

# «I migliori brand della mia vita diventano Spa»

Riassetto in corso in casa Basicnet. **Boglione** trasforma K-Way, Superga e Robe di Kappa in società autonome

INTERVISTA **MARCO BOGLIONE**

## «Abbiamo un miliardo di buone ragioni per trasformare i nostri brand in Spa»

Riassetto in corso per Basicnet che supera il biennio «nero» con il record di ricavi e che ora rilancia K-Way, Robe di Kappa e Superga come società autonome



**Torino non dovrebbe andare di qui e di là. Non deve inventare niente, ma cambiare atteggiamento. Bisogna pensare in grande**

di **Laura Siviero**

**I**n una Torino che non ha quasi più marchi proprietari, il «re dei brand», Marco Boglione esce in mare aperto aspettando l'onda propizia per nuovi acquisti. Intanto punta a dare vita propria ai marchi proprietari come K-Way (che resta al 100% di BasicNet) e compra K-Way France. Nel 2022 sarà il turno di Robe di Kappa e Briko. Un'operazione per valorizzare le nuove aziende e in un futuro, magari, quotarle in borsa.

Vendite aggregate vicine al miliardo di euro, titolo in Bor-

sa ai massimi da sempre, come si spiega la corsa di BasicNet nel biennio orribile del fashion, in mezzo a Covid e una guerra?

«Le vendite aggregate di un miliardo le abbiamo raggiunte per la prima volta nel 2019, dopo 27 anni di duro lavoro. Non arrivano in un giorno. Poi c'è stato il Covid dove noi abbiamo messo, come tutti, l'equipaggio a super stress test. Lì abbiamo avuto per la prima volta, forse, la grandissima conferma della bontà del nostro modello di business. Perché ne abbiamo sfruttato tutta la velocità, flessibilità, affida-

bilità del sistema, i nostri imprenditori nel mondo hanno fatto ognuno la propria piccola, grande parte, non c'è stato bisogno di un particolare coordinamento. Ci sentivamo come su Radio Londra. Le strutture verticali hanno faticato



Superficie 130 %

mólto di piú. Abbiamo perso un po' di terreno, siamo arrivati nel 2020 sotto i 900 milioni di vendite aggregate. Noi pensavamo solo a superare il 2020. E avevamo ragione, nel '21 abbiamo recuperato tutto e addirittura migliorato la redditività».

**Avete deliberato la nascita di K-Way SpA e oggi comprate K-Way France. Qual è la strategia?**

«E poi toccherà a Kappa e Briko. I brand dopo vent'anni di cure intensive di BasicNet possono diventare sempre piú grandi, restando controllate al 100%. I mestieri del nostro Gruppo: quello di comprare i marchi e farli crescere e quello che chiamiamo powered by BasicNet. Sono le aziende che possono attaccare la spina a noi. In questo caso sono aziende nostre, che diventano società autonome, ma possono vivere di tutto il sistema della casa madre, perché sono plugged in e quindi hanno il sistema informativo, il reporting, l'amministrazione dell'azienda, ma soprattutto le strutture necessarie per disegnare i prodotti, farli produrre dal network licenziatario della Basic e possono concentrarsi sullo sviluppo commerciale. Anche se sono piccole come K-Way. Impariamo a lavorare con i marchi fuori dall'azienda e poi andremo a comprarne altri».

**E l'acquisizione del licenziatario francese? È fuori dal vostro modello di business.**

«La trasformazione dei no-

stri marchi in società è prevista da sempre. La realizzazione di questa fase passa attraverso l'acquisizione dei licenziatari piú bravi, le nuove aziende lavoreranno in modo integrato a BasicNet, ma con il modello di business tradizionale a marginalità piena».

**Le portate fuori per quotarle in Borsa?**

«Non lo sappiamo ancora, per adesso abbiamo deciso di farle diventare delle aziende indipendenti. Dopo K-Way e Kappa toccherà a Superga, mentre per Sebago è ancora troppo presto. Un domani si potrebbero quotare, chi lo sa?»

**Ci sono marchi nel mirino?**

«No. Avevamo avviato un discorso con Corneliani, ma non se n'è fatto nulla. Oggi facciamo affari e

mo come quei su... he sanno che stanno per arrivare le onde e escono in mare. Nel caso siamo pronti».

**Oggi la sfida è il conflitto in Ucraina. Siete pronti anche per questo?**

«Non dico di aver nostalgia della pandemia, ma a occhio cambierei questa situazione con la pandemia, cento volte. Lì eravamo tutti inchiodati, è stato tremendo, ma sapevamo che per riaprire avremmo usato le stesse chiavi, avremmo trovato le stesse persone. Oggi non siamo fermi, ma il futuro è diventato difficile da prevedere. Le materie prime, la logistica, non ci sono piú riferimenti, l'inflazione, si rischia di entrare in uno scenario completamente nuovo. Unpredictable.

Dovremo prepararci alla navigazione a vista. Anche per queste intemperie abbiamo il vantaggio di essere un marketplace, flessibile e veloce ai cambiamenti, possiamo contare su nostri 300 imprenditori e licenziatari sparsi per il mondo. Siamo preparati, ma non sarà piú come prima».

**Meno globalizzazione e piú economia reale?**

«Sì, credo che si tornerà un po' indietro dalla globalizzazione. Fino a che non si entra in una vera logica di sostenibilità economica, non si fa il salto. Oggi le aziende devono crescere ai ritmi imposti dal mercato finanziario. Non funziona piú. La tecnologia permetterà di fare meglio, quello che si faceva prima. Se ne avvantaggerà la sana vecchia economia reale, che crea occupazione, reddito e consumi. Non necessariamente consumismo, ma consumi sostenibili».

**Lo lancerebbe un NFT di Robe di Kappa, come ha fatto Nike per il Metaverso?**

«Avevamo già fatto questi esperimenti con Second Life. Ma bisogna sapere che quello è game, non il mondo reale».

**Un'idea per Torino. In quale direzione deve andare?**

«Non dovrebbe andare di qui e di là. Torino dovrebbe capire che è giunto il momento di pensare in grande perché se prima era un optional ora è una necessità. Non deve inventare niente, ma cambiare atteggiamento, prima di tutto l'economia, il welfare ne è la conseguenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La vicenda

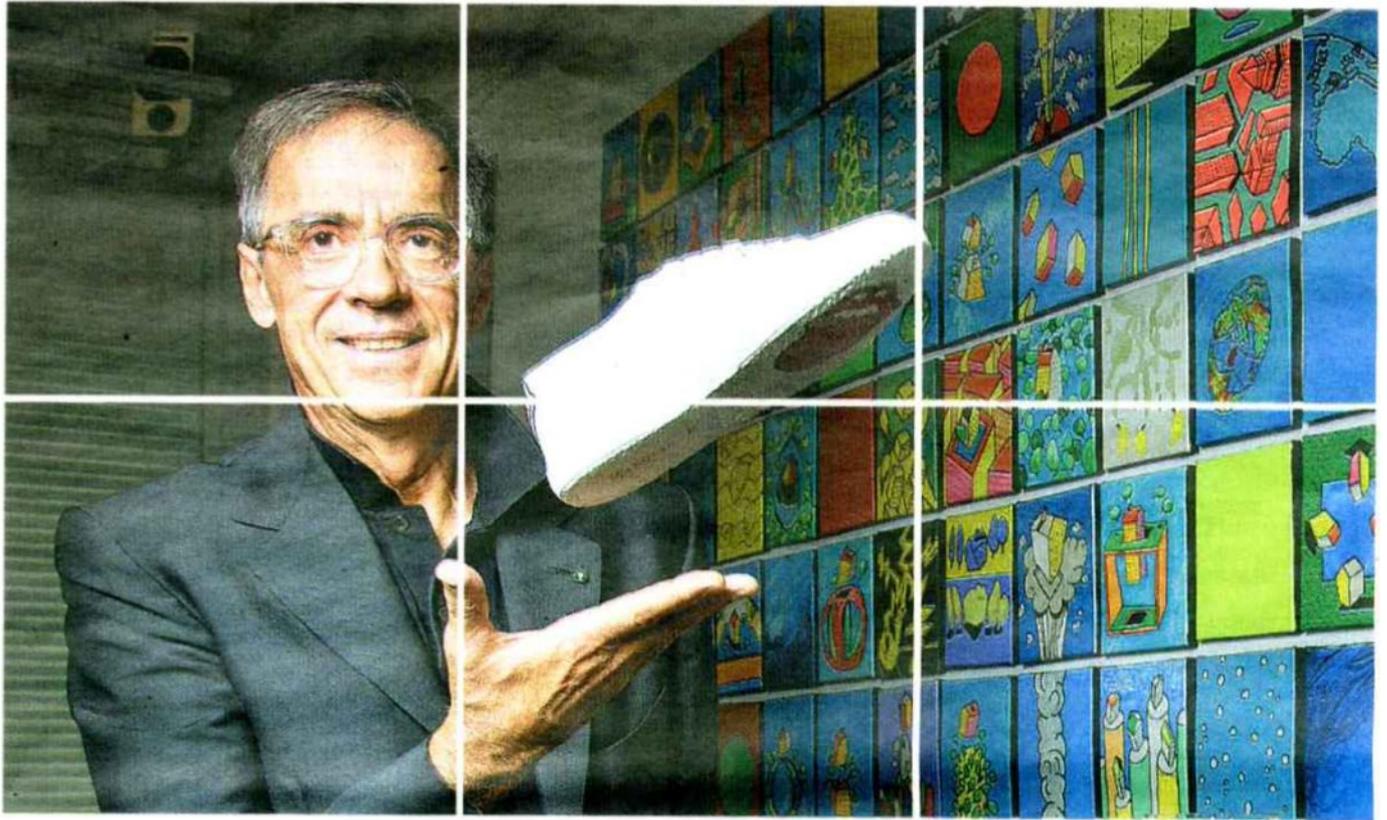
- Basicnet punta a dare vita propria ai marchi proprietari come K-Way (che resta al 100% di proprietà) e ha comprato i licenziatari di K-Way France

- Il prossimo anno sarà il turno di Robe di Kappa e Superga

- Nel 2021 l'azienda fondata da Marco Boglione ha recuperato il terreno perduto durante gli anni Covid

- Le vendite aggregate si avvicinano al miliardo di euro

- Il titolo in Borsa, sostenuto anche dai piani di buyback, ha raggiunto i suoi massimi, a 5,90 euro



**I MARCHI**



**K-Way**  
Il marsupio antipioggia in nylon o pvc nasce nel '65 a Parigi, dal 2004 è un brand Basicnet



**Kappa**  
Il marchio nasce nel 1978 come sub-brand sportivo in seno a Robe di Kappa



**Sebago**  
Nel 2017 Basicnet ha acquisito il brand di mocassini nato nel dopoguerra negli Usa



**Superga**  
La storica azienda di calzature sportive è stata fondata a Torino nel 1911

## LARCO BOGLIONE



1968 Maurizio Vitale, ispirato da John Lennon, tinge di verde le magliette e ci fa cucire i gradi militari. Nasce Robe di Kappa



1995 Marco Boglione fonda Basicnet dopo aver rilevato all'asta fallimentare l'azienda Maglificio Calzificio Torinese



1916 Abramo Vitale costituisce con due amici la Società Anonima Calzificio Torinese. La fabbrica è al di là della Dora

Imprenditore Marco Boglione, presidente di Basicnet, è nato a Torino nel 1956