappresentante la maggioranza relativa delle azioni con diritto di voto della Società;

- il mantenimento, sia in modo diretto che indiretto, da parte di BasicNet S.p.A. di una quota di partecipazione almeno pari al 75% del capitale di Superga Trademark S.A.

In caso di mancato rispetto dei *financial covenants* e degli impegni sopra descritti (salva la rimozione dell'eventuale inadempimento del termine di trenta giorni a partire dal primo verificarsi tra la comunicazione della Banca Agente relativa all'inadempimento e la data in cui la Società venga a conoscenza dell'inadempimento medesimo) gli enti finanziatori avranno la facoltà di attivare i rimedi contrattuali, tra i quali il recesso dal contratto, la risoluzione del contratto e la decadenza del termine.

Il venir meno del Contratto di Finanziamento a medio termine avrebbe effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo BasicNet.

Inoltre, la necessità di mantenere entro determinati limiti il rapporto tra posizione finanziaria netta e patrimonio netto, nonché di rispettare i *financial convenants* e gli impegni sopra descritti, potrebbe, anche in presenza di utili, non consentire in futuro, fatto salvo il preventivo assenso delle banche finanziatrici, la distribuzione di dividendi o, in assenza sempre del preventivo consenso delle banche finanziatrici, porre limiti al Gruppo BasicNet nella realizzazione di attività di sviluppo o all'effettuazione di taluni investimenti, perdendo potenzialmente la possibilità di ottenerne i benefici correlati.

Rischi connessi alla variazione dei tassi di cambio e dei tassi di interesse

Tassi di cambio

I ricavi e i margini operativi del Gruppo BasicNet sono influenzati dall'impatto dell'oscillazione dei tassi di cambio sia sui prezzi dei prodotti acquistati dal licenziatario BasicItalia S.p.A., sia sulle royalties attive rivenienti dai Licenziatari e sulle commissioni di *sourcing*, che sono in parte denominate in valute diverse dall'Euro.

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 di *sourcing*, 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 BasicNet per le operazioni non assoggettate a copertura.

Tassi di interesse

Il contratto di Finanziamento a medio termine prevede la corresponsione di interessi che maturano ad un tasso variabile. Il costo del Finanziamento potrebbe aumentare a causa del possibile incremento dei tassi nel corso della durata del medesimo. BasicNet S.p.A. si è impegnata in sede di assunzione del

Finanziamento alla copertura dell'80% del rischio di tasso attraverso il perfezionamento di idonei mezzi finanziari. Tale copertura dovrà avvenire entro 90 giorni dalla data di stipula del Contratto di Finanziamento, avvenuta il 16 luglio 2007.

2. INFORMAZIONI RELATIVE ALL'OPERAZIONE

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

2.1.1. Descrizione del Marchio acquisito

Il marchio Superga® nasce nel 1913 quando la società "Walter Martiny" mette in fabbricazione le scarpe con suola in gomma marchiate Superga®. Nel 1925 inizia la produzione di calzature con fondo in gomma vulcanizzata. Dopo la guerra, Superga® riprende la produzione e si concentra nella fabbricazione delle calzature. Dal 1975, risentendo della nuova crisi che colpisce il mercato Italiano, Superga® si specializza nella fabbricazione di articoli sportivi e nel 1981 debutta ufficialmente nell'abbigliamento sportivo.
Dal febbraio 2004 BasicNet S.p.A. ha assunto la licenza mondiale per produrre e distribuire i prodotti Superga®.
Il Gruppo ha concentrato le proprie risorse al rilancio del marchio Superga® ed al suo consolidamento, attraverso la produzione di nuove collezioni, il rafforzamento della propria struttura operativa e dei propri organici e nel potenziamento delle attività di comunicazione e promozionali.
Dal 2004 ad oggi sono stati stipulati 15 nuovi contratti di agenzia per il territorio italiano e 8 nuovi contratti di agenzia con operatori attivi sui territori di Francia, Spagna, Germania, Belgio, Est Europa, Olanda e Norvegia.
Sono stati inoltre definiti contratti di licenza pluriennale per i prodotti valigeria (Compagnia delle Pelli S.p.A.), per l'abbigliamento e le scarpe per antinfortunistica (Pezzol S.r.l.), la pantofoleria (Focus International S.r.l.) e per l'abbigliamento Superga® in Italia (Cisalfa Sport S.p.A).
Sono stati poi perfezionati nuovi contratti di licenza per la categoria scarpe per i territori di Svizzera, Sud Africa, Giappone e Sud Corea.
Lo scorso giugno è stato infine concluso un contratto di licenza con la società statunitense R.G. Barry Corporation che sarà il distributore esclusivo per gli Usa (e dal 2008 anche per il Canada) per le scarpe Superga®.
Tutti i contratti sono affiancati dall'impegno dei licenziatari per importanti investimenti in termini di comunicazione.
E' inoltre operativo un *Outlet* Superga e cinque negozi monomarca ad insegna Superga®.
L'attività di vendita e di sviluppo del Marchio è stata supportata da un'intensa attività di comunicazione, incentrata sia sulla presenza del Marchio sui principali quotidiani nazionali, sia da iniziative di *product placement* focalizzate su persone in grado di costituire una testimonianza sul grande pubblico.
Su tutta la rete vendita e su tutti gli strumenti di comunicazione è stato poi introdotto l'abbinamento al marchio Superga® del *claim "People's shoes of Italy",* divenuto parte integrante della riconoscibilità del Marchio. Sono stati quindi diffusi supporti di comunicazione presso i punti vendita (c.d. in *store POP*), recanti l'abbinamento sia del Marchio che del *claim.*
Nel 2005 Superga® è stato inserito tra i cinque marchi rappresentativi della storia della calzatura italiana nel Mondo, con un'emissione filatelica curata dalle Poste Italiane, mediante l'emissione di numero 3,5 milioni di francobolli recanti l'immagine della 2750, modello di punta della collezione Superga®.
E' stato poi raggiunto un accordo di sponsorizzazione dei Campionati Mondiali di Scherma, al quale sono state anche abbinate campagne nazionali di affissione e la partecipazioni alle più qualificate fiere del settore, soprattutto sui mercati internazionali.
Tutti i principali modelli di calzature a marchio Superga® sono stati depositati a livello Comunitario.

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 si è perfezionata in data 18 luglio 2007 attraverso il trasferimento da parte della curatela della società Formula Sport Group S.r.l. dei diritti di proprietà del marchio Superga®, in esecuzione di un accordo sottoscritto in data 4 giugno 2007. Tale trasferimento riguarda pertanto il solo attivo intangibile del marchio Superga®, 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.

Corrispettivo e termini di pagamento

Il prezzo del Marchio è stato fissato in Euro 23.000.000,00 (ventitre milioni), regolato per intero e contestualmente alla stipulazione dell'Atto di cessione e quindi al trasferimento della titolarità del Marchio.

Criteri per la determinazione del prezzo

Il prezzo di acquisto del marchio è stato determinato in 23 milioni di Euro a seguito di una negoziazione intervenuta con la Curatela Fallimentare, che ha portato ad individuare una soluzione intermedia tra il valore di esercizio del diritto di opzione d'acquisto e l'importo che si sarebbe ottenuto attualizzando il flusso dei corrispettivi rivenienti dal Contratto di Licenza ed Opzione di acquisto del marchio Superga®, attualizzati ad un tasso finanziario di mercato.

Il valore di acquisto previsto dall'eventuale esercizio del diritto di opzione era pari a 28 milioni di Euro per gli esercizi 2007 e 2008 e a 27 milioni di Euro, qualora esercitato nel periodo intercorrente tra gli esercizi 2009 e 2010.

Soggetti dai quali il Marchio è stato acquistato

Il Marchio è stato acquisito dal Fallimento (n. 353/2006 del Tribunale di Milano) della Società Formula Sport Group S.r.l. in liquidazione, in persona del suo curatore, dott. Luigi Casero, domiciliato presso lo studio di quest'ultimo in Milano, Via Podgora n. 16.

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

Il pagamento del prezzo è avvenuto per Euro 19.000.000 attraverso l'assunzione di un Finanziamento in *pool*, e, per la restante parte di Euro 4.000.000, tramite l'utilizzo di risorse proprie.

Il Finanziamento è stato concesso da un *club deal* costituito da Unicredit Banca d'Impresa S.p.A. (in qualità di Banca Agente) e Intesa San Paolo S.p.A (banche *lead arrangers*), così ripartito:

- UniCredit Banca d'impresa S.p.A. 3,5 milioni di Euro
- Intesa San Paolo S.p.A. 3,5 milioni di Euro

- Banca di Roma S.p.A. 3,5 milioni di Euro
- Banca Antonveneta S.p.A. 3,0 milioni di Euro
- Monte dei Paschi di Siena S.p.A. 3,0 milioni di Euro
- Banca Nazionale del Lavoro S.p.A 2,5 milioni di Euro

a un tasso variabile pari all'Euribor trimestrale più 200 punti base, con rimborso della quota capitale in trentadue rate costanti trimestrali di 593.750 Euro cadauna, a decorrere dal 18 ottobre 2007 e sino al 16 luglio 2015.

A garanzia del Finanziamento assunto sono state rilasciate le seguente garanzie a favore delle Banche finanziatrici:

- pegno del 100% del capitale di Superga Trademark S.A;
- pegno sul conto corrente intestato a BasicNet S.p.A. ed aperto presso la Banca agente su cui verranno canalizzati gli incassi relativi alle *royalties* rivenienti dall'utilizzo del marchio Superga®. Qualora il saldo del conto superasse l'importo della prima rata in scadenza del Finanziamento, le somme eccedenti l'importo della rata in scadenza verranno autonomamente svincolate.

Come già dettagliato nel capitolo 1. "Avvertenze" il Contratto in oggetto prevede, tra l'altro, il rispetto di *ratios* finanziari ed il mantenimento di talune condizioni relative all'assetto proprietario del capitale di Basic World S.r.l e BasicNet S.p.A.

Rispetto dei vincoli contrattuali sui beni acquisiti

L'operazione ha ricevuto l'assenso delle Banche partecipanti al Finanziamento a medio lungo termine, (acceso nel 2004 per 8 milioni di Euro per l'acquisto del marchio K- Way® e che al 30 giugno 2007 presenta un saldo residuale di 4,7 milioni di Euro, di cui 3,3 milioni di Euro a medio-lungo termine) in relazione agli impegni contrattuali assunti con le medesime, nonché alle correlate garanzie.

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 BasicNet al fine di consolidare la propria posizione sul mercato dell'abbigliamento informale e sportivo.

Dall'acquisizione del Marchio in licenza il Gruppo BasicNet ha investito importanti risorse finanziarie volte al rilancio del marchio Superga® ed al suo consolidamento, sostenendo altrettanto significativi investimenti nella produzione di nuove collezioni, nel rafforzamento della propria struttura operativa e dei propri organici e nel potenziamento delle attività di comunicazione e promozionali. La distribuzione dei prodotti a marchio Superga® ha peraltro permesso al Gruppo Basic di diversificare ed accrescere il proprio portafoglio prodotti, nonchè di fruire 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.

Il Gruppo BasicNet ha dunque acquisito il Marchio al fine di proseguire nel rilancio e nel consolidamento del medesimo accrescendone il valore, senza vanificare il programma di investimenti già effettuati e superando così la grave incertezza venutasi a creare, anche nei rapporti con i vari sub-licenziatari, in considerazione del fallimento della Società Formula Sport Group S.r.l.

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

Il Gruppo ha come principale obiettivo la valorizzazione del Marchio. Tale sviluppo, avviato già dal 2004, proseguirà attraverso l'attività commerciale del Gruppo BasicNet, che intende ripristinare lo "status" del Marchio, nonché distribuirlo su scala globale mediante rapporti di licenza. In tale contesto proseguirà l'attività di rilancio dei prodotti che hanno reso famoso il marchio Superga® in tutto il mondo, nonché la creazione di nuove collezioni.

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 al contratto relativo all'acquisto del Marchio, le parti hanno sottoscritto un accordo transattivo, indipendente rispetto a quello di acquisizione, a chiusura di reciproche pretese, ed in particolare:

per BasicNet S.p.A: rinuncia alla richiesta di risarcimento di danni, richiesti per l'ammontare di 11,7 milioni di Euro, con insinuazione tardiva al fallimento, la cui definizione sarebbe stata soggetta ad un procedimento giudiziale;

per il Fallimento della Società Formula Sport Group S.r.l. in liquidazione: rinuncia a partite pregresse e *royalties* maturate fino alla data della cessione effettiva del Marchio, per circa 4,9 milioni di Euro.

Poiché BasicNet S.p.A, in ossequio al principio della prudenza, non aveva rilevato nel proprio bilancio il potenziale indennizzo da ricevere, ma aveva accantonato il valore delle partite pregresse in contestazione, le *flat fees* e le *royalties* teoricamente maturate fino al 31 dicembre 2006, la regolazione complessiva della partite pregresse di cui sopra comporterà per il bilancio di Gruppo la rilevazione di proventi da storno di passività non più dovute per 3,7 milioni di Euro. Tale rilevazione sarà recepita nella situazione trimestrale compresa dal 1° luglio 2007 al 30 settembre 2007, essendosi conclusa l'operazione che ha reso efficace l'accordo in data 18 luglio 2007.
Non saranno più accantonate *royalties* passive relative all'esercizio 2007, che altrimenti al 30 giugno 2007 sarebbero ammontate a circa 1,3 milioni di Euro.

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 tra i dirigenti e gli amministratori di BasicNet S.p.A ed i soggetti dai quali il Marchio è stato 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 Basic Net 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 Basic Net 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

In considerazione del fatto che il Gruppo era già licenziatario del Marchio, l'operazione non comporta apprezzabili modifiche nella struttura dei rapporti infragruppo rispetto a quanto attualmente in essere, fatte salve le competenze per le singole società in termini di attribuzione del flusso di *royalties* attive.

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 dello stesso. Poiché, come già citato, l'acquisto è limitato al marchio Superga® 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 Attività non correnti – relativamente alla voce Immobilizzazioni Immateriali - per 23.000.000 di Euro, oltre agli oneri accessori, sostenuti e sostenendi, il cui ammontare è stimato in circa 800 mila Euro;

- incremento delle Passività non Correnti - relativamente alla voce Finanziamenti - per quanto attiene al Finanziamento a medio lungo termine, del valore nominale di 19.000.000 di Euro;

- decremento delle Attività Correnti - relativamente alla voce Disponibilità Liquide - per circa 4,8 milioni di Euro per la parte del prezzo, inclusiva degli oneri accessori, pagata con risorse proprie.

Per quanto attiene al conto economico:

- ammortamenti in quote costanti su base annua dei marchi per 1,2 milioni di Euro per un periodo di 20 anni;

- oneri finanziari variabili decrescenti;

- minori *royalties* passive per almeno 2,6 milioni di Euro, pari alle royalties minime contrattualmente definite per l'esercizio 2007.

La conclusione del contratto di licenza comporta inoltre l'annullamento dell'obbligo di riconoscimento delle *royalties* calcolate sulla base del fatturato netto conseguito o, in ogni caso, nella misura minima contrattualmente garantita, quest'ultima di importo variabile crescente da 2,7 a 3,1 milioni di Euro su base annua, per ciascuno degli esercizi riferiti al periodo residuale del contratto di licenza, a suo tempo sottoscritto con Formula Sport Group S.r.l.

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 31 dicembre 2006 sarebbe superata oltreché dalla normale evoluzione dell'attività svolta nel primo semestre dell'esercizio, anche da altre operazioni già oggetto di informativa nella Relazione degli Amministratori per primo trimestre 2007.

Per completezza di informativa ai fini del presente prospetto e come riferimento per gli effetti derivanti dall' operazione in oggetto, si riporta nella successiva sezione **5.** la Relazione degli Amministratori per il primo trimestre 2007.

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 primo trimestre 2007 approvata dal Consiglio di Amministrazione di Basic Net S.p.A. in data 14 maggio 2007.

5.2. Relazione trimestrale di Gruppo al 31 marzo 2007

PROSPETTI CONTABILI

Conto economico del Gruppo Basic Net al 31 marzo 2007 redatto secondo i Principi Contabili Internazionali (IFRS) raffrontato con il 31 marzo 2006

(in migliaia di Euro)	31 marzo 2007	%	31 marzo 2006	%	Variazioni	%
Vendite aggregate dei licenziatari	**67.701**		**58.746**		**8.955**	**15,24**
Vendite nette consolidate	23.710	100,00	23.016	100,00	694	3,02
Costo del venduto	(13.221)	(55,76)	(14.162)	(61,53)	941	6,64
MARGINE LORDO	**10.489**	**44,24**	**8.854**	**38,47**	**1.635**	**18,47**
Royalties attive e commissioni dei *sourcing*	5.760	24,29	5.122	22,25	638	12,46
Proventi diversi	672	2,84	776	3,37	(104)	(13,40)
Costi di sponsorizzazione e media	(2.362)	(9,96)	(2.141)	(9,30)	(221)	(10,32)
Costo del lavoro	(2.738)	(11,55)	(3.303)	(14,35)	565	17,11
Spese di vendita, generali ed amministrative, *royalties* passive	(6.143)	(25,91)	(5.879)	(25,54)	(264)	(4,49)
Ammortamenti	(1.192)	(5,03)	(1.249)	(5,43)	57	4,56
RISULTATO OPERATIVO	**4.486**	**18,92**	**2.180**	**9,47**	**2.306**	**105,78**
Oneri e proventi finanziari, netti	(950)	(4,01)	(766)	(3,33)	(184)	(24,02)
RISULTATO ANTE IMPOSTE	**3.536**	**14,91**	**1.414**	**6,14**	**2.122**	**150,07**
Imposte sul reddito	(695)	(2,93)	(692)	(3,00)	(3)	(0,43)
Risultato del Gruppo	**2.841**	**11,98**	**722**	**3,14**	**2.119**	**293,49**
Utile per azione	**0,05**		**0,01**		**0,04**	

Stato patrimoniale consolidato al 31 marzo 2007 redatto secondo i Principi Contabili Internazionali (IFRS) raffrontato con l'esercizio precedente e con il 31 marzo 2006

(Importi in migliaia di Euro)

ATTIVITA'	31 marzo 2007	31 dicembre 2006	31 marzo 2006
Attività immateriali	16.976	17.293	18.697
Avviamento	8.708	8.733	8.355
Immobili, impianti e macchinari	30.533	30.735	31.689
Partecipazioni e altre attività finanziarie	100	92	79
Attività fiscali differite	911	1.137	1.393
Totale attività non correnti	**57.228**	**57.990**	**60.213**
Rimanenze nette	22.598	24.734	28.662
Crediti verso clienti	58.253	53.140	57.911
Altre attività correnti	1.621	3.898	2.064
Risconti attivi	6.679	5.685	5.209
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	8.363	6.248	4.510
Strumenti finanziari derivati	22	31	21
Totale attività correnti	**97.536**	**93.736**	**98.377**
TOTALE ATTIVITA'	**154.764**	**151.726**	**158.590**

PASSIVITA'	31 marzo 2007	31 dicembre 2006	31 marzo 2006
Capitale sociale	31.717	31.717	31.717
Altre riserve	20.037	(6.659)	(6.372)
Risultato del periodo	2.841	26.747	722
Totale Patrimonio netto	**54.595**	**51.805**	**26.067**
Fondo per rischi ed oneri	578	522	386
Finanziamenti	20.258	21.038	27.490
Benefici per i dipendenti	3.121	3.018	3.270
Altre passività non correnti	166	164	165
Totale passività non correnti	**24.123**	**24.742**	**31.311**
Debiti verso banche	28.251	29.663	41.082
Debiti verso fornitori	30.034	30.393	44.835
Debiti tributari	7.701	5.748	3.559
Altre passività correnti	2.939	2.391	5.036
Risconti passivi	7.121	6.984	6.700
Totale passività correnti	**76.046**	**75.179**	**101.212**
TOTALE PASSIVITA'	**100.169**	**99.921**	**132.523**
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	**154.764**	**151.726**	**158.590**

Posizione finanziaria netta consolidata

(Importi in migliaia di Euro)	31 marzo 2007	31 dicembre 2006	31 marzo 2006
Disponibilità liquide	8.363	6.248	4.510
Disponibilità a breve	**8.363**	**6.248**	**4.510**
Quota a breve di finanziamenti a medio / lungo	(4.097)	(5.574)	(7.394)
Scoperti di c/c e anticipi SBF	(9.681)	(7.287)	(16.754)
Anticipi import	(14.473)	(16.802)	(16.934)
Sub-totale debiti a breve termine	*(28.251)*	*(29.663)*	*(41.082)*
Posizione finanziaria netta a breve	**(19.888)**	**(23.415)**	**(36.572)**
Sindacazione a medio / lungo termine	-	-	(4.145)
Finanziamento K-Way a medio / lungo termine	(3.667)	(4.000)	(5.000)
Sub-totale debiti a medio / lungo termine	*(3.667)*	*(4.000)*	*(9.145)*
Posizione finanziaria netta	**(23.555)**	**(27.415)**	**(45.717)**
Debiti per leasing immobiliari	(15.700)	(16.004)	(16.859)
Debiti per leasing mobiliari	(890)	(1.034)	(1.486)
Sub-totale debiti a medio / lungo termine	*(16.590)*	*(17.038)*	*(18.345)*
Posizione finanziaria netta consolidate	**(40.145)**	**(44.453)**	**(64.062)**

NOTE DI COMMENTO

La Relazione Trimestrale al 31 marzo 2007 è stata redatta in osservanza di quanto previsto dall'art. 82 e nell'Allegato 3D del "Regolamento recante norme di attuazione del decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 in materia di Emittenti" del 14 maggio 1999 e successive modifiche.

I principi ed i criteri contabili adottati per la redazione della presente Relazione Trimestrale, non soggetta a revisione contabile, sono omogenei a quelli utilizzati per la predisposizione del bilancio annuale. Si segnala che, come previsto dalla comunicazione Consob N. DEM/5073567 del 4 novembre 2005, la Società si è avvalsa della facoltà di indicare minori dettagli rispetto a quanto previsto nel principio contabile internazionale IAS 34 (Bilanci Intermedi).

Rispetto al 31 marzo 2006 l'area di consolidamento si è modificata per effetto della cessione, con effetto dal 1° ottobre 2006, della quota del 50% di partecipazione nella LF Basic Ltd. di Hong Kong e della LF Basic Europe S.r.l., da questa interamente detenuta, alla Li&Fung Trading Ltd. La cessione non ha comportato effetti di rilievo sulla comparabilità dei dati rispetto al primo trimestre 2006, come indicato nelle Osservazioni degli Amministratori.

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

Ricavi dalle vendite e dalle prestazioni	**31 marzo 2007**	**31 dicembre 2006**	**31 marzo 2006**
Vendite di abbigliamento sportivo	23.710	85.850	23.016
Royalties e commissioni di *sourcing*	5.760	19.007	5.122
Totale	**29.470**	**104.857**	**28.138**
Altri ricavi e proventi	672	2.232	776
Totale	**30.142**	**107.089**	**28.914**

Le vendite nette consolidate al 31 marzo 2007, rappresentate dalle vendite effettuate dalle controllate BasicItalia S.p.A. ed RDK0 S.r.l., si sono incrementate del 3,02%, rispetto a quelle realizzate nei primi tre mesi dello scorso esercizio.

Tali vendite sono state effettuate per l'88,35% circa sul territorio nazionale, per il 10,75% circa negli altri paesi UE, e, per il restante 0,90%, nei paesi extra UE.

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®, Robe di Kappa®, K-Way®, Superga® e Lanzera® nei paesi in cui sono state accordate le licenze d'uso dei diritti sui marchi.

Le commissioni di *sourcing* sono proventi che derivano dalle prestazioni realizzate dai *Sourcing Centers* con i quali il Gruppo intrattiene rapporti d'affari.

I fatturati aggregati sviluppati dal *Network* dei licenziatari, nei periodi di riferimento, hanno evidenziato la composizione per area geografica che segue:

	31 marzo 2007	**%**	**31 dicembre 2006**	**%**	**31 marzo 2006**	**%**
Vendite Europa – Paesi UE	51.101	*75,48*	174.207	*73,20*	42.525	*72,39*
Vendite Europa – Paesi Extra UE	5.023	*7,42*	17.034	*7,16*	5.162	*8,79*
Vendite Americhe	3.682	*5,44*	18.543	*7,79*	4.165	*7,09*
Vendite Asia e Oceania	4.956	*7,32*	17.229	*7,24*	4.415	*7,51*
Vendite Africa e Medio Oriente	2.939	*4,34*	10.960	*4,61*	2.479	*4,22*
Totale	**67.701**	***100,00***	**237.973**	***100,00***	**58.746**	***100,00***

La crescita nei territori Europei, complessivamente del 20,2%, è stata realizzata, oltre che sul territorio nazionale, in tutti i principali paesi, ed in modo particolare in Francia, Germania e Regno Unito.

Il valore in Euro dei fatturati realizzati negli altri territori è stato influenzato dall'apprezzamento della valuta Europea sul Dollaro USA. In particolare, a parità di tasso di cambio, le vendite nelle Americhe sarebbero ammontate a 4,05 milioni di Euro, con fatturati in crescita nel Sud America, e riduzione limitata a Stati Uniti e Canada. In crescita le vendite negli altri continenti, anche senza depurare i valori degli effetti di cambio, con valori interessanti per la Corea del Sud, in Asia, e negli Emirati Arabi e nel Sud Africa, per Africa e Medio Oriente.

I proventi diversi sono rappresentati da proventi per locazioni e da contributi in conto esercizio; rispetto al corrispondente periodo dello scorso esercizio sono diminuiti di 0,1 milioni di Euro.

Prevedibile evoluzione dell'attività per l'esercizio in corso.

Le vendite dirette effettuate nel mese di aprile hanno confermato il livello di marginalità conseguito nel primo trimestre. L'incremento della redditività operativa si conferma l'obiettivo primario per la gestione 2007.

Relativamente all'attività globale di sviluppo e valorizzazione dei marchi in portafoglio, prosegue l'attività diretta alla crescita della presenza del Gruppo sui mercati internazionali, con particolare riferimento ai territori con maggiori potenzialità di sviluppo.

Per il mercato interno, continuerà nel corso dell'anno la selezione ed apertura di nuovi punti vendita diretti sia ad insegna RdK® che Superga®.

OSSERVAZIONI DEGLI AMMINISTRATORI SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE

La crescita reddituale dell'attività del Gruppo è proseguita per tutto il primo trimestre 2007, con incrementi significativi di tutti i principali indicatori economici. La marginalità delle vendite dirette si è incrementata del 18,5%, con un'incidenza percentuale al 44,2% delle vendite dirette, rispetto al 38,5% del primo trimestre 2006. Anche per effetto della crescita delle *royalties* e delle commissioni dei *sourcing* rilevate nel periodo, l'EBITDA, che al 31 marzo 2006 ammontava a 3,4 milioni di Euro, si incrementa del 65,6% a 5,7 milioni di Euro, con un incidenza del 24% sui ricavi diretti, contro il 14,9% del primo trimestre del 2006.

L'EBIT ammonta a circa 4,5 milioni di Euro, pari al 18,9% delle vendite, più che raddoppiato rispetto al valore del 31 marzo 2006 ed il risultato netto del Gruppo è pari a 2,8 milioni di Euro, contro i 722 mila Euro del primo trimestre 2006.

Per un più agevole riferimento ai commenti relativi all'andamento economico dei primi tre mesi dell'esercizio, si fornisce una tabella di sintesi dei dati contenuti nel conto economico, o da essi desumibili:

(Importi in migliaia di Euro)	**31 marzo 2007**	**31 marzo 2006**	**Variazioni**	**%**
Vendite aggregate dei licenziatari	**67.701**	**58.746**	**8.955**	***15,24***
Royalties attive e commissioni dei *sourcing*	5.760	5.122	638	*12,46*
Vendite nette consolidate	23.710	23.016	694	*3,02*
Margine di contribuzione sulle vendite nette	10.489	8.854	1.635	*18,47*
EBITDA (risultato operativo + ammortamenti)	5.678	3.429	2.249	*65,59*
EBITDA (% sulle vendite nette)	*23,95%*	*14,90%*		
EBIT (risultato operativo)	4.486	2.180	2.306	*105,78*
EBIT (% sulle vendite nette)	*18,92%*	*9,47%*		
Risultato netto consolidato	2.841	722	2.119	*293,49*
Cash flow (risultato netto + ammortamenti)	4.033	1.971	2.062	*104,62*
Risultato per azione ordinaria	0,05	0,01	0,04	

Per omogeneità di confronto, si precisa che il perimetro di consolidamento al 31 marzo 2006 includeva le società LF Basic Ltd. e LF Basic Europe S.r.l., possedute al 50%, cedute al Socio possessore del restante 50%, con effetto dal 1° ottobre 2006. I dati economici delle due partecipate per il primo trimestre 2006 non hanno particolare rilevanza sul confronto con i dati consolidati del primo trimestre 2007, in quanto complessivamente avevano conseguito un EBITDA di 37 mila Euro ed un EBIT di circa 27 mila Euro.

Le vendite aggregate conseguite dal *Network* dei licenziatari al 31 marzo 2007, la cui ripartizione per area geografica è inclusa nelle Note di Commento, ammontano a 67,7 milioni di Euro, contro 58,7 milioni di Euro del 31 marzo 2006, con un incremento del 15,24%. L'apprezzamento dell'Euro sul Dollaro USA rispetto al 31 marzo 2006 ha influito sulle vendite aggregate dei licenziatari, che a parità di tasso di cambio sarebbero ammontate a 68,9 milioni di Euro, per un incremento del 17,4%.

Nei primi tre mesi del 2007 è proseguita l'attività di sviluppo della presenza territoriale dei Marchi nel mondo grazie soprattutto ai nuovi accordi di distribuzione delle calzature Superga® per il Giappone e per la Corea del Sud. Entrambi i contratti sono affiancati dall'impegno dei nuovi licenziatari per importanti investimenti in termini di comunicazione.

E' stato poi raggiunto un accordo con un nuovo licenziatario per i marchi Kappa® e Robe di Kappa® per i territori di Gran Bretagna e Irlanda, e, per gli stessi territori, è stato anche stipulato un contratto di licenza per il marchio Lanzera®.

La presenza diretta a livello *retail* sul territorio nazionale si è incrementata con l'apertura di due nuovi negozi monomarca RdK® in *franchising*, che portano a cinquantasei il numero dei punti vendita operativi. Sono inoltre previsti in apertura, a seguito di contratti già finalizzati, altri cinque negozi sempre ad insegna RdK®.

Le vendite nette consolidate al 31 marzo 2007 ammontano a 23,7 milioni di Euro, in crescita del 3% rispetto al medesimo periodo dello scorso esercizio, ed hanno conseguito un margine lordo di contribuzione di circa 10,5 milioni di Euro, in crescita di oltre 1,6 milioni di Euro (18,5%), e con una marginalità che aumenta sensibilmente dal 38,5% al 44,2%.

Le *royalties* attive e le commissioni dei *sourcing* hanno fatto registrare una crescita del 12,46%, da 5,1 a 5,8 milioni di Euro. Come già indicato per i fatturati aggregati, a parità di tasso di cambio con il 31 marzo 2006, le *royalties* e le commissioni di *sourcing* avrebbero fatto registrare un incremento del 15%. *I costi di struttura* nel loro insieme sono risultati sostanzialmente stabili, con un incremento dei costi di comunicazione e delle spese di vendita, queste ultime correlate alla crescita del fatturato, ed una diminuzione del costo del lavoro, connessa ad efficienze di struttura ed alla cessione delle partecipate LF Basic Ltd. e LF Basic Europe S.r.l.

L'EBITDA del periodo è passato da 3,4 milioni di Euro del 31 marzo 2006, a 5,7 milioni di Euro del 31 marzo 2007, con un incremento del 65,59%, passando dal 14,90% al 23,95% in termini di incidenza sul fatturato.

Gli ammortamenti dei beni materiali ed immateriali, che includono gli ammortamenti dei fabbricati e di altri beni in *leasing* finanziario, sono risultati inferiori del 4,56% rispetto al 31 marzo 2006, sostanzialmente per effetto del completamento del periodo di ammortamento di investimenti realizzati in esercizi precedenti.

Il risultato operativo al 31 marzo 2007 è positivo per 4,5 milioni di Euro, contro il risultato di 2,2 milioni di Euro dei primi tre mesi dello scorso esercizio.

Gli oneri e proventi finanziari netti, comprensivi degli utili e perdite su cambi, si attestano a circa 0,8 milioni di Euro, contro 1 milione dei primi tre mesi del 2006. Tale voce evidenzia un saldo negativo di utili e perdite su cambi per 0,2 milioni di Euro contro un saldo attivo al 31 marzo 2006 per 0,3 milioni di Euro.

Il risultato netto del Gruppo al 31 marzo 2007 è positivo per 2,8 milioni di Euro, contro il risultato di 0,7 milioni di Euro dei primi tre mesi del 2006, dopo aver stanziato imposte per 0,7 milioni di Euro.

Nelle tabelle che seguono sono sintetizzati i principali indicatori patrimoniali a finanziari:

(Importi in migliaia di Euro)	**31 marzo 2007**	**31 dicembre 2006**	**31 marzo 2006**
Attività non correnti	57.228	57.990	60.213
Attività correnti	97.536	93.736	98.377
Totale attività	**154.764**	**151.726**	**158.590**
Patrimonio netto del Gruppo	54.595	51.805	26.067
Passività non correnti	24.123	24.742	31.311
Passività correnti	76.046	75.179	101.212
Totale passività e patrimonio netto	**154.764**	**151.726**	**158.590**

(Importi in migliaia di Euro)	**31 marzo 2007**	**31 dicembre 2006**	**31 marzo 2006**
Posizione finanziaria netta a breve termine	(19.888)	(23.415)	(36.572)
Debiti finanziari a medio termine	(3.667)	(4.000)	(9.145)
Leasing finanziari	(16.590)	(17.038)	(18.345)
Posizione finanziaria netta complessiva	**(40.145)**	**(44.453)**	**(64.062)**
Net Debt/Equity ratio (Posizione finanziaria netta/Patrimonio netto)	0,74	0,86	2,46

A livello patrimoniale, le *attività non correnti* si riducono rispetto ai valori al 31 dicembre 2006 per effetto dei maggiori ammortamenti rispetto agli investimenti effettuati nel periodo. Questi ultimi sono ammontati complessivamente a circa 0,7 milioni di Euro ed hanno riguardato l'acquisto di licenze *software* e lo sviluppo di programmi informatici (0,3 milioni di Euro), migliorie sui fabbricati e attrezzature varie (0,3 milioni di Euro), spese sostenute per la registrazione del marchio K-Way® in nuovi Paesi e per rinnovi ed estensioni di registrazioni dei marchi Kappa® e Robe di Kappa®.

Le attività correnti fanno registrare, rispetto ai dati al 31 dicembre 2006, riduzioni nelle rimanenze di magazzino ed un incremento dei crediti verso clienti, che si riallineano all'importo del 31 marzo 2006. In termini complessivi, la voce registra un incremento rispetto al totale al 31 dicembre 2006 per effetto dell'incremento dei crediti verso clienti a seguito dell'aumento del giro d'affari, e risulta sostanzialmente allineato al dato del 31 marzo 2006, in funzione delle continue migliorie attenute nel ciclo degli incassi sul mercato domestico.

Si incrementano anche le passività correnti, essenzialmente per effetto dell'IVA di Gruppo relativa al fatturato di marzo.

La posizione finanziaria netta complessiva di Gruppo, inclusiva dei finanziamenti a medio termine e dei leasing finanziari, si riduce da 44,5 milioni di Euro al 31 dicembre 2006 a 40,1 milioni di Euro al 31 marzo 2007, con una riduzione complessiva di 4,4 milioni di Euro, ovvero del 9,7%. Alla riduzione ha contribuito, per 2,2 milioni di Euro, l'incasso avvenuto nel mese di marzo, dell'ultima porzione di 3 milioni di Dollari USA del corrispettivo della vendita dei marchi per i territori di Cina e Macao, e, per la restante parte, da autofinanziamento originato dalla gestione tipica.

Nei primi tre mesi dell'esercizio, sono state rimborsate quote di finanziamenti a medio termine per 1,5 milioni di Euro, afferenti al Finanziamento Sindacato ottenuto nel 2001, del valore originario di 26,25 milioni di Euro, che risulta pertanto rimborsato per 23,5 milioni di Euro ed al Finanziamento per l'acquisizione del marchio K-Way®, di originari 8 milioni di Euro, rimborsato per 3 milioni di Euro.

Il rapporto indebitamento/patrimonio netto (*Debt/Equity ratio*), che al 31 dicembre 2006 era pari a 0,86, al 31 marzo 2007 è pari a 0,74.

Nel periodo dal 1° gennaio al 31 marzo 2007 il titolo BasicNet si è incrementato del 32%, facendo registrare le seguenti variazioni:

- valore massimo di Euro 1,299 rilevato in data 15 gennaio 2007,
- valore minimo di Euro 0,907 rilevato in data 1° gennaio 2007.

Analoga tendenza si è registrata nell'andamento delle quotazioni successive alla data di chiusura del trimestre in esame.

per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente

(Sig. Marco Daniele Boglione)