

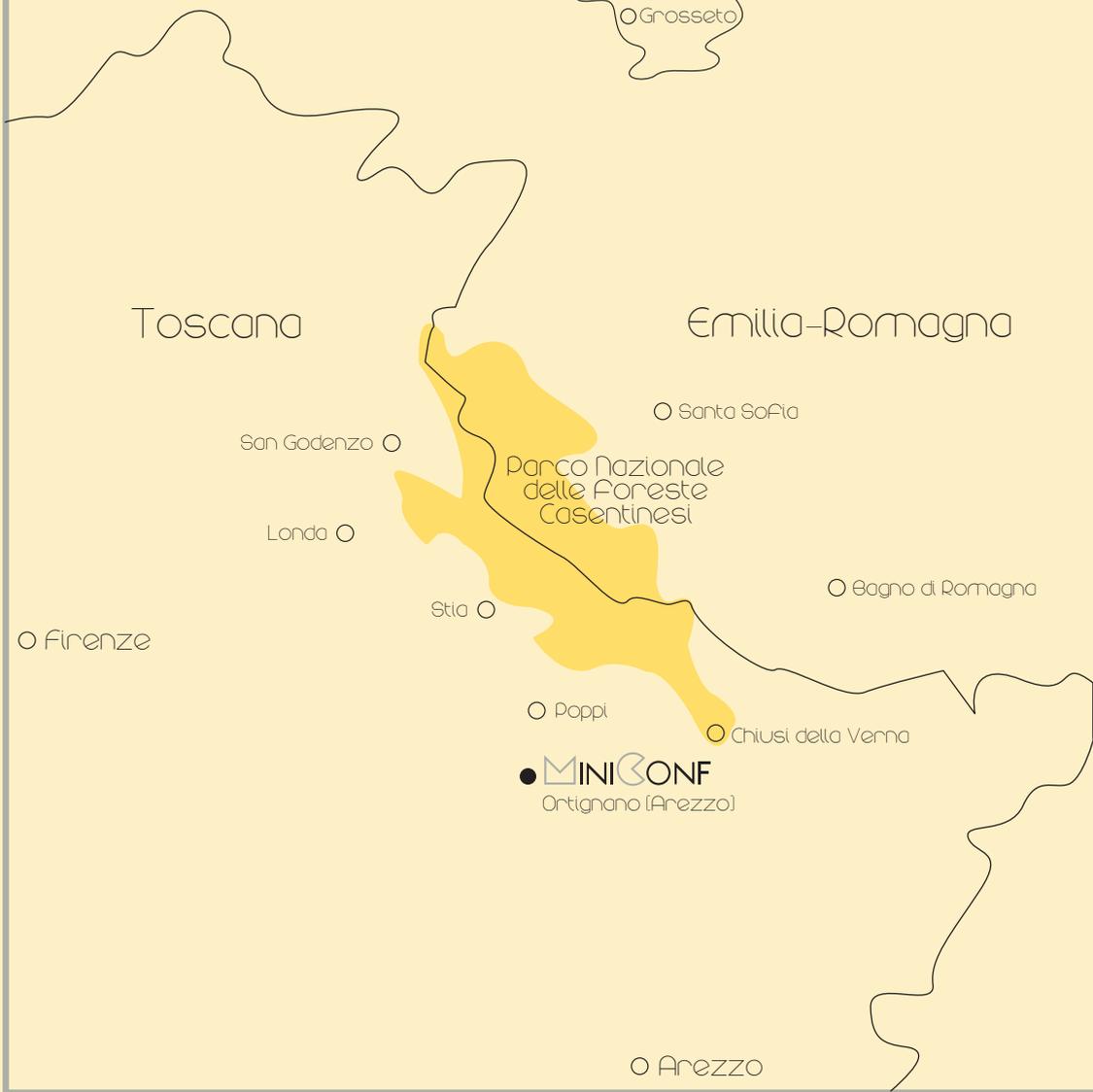
RADICI E ALI.



MINIGONF

RADICI E ALI.

Una bella storia italiana.



« Quiero no tener límites y alzarme
hacia aquel astro.
Mi corazón no debe callar hoy o mañana.
Debe participar de lo que toca,
debe ser de metales, de raíces, de alas. »

Pablo Neruda [1904-1973]

« Voglio non aver limiti e levarmi verso quell'astro.
Il mio cuore non deve tacere oggi o domani.
Deve partecipare di quello che tocca,
deve essere di metalli, di radici, di ali. »

« I want to have no limits and rise towards that star.
My heart shall not be silent nor today nor tomorrow.
It shall take part into what it touches,
it shall be made of metals, of roots, of wings. »



SOMMARIO Summary

11	MINICONF. UNA STORIA CHE NASCE E CRESCE NEL CASENTINO. A story that originates and grows up in the Casentino valley.	11
12	LA VISION. The vision. LA MISSION. The mission.	12
15	QUANDO I VALORI STANNO IN ALTO. When values rise high.	15
16	NON DOVE SI PRODUCE, MA COME SI PRODUCE. Not where it's manufactured, but how.	16
19	LA SICUREZZA, PRIMA DI TUTTO. Safety, First of all.	19
20	AMARE L'AMBIENTE. SOPRATTUTTO QUANDO E' FATTO DA PERSONE. An environment to love. Specially when it's made out of people.	20
23	OBIETTIVI E STRATEGIE DI SVILUPPO. Objectives and development strategies.	23
24	L'ORGANIZZAZIONE. Company organization.	24
27	LA LINEA SARABANDA. The Sarabanda line.	27
29	LA LINEA iDO. The iDO line.	29
31	LA LINEA DODIPETTO. The Dodipetto line	31
33	L'INNOVAZIONE. OGGI E' GIA' DOMANI. Innovation: today is already tomorrow.	33



MINICONF. UNA STORIA CHE NASCE E CRESCE NEL CASENTINO.

Miniconf, azienda dedicata all'abbigliamento per l'infanzia, nasce nel 1973 da un'ispirazione del suo attuale presidente, Giovanni Basagni.

Il luogo di nascita è già di per sé ricco di magia: Ortignano, nel cuore della valle del Casentino, nella parte orientale della Toscana, tra montagne ricoperte di faggi e abeti, colline orlate da querce e castagni e improvvisi precipizi a valle dove scorre il primo tratto dell'Arno.

Forse l'ambiente che compone in armonia quelli che sono elementi contrastanti fu il misterioso motore che determinò, fin dai primi anni, la crescita quieta e sicura dell'impresa: da 2 miliardi di lire di fatturato a 35 miliardi, negli anni '80, passando a 45 miliardi negli anni '90, per arrivare, nell'esercizio del 2010, a 75 milioni di euro.

Oggi Miniconf è un'azienda leader nel settore, grazie ai suoi brand Sarabanda, Dodipetto e iDO e al fatto di aver puntato su una distribuzione multicanale, sull'attenzione alle nuove tecnologie, su una logistica all'avanguardia, su una capacità di ascolto del mercato e dei consumatori davvero unica. E il Casentino, con il raccoglimento delle sue pievi e l'ardimento dei suoi picchi rocciosi, è stato sicuramente un fattore determinante. Così come il carattere fiero e determinato dei suoi abitanti (i collaboratori dell'azienda hanno quasi tutti le proprie "radici" in questa zona). O come il fatto di operare in una regione vivace e stimolante come la Toscana, fin dal Medioevo patria di grandi artisti e grandissimi artigiani.

Miniconf.

A story that originates and grows up in the
Casentino valley.

Miniconf, a company that's devoted to kids fashion manufacturing. It was born in 1973 from the vision of its today's president: Giovanni Basagni.

It was born in Ortignano, in the heart of the Casentino valley, in the eastern side of Tuscany, a land that it's a dream in itself, between the mountains covered with beech and fir trees, the hills delimited by the oak and chestnut trees, the abrupt cliffs and the valley where the young Arno river flows.

Maybe it's exactly this environment, which combines with such perfect harmony these contrasting elements, the real secret engine that has been driving, since the very first years, the quiet and steady growth of this company: from a 2-billion-lira turnover to 35 billion in the eighties, reaching 45 billion in the nineties, and finally attaining 75 billion euro in the 2010 financial year.

Today Miniconf is leader in its trade, thanks to its brands Sarabanda, Dodipetto and iDO, to its multi-channel distribution, to its attention for the latest technologies, to its state-of-the-art logistics, and last but not least, to its great understanding of the market's and consumer's needs. Also the Casentino valley, with the spirituality of its churches and the boldness of its rocky peaks, must certainly be regarded as a fundamental element.

So must be the proud and strong character of its people, (we must remember that most of the company's workers have long-lasting "roots" right in this area), or the fact of operating in Tuscany, a live and active region, birthplace of many artists and excellent craftsmen since the Middle Ages.

LA VISION.

I bambini ci ispirano, i valori ci guidano.

LA MISSION.

Vestire i bambini con capi attraenti, di qualità, pratici, confortevoli, sicuri e, allo stesso tempo, porre la massima attenzione ai consumatori, ai collaboratori e all'ambiente.

Obiettivo finale: rafforzare l'identità e l'originalità di ogni marchio, in un arco di proposte che possa soddisfare l'universo intero dei "piccoli clienti".

Così Miniconf afferma il proprio modo di stare sul mercato. Un modo pulito, utile, giusto.

The vision.

Children inspire us, values guide us.

The mission.

Dressing children with attractive, top-grade, comfortable, easy-fitting, safe clothes, paying, at the same time, utmost attention to consumers, collaborators and environment.

Final objective: strengthening each brand's identity and uniqueness, with a range of offer that's able of satisfying the whole universe of "small customers".

This is how Miniconf states its own way of being present on the marketplace: a clean, useful and correct way.





QUANDO I VALORI STANNO IN ALTO.

Ci sono valori che durano nel tempo e non passano mai di moda. I valori di Miniconf sono fondamentalmente tre: la responsabilità sociale e il rispetto di tutte le persone che lavorano per e con l'azienda, la tutela della sicurezza del consumatore, il rispetto dell'ambiente e del territorio. E sono valori solidi come una quercia.

When values rise high.

There are values that last in time and never go out fashion. Miniconf's values are essentially three: social responsibility and full respect for all the people that work for and cooperate with the company, consumer's safety defense, respect for the environment and for the local territory. And these values are as strong as an oak.

NON DOVE SI PRODUCE, MA COME SI PRODUCE.

Da sempre Miniconf chiede a collaboratori, partner, clienti e fornitori di condividere i propri valori e ha fissato da tempo alcuni irrinunciabili principi. Miniconf rifiuta ogni forma di discriminazione e di sfruttamento. Rifiuta il lavoro minorile. Chiede il massimo rispetto dell'ambiente.

Chiede, da parte dei fornitori, l'adozione del Codice di Condotta Miniconf, che definisce le linee guida in termini di sicurezza nei luoghi di lavoro e di tutela ambientale. Miniconf è certificata UNI EN ISO 14001.

L'azienda, in collaborazione con importanti enti di certificazione che operano a livello internazionale nel controllo della qualità e della sicurezza dei prodotti immessi in commercio, attua auditing presso i fornitori per valutare la reale adesione al Codice di Condotta. Fa sottoscrivere un impegno contrattuale per il rispetto dei requisiti di sicurezza chiesti dall'azienda.

Not where it s manufactured, but how.

Since ever Miniconf has been asking its employees, partners, customers and suppliers to share their values and has set out, a long time ago, some essential principles.

Miniconf rejects all forms of discrimination and exploitation. Rejects child labour. Requires the utmost environmental respect.

Expects all the suppliers to strictly comply the Miniconf Code of Conduct, which defines the guidelines on safety in the workplace and environmental protection. Miniconf is certified UNI EN ISO 14001.

The company, in collaboration with leading certification bodies operating across international quality control and safety of products marketed, implements auditing at suppliers to assess the actual compliance with the Code of Conduct.

Miniconf requests from each partner to sing a contractual commitment which guarantees their compliance with the Miniconf safety requirements.





LA SICUREZZA, PRIMA DI TUTTO.

La qualità dei prodotti è strettamente legata alla loro sicurezza. Per questo, fin dal 2003, Miniconf esegue rigorosi controlli per verificare i possibili rischi per la salute dei consumatori e di chiunque contribuisca alla lavorazione dei capi; capi che sono controllati dal punto di vista chimico e meccanico, perché siano sicuri e conformi alla legislazione italiana e internazionale. Già in fase di progettazione viene posta una cura estrema ai singoli elementi che compongono il capo di abbigliamento, perché tutto deve essere pensato in funzione della sicurezza integrale del bambino.

Safety, First of all.

Product quality is closely related to its safety standards. For this reason, since 2003, Miniconf thoroughly checks out for any possible risk, both for their consumers as for the people working on the manufacturing plants. The garments are controlled from a chemical and mechanical point of view, they must be safe and meet italian and international safety regulations. From the very first design stage, every product is carefully thought out, because every element shaping the new garment, must be focused on the child's safety.

AMARE L'AMBIENTE. SOPRATTUTTO QUANDO E' FATTO DA PERSONE.

Miniconf è un'impresa che ha a cuore la responsabilità sociale, sia nel più vasto mondo in cui opera che nella propria realtà geografica. Nel vicino comprensorio scolastico di San Piero, in cui sono presenti una scuola materna ed elementare e che è frequentato da quasi un centinaio di bambini, tra cui alcuni figli di dipendenti dell'azienda, Miniconf ha dato il suo contributo per avviare un esperimento pedagogico di tempo integrato. Non solo l'orario scolastico dei bambini è stato armonizzato con l'orario di lavoro dei genitori, ma soprattutto l'offerta didattica è diventata più ricca e completa: è stato introdotto l'inglese già dalla prima elementare e una seconda lingua a partire dalla quarta; in più, si tengono lezioni d'informatica e di educazione musicale e il percorso educativo è integrato dall'esercizio fisico, con corsi di nuoto e karate. L'azienda ha inoltre contribuito al finanziamento dei costi di gestione dell'asilo nido, nato nel 2010 all'interno dello stesso comprensorio di San Piero. Inoltre, insieme al CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche), alla Provincia di Arezzo e alla Comunità Montana del Casentino, Miniconf ha supportato la Scuola di San Piero per lo sviluppo di un progetto di Tempo Pieno Integrato, mirato alle esigenze delle aree rurali, per favorire lo studio del clima e del territorio.

A queste iniziative, Miniconf ne ha aggiunte altre. Per esempio, la collaborazione con l'ospedale Meyer di Firenze, per la fornitura di kit di pigiamini nei ricoveri d'urgenza ai reparti pediatrici; impegno che ha avuto un riconoscimento importante da parte dell'Ospedale: Miniconf è infatti stata inserita tra le aziende "Amiche del Meyer – Fascia Gold". Altra iniziativa rilevante è il progetto "Armanduk", un personaggio di fantasia che, attraverso un percorso interattivo, guida i ragazzi tra i 9 e i 12 anni alla scoperta della storia e dell'ecosistema del Casentino, in un percorso di conoscenza che li conduce attraverso una zona ricca di tradizione e di cultura.

An environment to love. Specially when
it's made out of people.

Social responsibility, both in its own territory as in the international trade world, is one of Miniconf's most important assets. The company financed a pedagogical trial of integrated school hours, in the near by school district in the town of San Piero. In the kindergarden and elementary schools, attended by almost a hundred children, some of them being children of the company's employees, not only the school's timetable was adapted to the parent's working hours, but above all the school's teaching programme became richer and more complete: English language taught since first grade and a second foreign language starting from fourth grade, computer science, music and physical education including swimming and karate courses.

The company has also contributed to the financing of a nursery school, opened in 2010 in the same school district of San Piero.

In cooperation with CNR (National Research Council), the Province of Arezzo and the Upland Authority Association of Casentino, Miniconf, has also supported the School of San Piero in the development of an Integrated Full-Time Project conformed to the specific needs of the rural areas, encouraging the study of the climate and local territory.

Miniconf has performed other initiatives as well, for instance, donating a complete supply of children's pyjamas to be used in case of emergency hospitalisation in paediatric wards. This initiative earned the company a foremost recognition from the Hospital, as it was included among the companies called "Meyer's friends – Golden group".

Another very important initiative is the "Armanduk" project, a character specifically created for an interactive path, dedicated to kids from age 9 through 12, helping them discover the ecosystem of the Casentino valley. An educational path leading them across a territory with a great tradition and culture.





OBIETTIVI E STRATEGIE DI SVILUPPO.

Miniconf, con i marchi Sarabanda, Dodipetto e iDO, è presente sia sui mercati nazionali sia su quelli internazionali con una rete di negozi multimarca e monomarca: in totale (dato 2010), oltre 2200 punti vendita con più di 7,5 milioni di capi venduti, per un fatturato 2010 che supera i 75 milioni di euro.

Queste cifre posizionano Miniconf come il quinto produttore nazionale di abbigliamento per bambini.

Per i prossimi tre anni l'obiettivo è incrementare questa posizione, attraverso il rafforzamento di Miniconf nei mercati in cui è già presente e grazie al suo ingresso in nuovi mercati internazionali.

Questa strategia richiederà investimenti sui canali distributivi. Saranno inoltre consolidati i rapporti con il trade e verrà potenziata la comunicazione, con l'obiettivo di aumentare la visibilità e la riconoscibilità dei marchi sui mercati nazionali e internazionali. Altri importanti investimenti saranno fatti nei processi di automazione e nelle competenze professionali.

Objectives and development strategies.

Miniconf, with its brands Sarabanda, Dodipetto and iDO, is present both on the Italian and international markets with a network of multi-brand stores and single-brand stores, adding up to over 2200 points of sale (2010 survey), with over 7,5 million sold items, and a turnover in 2010 of more than 75 million euro, thus positioning Miniconf as the fifth national children's wear manufacturer.

Strengthening Miniconf's positioning on the markets where it's already present, and entering into new international ones: these are the company's objectives for the next three years.

To fulfil these objectives the company will invest on its distribution channels, it will consolidate the relationship with the trade department, it will develop its communication in order to gain in visibility and brand awareness, both nationally and internationally.

Additional major investments will be made in automation processes and specific professional training.

L'ORGANIZZAZIONE.

Oggi Miniconf ha circa 200 dipendenti, cui si aggiungono oltre 2000 persone operanti nell'indotto.

Tutte le decisioni strategiche sono prese nella sede di Ortignano. Le sue collezioni nascono tutte in Italia, dallo studio e dalla collaborazione con le più prestigiose agenzie di stile, che individuano per prime le nuove tendenze della moda e l'evoluzione dei gusti del consumatore.

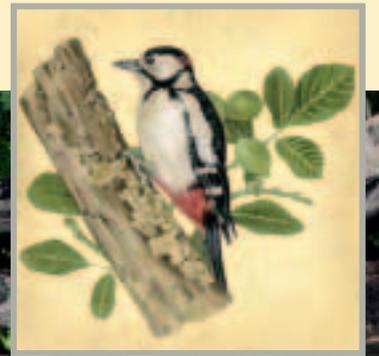
L'esperienza di oltre trentacinque anni consente a Miniconf di gestire in modo attento ed efficiente tutta la filiera produttiva, grazie a continui controlli di qualità sui processi produttivi delocalizzati. E' proprio per questo che oggi tutti gli stabilimenti produttivi situati all'estero (Europa, Asia e Africa) raggiungono e superano gli standard qualitativi stabiliti dall'azienda. I capi ricevuti dai produttori vengono infatti gestiti dalla sede italiana che provvede al loro ricondizionamento e a test qualitativi, per avere un prodotto qualitativamente sempre all'altezza delle richieste del mercato.

Company organization.

Nowadays Miniconf can count on approximately 200 employees, to which must be added the over 2000 people working for related businesses.

All strategic decisions are taken in Ortignano, and all the company's fashion collections are entirely created in Italy, with the close cooperation of famous and prestigious style agencies, which are in charge of researching the new fashion trends and the evolution of consumer taste.

With its over thirty-five year experience Miniconf is able of managing, in a very careful and efficient way, all the manufacturing process, thanks also to its continuous quality standards controls on all its non-local manufacturing plants. For this reason, all plants located in foreign countries (Europe, Asia and Africa) reach, and in many cases, go beyond the normal quality standards imposed by the company. All items received by the manufacturers are, in fact, controlled in the italian headquarters, which see to their reconditioning and quality tests, so to have a product which can always meet the quality standards which today's marketplace requires.





LA LINEA SARABANDA.

Sarabanda è la linea completa di abbigliamento e accessori studiata per bambini e bambine fino a sedici anni. Minibanda è la collezione dedicata ai più piccoli, da 0 a 18 mesi. Lo stile Sarabanda coniuga le ultime tendenze della moda con il mondo allegro e spontaneo dei bambini, in armonia con loro, proprio per rispettarne la personalità. Sarabanda si distingue per il comfort e la vestibilità di ogni singolo modello, per la selezione dei tessuti e la cura dei dettagli, per un ottimo rapporto qualità/prezzo. Le collezioni, tutte facilmente coordinabili, sono pensate per le più svariate occasioni: casa, scuola, tempo libero e cerimonia.

The Sarabanda line.

Sarabanda is the complete line of clothes and accessories for boys and girls up to sixteen years old. Minibanda is the toddlers collection (0/18 months old).

Sarabanda is the perfect match between the latest fashion trends and the joyful and spontaneous world of children, in harmony with them, always respecting their single personalities.

Sarabanda stands out for the comfort and wearability of each model, the selection of fabrics and the care for details, and for the excellent value for money.

All collections can be easily mix-matched, and are designed for every occasion: home, school, free time and formal.



LA LINEA iDO

iDO è la linea di abbigliamento che veste i bambini e le bambine da 0 a 16 anni. E' dedicata ai bimbi dinamici e vivaci, "simpatiche canaglie" che giocano, si scatenano e hanno sempre mille cose da fare.

Lo stile iDO è sinonimo di capi di tendenza, che rispettano la personalità e le esigenze dei più piccoli, la loro allegria, la loro vivacità.

I capi sono caratterizzati da un ottimo rapporto qualità/prezzo e hanno nella coordinabilità il loro punto di forza.

The iDO line.

iDO is the line of children's wear designed for little boys and little girls from newborn to 16 years old.

It is meant for dynamic and lively children, "little nice rascals" who play, romp, and have always a thousand things to do.

iDO style means trendy garments, which respect the personality and needs of the smaller children, their cheerfulness and liveliness.

These garments are characterized by an excellent value for money, and their exceptional mix-and-matchability is one of their greatest assets.



LA LINEA DODIPETTO.

Dodipetto è una la linea di abbigliamento total look 0-16 anni grintosa, vivace e disinvolta, con capi adatti a tutte le occasioni. Si caratterizza per l'ottimo rapporto qualità/prezzo e l'attenzione rigorosa ai processi di produzione ed è indirizzata al canale ingrosso Italia. Alla linea Dodipetto è affiancata la collezione Mignolo, indirizzata al settore culla 0-9 mesi ed orientata al "regalo".

The Dodipetto line.

Dodipetto is a total look 0-16 years old children's wear, gritty, lively and casual with items suitable for all occasions. It features an excellent value pricing and a strict care to all the production processes. Dodipetto is addressed to the italian wholesale.

The Mignolo collection joins the Dodipetto line. Mignolo is gift oriented and designed for the 0-9 months old infants.



L'INNOVAZIONE. OGGI E' GIA' DOMANI.

Che cosa fa di Miniconf un'azienda diversa dalle altre? Forse la forte attitudine all'innovazione, forse una cultura aziendale basata su una costante proiezione verso il futuro. Forse tutti questi elementi nel loro insieme.

Naturalmente Miniconf non si limita all'innovazione incrementale, ma investe in tutto il modello di business e nei processi di filiera per renderli più veloci ed efficienti. La sperimentazione è continuamente incoraggiata, in tutte le fasi e da parte di tutti i collaboratori.

"Oggi è già domani" non è quindi per Miniconf uno slogan fine a se stesso, ma una dichiarazione d'intenti molto precisa e una filosofia che contraddistingue e unisce tutte le persone che collaborano al successo di questo progetto. L'innovazione, infatti, prende corpo prima di tutto nelle persone che lavorano in azienda e si rafforza nel confronto tra i molteplici stimoli professionali e le differenti competenze individuali.

Tutto questo permette a Miniconf di raggiungere i traguardi più ambiti, a volte ancora prima della data stabilita. E' per questo che per Miniconf il futuro, spesso, è già presente.

Innovation. Today is already tomorrow.

What makes Miniconf different from all its competitors? Maybe its strong aptitude towards innovation, or perhaps its corporate spirit based on a constant projection towards the future. Or maybe all these elements combined together.

Obviously Miniconf doesn't limit itself only to an incremental innovation. On the contrary, it invests on its entire business model and on its whole production process, in order to make them faster and more efficient. Experimentation is largely encouraged, at any stage of production and at any corporate level.

For Miniconf, "Today is already tomorrow" is not a mere slogan, but a very precise declaration of intents, and a philosophy that characterizes and joins together all the people who take part into the success of this project. Innovation starts first inside the people working for the company, then it strengthens itself with the numerous professional challenges and with the different individual skills.

Thanks to all this, Miniconf can actually achieve its most desired goals, sometimes even before the due date. This is why, for Miniconf, future is often already here.

È LA STORIA CONTINUA.
And the story goes on.

Progetto grafico: La Scuola di Emanuele Pirella

Stampa: Azzerboni Printing

The logo for MINICONF features a stylized 'M' icon on the left, followed by the word 'MINICONF' in a bold, sans-serif font. The 'M' icon is composed of a square base with a triangle on top, all in a light grey color. The letters 'MINICONF' are in a dark grey color, with the 'I' and 'N' being slightly taller than the other letters.

Miniconf srl - 52010 Ortignano Raggiolo (AR)
Via Provinciale 1/A - tel. +39 0575 5331
www.miniconf.it