



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 10 novembre 2005

## **CSP INTERNATIONAL: IL CDA APPROVA LA RELAZIONE TRIMESTRALE AL 30.09.2005**

***Il III trimestre presenta un utile pre-imposte di 2,7 milioni di Euro.***

***Il risultato positivo del III trimestre riduce le perdite cumulate dell'anno 2005***

***a 3,3 milioni pre-imposte.***

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant e abbigliamento intimo con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, ha approvato in data odierna la Relazione Trimestrale al 30.09.2005.

Il bilancio è stato redatto in conformità agli IAS. Per questa ragione, anche i riferimenti dei periodi precedenti sono stati riclassificati.

### **Risultati salienti del III trimestre**

Il III trimestre presenta un utile pre-tasse di 2,7 milioni di Euro e di 2,9 milioni dopo le tasse. Questo risultato riduce le perdite cumulate al 30 settembre a 3,3 milioni prima delle tasse e a 4,1 milioni dopo le tasse.

Più analiticamente, il III trimestre 2005, nei confronti del III trimestre 2004 presenta:

- un fatturato di 27,4 milioni di Euro, contro 32,0 milioni, con un decremento del 14,3%;
- un margine industriale (differenza tra ricavi netti e costo del venduto) pari al 34,5%, salito dal 31,5%;
- un Ebitda cresciuto a 5,2 milioni, da 3,4 milioni, e percentualmente pari al 18,9%, rispetto al 10,5%;
- un Ebit salito a 3,5 milioni di Euro, da 1,6 milioni, e percentualmente pari all'12,7%, rispetto al 5,1%;
- un risultato pre-tasse cresciuto a 2,7 milioni di Euro rispetto a 0,9 milioni, e percentualmente pari al 9,8%, rispetto al 2,9%;
- un utile netto dopo le imposte cresciuto a 2,9 milioni di Euro, rispetto a 0,6 milioni, e in percentuale pari al 10,5%, rispetto al 2,0%.

### **Risultati salienti cumulati al 30 settembre 2005**

Riportiamo i dati di sintesi, espressi in valore e in percentuale sul fatturato e confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente:

- il fatturato netto consolidato è stato pari a 77,2 milioni di Euro, contro i 90,6 del pari periodo dell'anno scorso, con un decremento del 14,8%;
- il margine industriale (differenza tra ricavi netti e costo del venduto) è stato pari a 24,4 milioni di Euro, contro i 31,8 milioni del 2004: l'incidenza percentuale è pari al 31,6%, contro il 35,1% del 2004;
- sono stati rilevati ammortamenti per 5,0 milioni di Euro, contro i 5,4 milioni dell'anno precedente;
- l'Ebitda è peggiorato rispetto al pari periodo precedente, essendo passato da 9,1 a 3,4 milioni di Euro.
- l'Ebit è passato da 3,7 milioni a un negativo di 1,7 milioni di Euro;
- il risultato prima delle imposte è stato negativo per 3,3 milioni di Euro, contro 2,0 milioni di Euro di utile registrato nel 2004;
- l'indebitamento finanziario netto è diminuito dai 61,3 milioni del 30 settembre 2004 ai 35,6 milioni al 30 settembre 2005.

### Osservazioni sull'andamento del fatturato

Il fatturato è fortemente influenzato dalla recessione dei consumi del mercato calze/collant.

Nei 12 mesi terminanti a settembre 2005, confrontati con i 12 mesi terminanti a settembre 2004, i consumi del mercato calze hanno registrato i seguenti decrementi (fonte Istituto GFK):

- quantità: - 10,3%
- valore: - 9,8%.

Il mercato dell'intimo realizzato con la tecnologia seamless, nato alla fine degli anni '90 e cresciuto in un quinquennio fino a quasi il 30% del mercato totale, ha smesso di crescere nel 2004 e ha diminuito la sua incidenza nel 2005, come indicato dalla tabella (fonte istituto GFK, dati in quantità).

<b>Incidenza % seamless sul mercato totale intimo</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>Anno terminante a giugno 2004</b>	<b>Anno terminante a giugno 2005</b>
Reggiseni	30,2	29,9	29,3	26,2
Mutande	23,6	23,8	22,9	20,5

### Margini

Come indicato, il margine industriale al 30 settembre è inferiore a quello del pari periodo dell'anno precedente. Tuttavia il III trimestre del 2005 segna un miglioramento di 3 punti percentuali rispetto al III trimestre 2004, essendo salito dal 31,5% al 34,5%.

### Parametri gestionali

<b>Dati in milioni di Euro</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>30 settembre 2004</b>	<b>30 settembre 2005</b>	<b>Diff. 2005/2004</b>
Magazzino	58,0	47,1	40,6	51,7	33,9	- 17,8
Circolante	84,4	68,8	58,8	64,8	39,7	- 25,1
Indebitamento finanziario netto	83,7	69,6	59,1	61,3	35,6	- 25,7
Oneri finanziari	4,0	3,3	2,1	1,9	1,7	- 0,2
Costo del lavoro	33,8	32,0	29,7	20,8	20,0	- 0,8

I dati a partire dal 2004 sono redatti applicando gli IAS/IFRS e deconsolidando SP Polska

I dati del 2002 e 2003 derivano dall'applicazione dei precedenti principi contabili ed includono SP Polska

### Organici

Complessivamente, gli interventi sugli organici hanno comportato le seguenti riduzioni:

- Anno 2002: 72 unità.
- Anno 2003: 80 unità
- Anno 2004: 102 unità
- Anno 2005: 135 unità
- Anno 2006: 81 unità

Specifichiamo gli interventi del biennio 2005-2006 come segue:

- le riduzioni del 2005, per complessive 135 unità, sono costituite da 85 lavoratori in Cassa Integrazione Straordinaria e 50 lavoratori in mobilità;
- gli 81 esuberanti, già concordati con le Rappresentanze Sindacali, entreranno in Cassa Integrazione Ordinaria entro il mese di novembre 2005, in Cassa Integrazione Straordinaria nell'anno 2006 e in Mobilità nel 2007.

### Capacità produttiva

Le conseguenze delle due chiusure di Poggio Rusco (corsetteria) e Rivarolo del Re (collant) sulla capacità produttiva sono le seguenti.

- Chiusura Poggio Rusco: 4 dei 5 milioni dei reggiseni sono prodotti in outsourcing, mantenendo all'interno progettazione, stile, taglio, modellistica, prototipi; nel 2006 l'intera produzione sarà realizzata in outsourcing, sempre mantenendo all'interno il know-how progettuale; il risultato sarà un miglioramento nella competitività del rapporto costi/prezzi.
- Chiusura Rivarolo del Re: le macchine di tessitura sono state ridotte dalle oltre 900 dello scorso anno a 500 e la capacità produttiva annua da oltre 8 milioni di dozzine a 4,5 milioni di dozzine; ciò significa

allineare la capacità produttiva al livello delle vendite, con benefici sul costo unitario di produzione, non più gravato da esuberanti costi indiretti.

- Gli effetti della riorganizzazione produttiva, già parzialmente presenti nell'anno in corso, saranno pienamente recepiti nel Conto Economico dell'anno 2006.

### **Piano 2005**

Ricordiamo che le linee guida del Piano sono, in sintesi, le seguenti:

- Meno costi, attraverso lo snellimento della struttura produttiva
- Più margini, attraverso i nuovi prodotti e il contenimento delle spese operative
- Meno debiti, ridimensionando il circolante
- Sostegno del fatturato, anche attraverso i negozi propri e nuove attività distributive.

Il Piano comprende anche la vendita di cespiti non strategici, che consente:

- la razionalizzazione della produzione interna per calze/collant;
- la delocalizzazione degli approvvigionamenti per la corsetteria.

Gli interventi avranno un effetto permanente di alleggerimento della struttura organizzativa, con benefici sulla gestione ordinaria, come già rilevato nel margine industriale del III trimestre 2004.

### **Indicazioni 2005**

La perdita di fatturato nell'anno in corso e conseguentemente di margine potrà essere parzialmente bilanciata dalla riduzione dei costi di struttura, collegata alla chiusura di due stabilimenti, e dal ridimensionamento delle spese pubblicitarie.

I proventi straordinari attesi nel 2005 saranno sostanzialmente equivalenti a quelli realizzati nel 2004 (pari a 2,5 milioni di Euro).

Ciò porterà a un bilancio ancora con un risultato negativo, ma con perdite nel IV semestre 2005 ridimensionate rispetto al pari periodo 2004, per le ragioni illustrate al punto seguente.

### **Confronti IV trimestre 2005 vs. IV trimestre 2004**

La perdita del IV trimestre 2004 fu pari a 7,4 milioni di Euro (dato rettificato IAS);

Il risultato migliore, atteso nel IV trimestre 2005 è fondato sui seguenti principali fattori:

- nessuna campagna pubblicitaria in TV, rispetto ai 2 milioni di Euro spesi nei mesi finali del 2004;
- margini superiori, già nel periodo precedente l'ultimo trimestre dell'anno: nel III trimestre 2005 margine 34,5% contro margine 31,5% del III trimestre 2004;
- margini superiori, nell'ultimo trimestre 2005, rispetto all'ultimo trimestre 2004, anche grazie a un completo sfruttamento della capacità produttiva nell'ultimo periodo dell'anno, dopo la chiusura dello stabilimento di Rivarolo del Re;
- minori svalutazioni di prodotti obsoleti (che al 30 settembre 2005 erano pari a 1,6 milioni di Euro, contro 2,3 milioni di Euro del settembre 2004), a parità di criteri di valutazione, grazie all'ottimizzazione delle politiche di magazzino
- risparmi sui costi di struttura, già rilevabili nei dati al 30 settembre nell'ordine di 1,5 milioni di Euro e ulteriormente incidenti nell'ultimo trimestre;
- riduzione degli oneri finanziari, poiché l'indebitamento finanziario netto medio è ridimensionato rispetto a quello dell'anno precedente.

### **Prospettive generali**

Le azioni aziendali si muovono contemporaneamente su tre principali livelli.

A. La ricerca di soluzioni strategiche ai problemi aziendali, rese necessarie dai cambiamenti di mercato attualmente in atto. Ciò comporta l'identificazione di

- partner industriali con i quali realizzare sinergie, e/o
- partner finanziari con cui condividere le risorse per lo sviluppo.

Le azioni sono svolte con l'assistenza di due Advisors:

- Rabobank per l'esplorazione internazionale tesa all'identificazione di una appropriata partnership;
- Bain & Company per la messa a punto del Piano Triennale.

B. La gestione, al meglio della situazione di mercato, dei marchi e dei relativi canali. Particolare enfasi sui seguenti elementi:

- l'innovazione di prodotto, di cui significativi esempi sono stati realizzati negli ultimi mesi;
- gli interventi diretti al miglioramento dell'efficienza e alla riduzione dei costi;
- l'attività distributiva, allargata anche a marchi e merceologie complementari a quelli istituzionali aziendali.

C. La vendita dei cespiti non strategici per

- realizzare proventi straordinari;
- ridurre i costi operativi in modo permanente;
- razionalizzare la produzione interna per calze/collant e consentire la delocalizzazione produttiva per tutte le altre merceologie.

**Stato Patrimoniale - Attività**

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	<b>30 settembre 2005</b>	<b>30 giugno 2005</b>	<b>31 dicembre 2004</b>	<b>30 settembre 2004</b>
<b>ATTIVITA' NON CORRENTI</b>				
<b>Attività immateriali:</b>				
- Avviamento	11.416	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	1.537	2.013	2.213	2.195
<b>Attività materiali:</b>				
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	23.733	25.692	31.855	33.432
- Investimenti immobiliari di proprietà	70	70	70	70
<b>Altre attività non correnti:</b>				
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del	1.175	1.176	1.173	1.174
Altre partecipazioni	11	11	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	739	766	853	885
Attività per imposte anticipate	2.091	1.894	2.326	2.340
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>40.772</b>	<b>43.038</b>	<b>49.917</b>	<b>51.523</b>
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>				
Rimanenze di magazzino	33.878	39.889	40.557	51.742
Crediti commerciali	44.311	38.741	51.547	53.335
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	1.204	2.260	3.135	4.736
Attività destinate alla vendita	0	3432	0	0
Casse e altre disponibilità liquide equivalenti	1.959	3.953	3.708	957
<b>Totale attività correnti</b>	<b>81.352</b>	<b>88.275</b>	<b>98.947</b>	<b>110.770</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>122.124</b>	<b>131.313</b>	<b>148.864</b>	<b>162.293</b>

**Stato Patrimoniale - Passività**

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	<b>30 settembre 2005</b>	<b>30 giugno 2005</b>	<b>31 dicembre 2004</b>	<b>30 settembre 2004</b>
<b>PATRIMONIO NETTO</b>				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sottoscritto e versato	12.740	12.740	12.740	12.740
- Altre riserve	19.544	19.544	25.635	26.663
- Riserve di rivalutazione	9.605	9.605	9.605	9.605
- Riserva utili (perdite) portati a nuovo	(5.354)	(5.349)	(5.618)	(6.596)
- Risultato del periodo	(4.051)	(6.928)	(5.825)	1.580
meno: Azioni proprie	0	0	0	(1.575)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>32.484</b>	<b>29.612</b>	<b>36.537</b>	<b>42.417</b>
<b>PASSIVITA' NON CORRENTI</b>				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Prestito Obbligazionario	5.000	5.000	5.000	5.000
- Debiti verso banche	14.260	20.394	23.374	24.842
TFR e altri fondi relativi al personale	7.326	7.032	7.605	7.713
Fondi per rischi e oneri	1.738	1.588	1.806	1.650
Fondo imposte differite	3.331	3.635	3.410	3.237
Debiti vari e altre passività non correnti	18	19	25	19
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>31.673</b>	<b>37.668</b>	<b>41.220</b>	<b>42.461</b>
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	18.245	22.352	34.470	32.415
Debiti commerciali	30.864	34.095	30.481	37.400
Debiti vari e altre passività	8.556	7.586	6.156	6.994
<b>Totale passività correnti</b>	<b>57.967</b>	<b>64.033</b>	<b>71.107</b>	<b>77.415</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>89.640</b>	<b>101.701</b>	<b>112.327</b>	<b>119.876</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>	<b>122.124</b>	<b>131.313</b>	<b>148.864</b>	<b>162.293</b>

**CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO**

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	<b>Trimestre 01/07 - 30/09 2005</b>		<b>Trimestre 01/07 - 30/09 2004</b>		<b>Periodo al 30 settembre 2005</b>		<b>Periodo al 30 settembre 2004</b>		<b>Esercizio al 31 dicembre 2004</b>	
Ricavi	27.433	100,0%	31.998	100,0%	77.213	100,0%	90.600	100,0%	122.823	100,0%
Costo del venduto	(17.969)	-65,5%	(21.920)	-68,5%	(52.812)	-68,4%	(58.777)	-64,9%	(84.219)	-68,6%
<b>Margine Industriale</b>	<b>9.463</b>	<b>34,5%</b>	<b>10.078</b>	<b>31,5%</b>	<b>24.402</b>	<b>31,6%</b>	<b>31.823</b>	<b>35,1%</b>	<b>38.604</b>	<b>31,4%</b>
Spese dirette di vendita	(1.957)	-7,1%	(2.392)	-7,5%	(6.459)	-8,4%	(7.518)	-8,3%	(10.474)	-8,5%
<b>Margine commerciale lordo</b>	<b>7.506</b>	<b>27,4%</b>	<b>7.687</b>	<b>24,0%</b>	<b>17.943</b>	<b>23,2%</b>	<b>24.305</b>	<b>26,8%</b>	<b>28.130</b>	<b>22,9%</b>
Altri ricavi (spese) operativi	2.592	9,4%	1.665	5,2%	3.744	4,8%	3.442	3,8%	3.831	3,1%
Spese commerciali e amministrative	(6.601)	-24,1%	(7.712)	-24,1%	(23.297)	-30,2%	(24.030)	-26,5%	(34.818)	-28,3%
Costi di ristrutturazione	(8)	0,0%	0	0,0%	(53)	-0,1%	(17)	0,0%	(406)	-0,3%
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>3.490</b>	<b>12,7%</b>	<b>1.640</b>	<b>5,1%</b>	<b>(1.662)</b>	<b>-2,2%</b>	<b>3.699</b>	<b>4,1%</b>	<b>(3.262)</b>	<b>-2,7%</b>
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	16	0,0%	6	0,0%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	(2)	0,0%	82	0,3%	2	0,0%	163	0,2%	97	0,1%
Altri proventi finanziari	8	0,0%	(4)	0,0%	39	0,1%	61	0,1%	61	0,0%
Altri oneri finanziari	(820)	-3,0%	(782)	-2,4%	(1.689)	-2,2%	(1.930)	-2,1%	(2.178)	-1,8%
<b>Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio</b>	<b>2.677</b>	<b>9,8%</b>	<b>936</b>	<b>2,9%</b>	<b>(3.311)</b>	<b>-4,3%</b>	<b>2.009</b>	<b>2,2%</b>	<b>(5.277)</b>	<b>-4,3%</b>
Imposte sul reddito	200	0,7%	(300)	-0,9%	(740)	-1,0%	(430)	-0,5%	(548)	-0,4%
<b>Utile (perdita) netto prima del risultato netto relativo alle attività cessate</b>	<b>2.877</b>	<b>10,5%</b>	<b>636</b>	<b>2,0%</b>	<b>(4.051)</b>	<b>-5,2%</b>	<b>1.580</b>	<b>1,7%</b>	<b>(5.825)</b>	<b>-4,7%</b>
Utile (perdita) netto relativo alle attività cessate										
<b>Utile (perdita) netto del Gruppo</b>	<b>2.877</b>	<b>10,5%</b>	<b>636</b>	<b>2,0%</b>	<b>(4.051)</b>	<b>-5,2%</b>	<b>1.580</b>	<b>1,7%</b>	<b>(5.825)</b>	<b>-4,7%</b>

<b>EBITDA</b>	<b>5.178</b>	<b>18,9%</b>	<b>3.369</b>	<b>10,5%</b>	<b>3.378</b>	<b>4,4%</b>	<b>9.117</b>	<b>10,1%</b>	<b>4.204</b>	<b>3,4%</b>
---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	--------------	-------------

<b>Risultato per azione - base</b>	<b>0,117</b>		<b>0,028</b>		<b>(0,165)</b>		<b>0,070</b>		<b>(0,255)</b>	
------------------------------------	--------------	--	--------------	--	----------------	--	--------------	--	----------------	--

<b>Risultato per azione - diluito</b>	<b>0,117</b>		<b>0,028</b>		<b>(0,165)</b>		<b>0,070</b>		<b>(0,255)</b>	
---------------------------------------	--------------	--	--------------	--	----------------	--	--------------	--	----------------	--

## **CSP International: Innovation in Hosiery and Underwear**

*CSP International S.p.A. è nata nel 1973 a Ceresara (Mantova), nel distretto della calzetteria, dove si realizzano i due terzi della produzione europea, e opera nei mercati delle calze, dei collant e dell'abbigliamento intimo (underwear). Il Gruppo, che realizza un fatturato di circa 150 milioni di Euro, comprensivo delle licenze in atto, conta 1.100 dipendenti, ha insediamenti in Italia, Francia e Polonia, e distribuisce i propri prodotti in 50 paesi del mondo, realizzando la metà del proprio fatturato all'estero.*

*Il Gruppo CSP International produce collant, calze da donna e da uomo, intimo femminile e maschile realizzato con la tecnologia seamless (senza cuciture), corsetteria, lingerie e costumi da bagno.*

*I suoi marchi si rivolgono a diversi target del mercato:*

- **Sanpellegrino:** il marchio storico, offre prodotti funzionali con il miglior rapporto qualità/prezzo;
- **Oroblù:** il marchio con la qualità e l'immagine più elevata, presente nei migliori Grandi Magazzini internazionali;
- **Le Bourget:** il marchio più prestigioso della calzetteria francese, specializzato sui trend modali;
- **Lepel:** marchio leader della corsetteria in Italia, offre comfort ed eleganza al prezzo più favorevole.

*Di seguito, le tappe più significative dell'ultimo decennio nella vita del Gruppo CSP International:*

- 1994** - Entrata nel mercato russo;
- 1995** - lancio del collant Brazil Effect – Shock Up;
- 1996** - pubblicità Sanpellegrino con Antonio Banderas e Valeria Mazza come testimonials;
- 1997** - quotazione al listino ufficiale di Borsa Italiana;
- 1998** - costituzione di Sanpellegrino Polska, joint-venture paritetica (50%) con un partner polacco;
- 1999** - acquisizione del 100% di Le Bourget, terzo produttore di collant in Francia;  
- avvio della diversificazione nell'intimo, con la tecnologia seamless;
- 2000** - acquisizione del 55% di Lepel, prima tappa per la diversificazione nel mercato della corsetteria;
- 2001** - acquisizione del restante 45% di Lepel;
- 2002** - fusione di Lepel per incorporazione in CSP International;
- 2003** - lancio di collant innovativi di posizionamento cosmetico, con Sanpellegrino BioComplex L'Angelica e Oroblù BioAction Transvital;
- 2004** - attivazione di licenze in mercati complementari, come la maglieria intima, esterna e i costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva interna per la produzione collant e delocalizzazione per gli altri prodotti;
- 2006** - inizio attività distributiva per terzi (distribuzione Puma).

*CSP International ha la missione di produrre e distribuire i migliori prodotti, nel segmento di mercato della qualità, innovando nel core business dei collant e diversificando nell'intimo e nell'abbigliamento.*

### **Per ulteriori informazioni:**

#### **CSP International S.p.A.**

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it