

# «Così vesto i bambini di tutto il mondo»

**Basagni**, presidente di Miniconf: «Sono partito 50 anni fa con 2 milioni di lire della liquidazione, adesso produco 7 milioni di capi l'anno»

## DI FRATELLO IN FRATELLO

**«I nostri abiti sono concepiti per durare ed essere scambiati all'interno della famiglia»**

di **Erika Pontini**  
AREZZO

**A vent'anni Giovanni Basagni** confezionava pigiama, oggi a 75 veste i bambini di tutto il mondo. Russia compresa. Ma la sua visione di impresa non si ferma al business. «C'è una filosofia di vita che passa attraverso valori antichi».

### Quali?

«La responsabilità sociale, il rispetto di sé e degli altri, la tutela della sicurezza sul lavoro e dell'ambiente. Questa è la cosa più importante, il modo di ragionare e il modo di essere».

### Parla da politico 'visionario'. Ha questa tentazione?

«No, ma me lo hanno chiesto tante volte. Per me esiste la politica del fare mettendosi a disposizione delle persone, la politica di partito non mi appartiene».

### Presidente, oggi guida un'azienda da 70 milioni di euro. Come ci è arrivato?

«Ero perito industriale in un'azienda del Casentino, poi mi sono messo in proprio con i 2 milioni di lire della liquidazione e l'appoggio di mio fratello e mia cugina, ancora miei soci. Miniconf nasce grazie a un'opportunità: realizzare 30mila camicie per bambini al prezzo di mille lire. Era il 1973, eravamo in 6 in 150 metri quadrati di laboratorio. E' passato mezzo secolo e ora produciamo 7 milioni di capi all'anno».

### Di strada ne ha fatta...

«Abbiamo quattro brand del gruppo Miniconf e due licenze».

### E la celebre pubblicità con i sei gemelli Giannini, quella che divenne un caso tv?

«Era il 1983, avevano tre anni, il padre veniva a scuola con me».

## NEGOZIO IN RUSSIA

**Abbiamo scelto di non chiudere e mantenuto i quattro dipendenti. Ma le opportunità sono ormai svanite**

### Perché la scelta di vestire proprio i piccoli?

«Le ha figli? Glieli compra i vestiti? C'è grande interesse a vestire i bambini, non dico a coprirli. Il nostro non è lusso ma una fascia intermedia che guarda alla moda e al comfort. L'abbigliamento è un modo per esprimersi. E poi...».

### E poi cosa?

«I bambini ispirano i nostri valori».

### Siete rimasti qui, nella vostra terra...

«Sì, a Ortignano Raggiolo, il legame con il territorio è importante. Qui c'è la direzione strategica, tutto il design, la parte commerciale e marketing, quella di gestione e logistica, oltre al controllo dei capi. La produzione è tra Far East e Nord Africa».

### Fatturato, previsioni, personale?

«Abbiamo 350 dipendenti, 80 nei monomarca, 25 persone all'estero tra Russia, Spagna e Cipro. 40 punti vendita marchiati 'iDO'. Siamo presenti in 1500 negozi multiplayer, abbiamo una filiale in Russia e una rappresentanza in Cina. Il nostro fatturato è di settanta milioni, 9 punti in più rispetto al 2019, l'estero pesa il 15%. Nel 2022 ci aspettiamo di superare di 20 punti percentuali il 2020».

### Se dico sostenibilità...

«Recuperiamo 50mila capi l'anno, da non poter consegnare, li ricondizioniamo e produciamo abiti che durano nel tempo».

### Oggi invece tutto passa molto velocemente...

«I nostri capi sono concepiti per entrare in un circuito familiare ed essere scambiati tra fratelli, cugini o amici. Ce lo dicono spesso i nostri clienti, è un sistema che funziona».

### Abiti con pelli e pellicce?

«Siamo animal friends mai pelliccia o piuma d'oca».

### Chi guiderà in futuro Miniconf? Ha pensato al passaggio generazionale?

«Sono 4 anni che abbiamo avviato la transizione, uno dei miei figli segue la finanza ma abbiamo intrapreso anche un processo di managerizzazione. Comunque io resterò un anno o due come amministratore».

### Come sta andando la parte retail?

«Nel 2021 ho aperto 10 negozi in affiliazione, quest'anno altri 10: è un programma di investimenti fino al 2024. Abbiamo anche una rete di negozi monomarca iDO, che in Italia ne conta oggi 40 e presenti in 1500 punti multipara».

### E se dico digitale?

«Siamo indietro: l'e-commerce è assai complesso».

### Giovani e donne: la vera scommessa del post pandemia...

«Da noi le donne rappresentano l'80 per cento, l'età media è di 42 anni. Abbiamo lavorato sulla conciliazione vita-lavoro con progetti specifici, tra cui una scuola a tempo integrato: era un plesso scolastico che stava per chiudere e che abbiamo contribuito a finanziare. Partecipiamo, sempre in collaborazione con il Comune del luogo, alla realizzazione di un asilo nido».

### Lei è Cavaliere del lavoro, cosa ha significato?

«Un onore, ne sono orgoglioso, siamo 550 in tutto. Rientrare in



questa cerchia ristretta per me ha significato tanto».

### **Il Covid ha pesato?**

«Nel 2020 abbiamo perso 10 milioni di fatturato ma mantenuto l'azienda in equilibrio pur dovendo vivere distanza».

### **Minrus, filiale a Mosca: cos'è accaduto dopo lo scoppio della guerra?**

«Abbiamo un negozio a Mosca con 4 persone avendo saldato la merce entro febbraio, prima dell'inizio della guerra. Non sappiamo cosa succederà: avevamo un distributore in Ucraina che collaborava da 15 anni e 250mila euro di ordine che ovviamente non è stato consegnato».

### **Molti però in Russia hanno chiuso...**

«Il negozio di Mosca è aperto e abbiamo mantenuto in organico i dipendenti. Non siamo nel range dell'embargo: è un prodotto che costa una decimo rispetto a quei valori. Il nostro negozio fra un po' si chiude per conto suo, non ci sono opportunità».

### **Dopo il Covid e in costanza di guerra c'è spazio per ripartire?**

«Vediamo un futuro e una crescita per Miniconf: abbiamo davanti un consumatore che ha meno soldi ma probabilmente ci saranno anche meno player: in un sistema competitivo siamo pronti a raccogliere quote di mercato».

### **Per lei soltanto lavoro?**

«Leggo, mi piace sciare e in montagna faccio le ferrate ma, per il resto mi sono sempre totalmente dedicato all'azienda».



### **FOCUS**

## **Il casentino divenuto Cavaliere del lavoro**

**Giovanni Basagni**, 75 anni, è nato a Bibbiena ha 2 figli ed è stato, tra l'altro, presidente di Confindustria.



## **Quattro brand e due licenze (Superga e Ducati) Quando i gemellini facevano i testimonial**

Sono quattro i brand del gruppo Miniconf: Dodipetto, iDO, Sarabanda e Minibanda mentre quelli in licenza sono Superga Kidswear e Ducati.

L'azienda casentina è pronta nei prossimi giorni a sbarcare a Pitti bambino. Nell'83 furono i sei gemelli Giannini i testimonial della campagna.



**Giovanni Basagni**, 75 anni è il presidente di Miniconf