



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 29 aprile 2005

## **CSP INTERNATIONAL: APPROVATO DALL'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI IL BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2004**

***CSP International chiude il 2004 con un risultato netto negativo per 8,6 milioni di Euro, dovuto all'andamento dell'ultimo trimestre.***

***Per il 2005 si confermano gli interventi gestionali e straordinari, ma appare problematico il pareggio di bilancio, alla luce dell'andamento del fatturato nel I trimestre (-11.9%).***

L'Assemblea degli Azionisti 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 il **Bilancio Consolidato e di Bilancio di Esercizio chiuso al 31.12.2004**.

Di seguito vengono presentati i risultati a livello consolidato del 2004, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato, confrontati con i risultati del 2003:

- fatturato pari a 126,8 milioni di Euro, contro i 142,4 milioni del 2003; il decremento è pari al 10,9%.
- margine lordo pari a 40,5 milioni di Euro, contro i 46,0 milioni del 2003; l'incidenza passa dal 32,3% al 32,0%.
- risultato pre-tasse negativo per 8,9 milioni di Euro, contro un valore di 8,8 milioni nel 2003.
- risultato netto di Gruppo, dopo le tasse e la quota di pertinenza terzi, negativo per 8,6 milioni di Euro, contro una perdita di 9,9 milioni nel 2003;
- l'indebitamento finanziario netto è sceso dai 69,6 milioni di Euro del 2003 ai 60,1 milioni di Euro del 2004.

La perdita registrata nell'esercizio 2004 è pari alla perdita dell'ultimo trimestre (8,6 milioni di Euro), nel quale la riduzione del fatturato, cadendo sotto il punto di pareggio, ha avuto un ruolo determinante. Nei primi 9 mesi del 2004 il Gruppo aveva infatti realizzato un contenimento della perdita a 0,3 milioni di Euro contro una perdita di 5,8 milioni relativa allo stesso periodo dell'anno precedente).

Sul risultato dell'ultimo trimestre del 2004 hanno influito principalmente i seguenti fattori:

- una forte riduzione della domanda di calze negli ultimi tre mesi dell'anno, imprevedibile nelle punte mensili, registrate dall'Istituto GFK, fino a un -22%;
- una minore marginalità provocata dai maggiori investimenti pubblicitari realizzati nell'ultimo trimestre dell'anno, rispetto all'ultimo trimestre del 2003.

Altri fattori hanno negativamente influito sui risultati della gestione relativi all'intero esercizio:

- la cronica recessione del mercato calze/collant;
- la riduzione del fatturato dell'intimo *seamless*, la nuova tecnologia che, dopo aver raggiunto in un quinquennio di crescita sostenuta l'incidenza di un quarto del totale mercato dell'intimo, ha interrotto il suo sviluppo;
- la tendenza all'abbassamento dei prezzi, in particolare nel canale Ingrosso, nella merceologia *seamless* (per la saturazione dell'offerta) e nel mercato dei reggiseni (per l'entrata della produzione cinese a basso costo);
- l'emergere della concorrenza locale e cinese nel mercato russo, terzo per importanza, dopo Italia e Francia, per il Gruppo CSP International.

Nonostante il risultato negativo a livello di Conto Economico e un contesto complessivamente molto difficile, nell'esercizio 2004, come in quello precedente, si sono registrati alcuni positivi risultati di natura gestionale relativamente a fattori direttamente controllabili, quali i seguenti:

PARAMETRO	2002	Variaz. 03/02	2003	Variaz. 04/03	2004
<i>Dati in milioni di Euro</i>					
<b>Magazzino</b>	<b>58,0</b>	-10,9	<b>47,1</b>	-4	<b>43,1</b>
<b>Circolante</b>	<b>84,4</b>	-15,6	<b>68,8</b>	-5,1	<b>63,7</b>
<b>Indebitamento finanziario netto</b>	<b>83,7</b>	-14,1	<b>69,6</b>	-9,5	<b>60,1</b>
<b>Oneri finanziari</b>	<b>4,0</b>	-0,7	<b>3,3</b>	-0,7	<b>2,6</b>
<b>Costo del lavoro</b>	<b>33,8</b>	-1,8	<b>32,0</b>	-1,5	<b>30,5</b>
<b>Altre spese</b>	<b>13,6</b>	-1,1	<b>12,5</b>	-0,4	<b>12,0</b>

### Operazioni straordinarie

Al risultato del 2004 hanno contribuito proventi straordinari per 2,9 milioni di Euro, che sono stati ottenuti senza la rinuncia a fattori di business di natura strategica.

Si segnalano, inoltre, oneri straordinari per 0,4 milioni di Euro, relativi all'integrazione dei due stabilimenti di Ceresara e di Rivarolo del Re (collant) e alla chiusura dello stabilimento Lepel di Poggio Rusco (corsetteria); tali interventi decorrono dall'inizio del 2005 e consentono di prevedere risparmi quantificabili in circa 2 milioni di Euro.

### Piano per l'esercizio in corso

Ricordiamo che il Piano per il 2005 prevede le seguenti azioni strategiche:

- miglioramenti dei margini, attraverso la riorganizzazione produttiva;
- riduzione di costi, attraverso la riduzione dell'organico;
- riduzione di spese operative, derivante da modifiche procedurali;
- riduzione di investimenti non prioritari;
- sostegno del fatturato, anche attraverso l'apertura di negozi;
- proventi straordinari.

I proventi straordinari deriveranno dalla vendita di cespiti non strategici. Ciò produrrà un effetto permanente di alleggerimento della struttura organizzativa, con benefici anche negli anni successivi sulla gestione ordinaria.

Infatti la vendita di cespiti non strategici consentirà l'integrazione e il coordinamento di stabilimenti produttivi e, in particolare:

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

### Andamento I trimestre 2005

Il I trimestre ha presentato un fatturato di 31,5 milioni di Euro, contro i 35,7 dell'anno precedente, con una flessione dell'11,9% (i dati non comprendono Sanpellegrino Polska, il cui conto economico dal 2005 non viene più consolidato).

La flessione del fatturato è attribuibile all'andamento di mercato che, nel primo bimestre dell'anno, ha segnato i seguenti decrementi, rispetto al 2004 (fonte Istituto GFK):

- quantità: -18,4% in gennaio e -12,9% in febbraio;
- valore: -22,5% in gennaio e -13,7% in febbraio.

La recessione dei consumi è ancora più grave poiché si combina con una evidente tendenza al destoccaggio da parte del Dettaglio e, in particolare, dell'Ingrosso.

Anche nei paesi esteri si segnalano analoghi trend recessivi. In Russia, ove disponiamo dei dati dell'Istituto GFK, il consumo del gennaio 2005 è stato inferiore del 22% rispetto al gennaio 2004 in quantità e del 21% in valore.

Nonostante la flessione del fatturato, le quote di mercato dei marchi Sanpellegrino e Oroblù sul mercato calze/collant, dimostrano un positivo miglioramento.

Sanpellegrino + Oroblù Mercato calze / collant	Anno terminante a febbraio 2004	Anno terminante a febbraio 2005
Quantità %	7,4	7,7
Valore %	8,9	9,5
Indice prezzo	120	123

Anche la quota Lepel nel mercato dell'intimo ha segnato una crescita rispetto all'anno precedente: in questo caso i dati GFK disponibili fanno riferimento all'anno 2004.

	Mercato totale intimo donna		Mercato reggiseni	
	2003	2004	2003	2004
Quota Lepel a valore	3,1%	3,9%	6,3%	6,3%
Quota Lepel a volume	2,1%	2,6%	6,6%	6,7%

### Prospettive 2005

Alla luce di questi risultati e delle osservazioni riportate ai punti precedenti, l'obiettivo del pareggio di bilancio per l'anno 2005 appare problematico, poiché richiederebbe almeno le seguenti condizioni:

- non perdere ulteriore fatturato nel corso dell'anno;
- concentrare nell'anno 2005 tutte le operazioni straordinarie previste nel biennio 2005-2006.

La significativa perdita di fatturato nel I trimestre dell'anno, che continua anche nel mese di aprile, se non venisse invertita nei mesi seguenti, renderebbe effettivamente difficile la realizzazione dell'obiettivo.

### Prospettive generali

Le azioni aziendali si muovono contemporaneamente su tre principali livelli:

- A. Il primo livello è la gestione, al meglio della situazione di mercato, dei marchi e dei relativi canali distributivi.
- B. Il secondo livello è la vendita dei cespiti non strategici per
  - realizzare proventi straordinari, da inserire a bilancio nel 2005;
  - ridurre i costi operativi in modo permanente, anche per gli anni seguenti al 2005;
  - razionalizzare la produzione interna per calze/collant e consentire la delocalizzazione produttiva per tutte le altre merceologie.
- C. Il terzo livello è la ricerca di soluzioni strategiche ai problemi mercato/azienda, ormai rese necessarie dai cambiamenti di mercato attualmente in atto.

### Dividendi

In considerazione del risultato dell'esercizio 2004, l'Assemblea ha approvato la proposta del Consiglio di Amministrazione di non distribuire dividendi.

### Segmento Star

Il Consiglio di Amministrazione, riunitosi in data odierna successivamente all'Assemblea degli Azionisti, ha deliberato la richiesta di esclusione dal segmento STAR di Borsa Italiana con le seguenti considerazioni:

- è prioritario concentrare tutta l'attenzione e le risorse aziendali alla realizzazione del Piano che deve riportare il Gruppo all'equilibrio di bilancio;
- alcuni adempimenti richiesti da Star appaiono non coerenti con la flessibilità richiesta dal nostro piano e dalle attuali priorità operative;
- conseguentemente, la Società rinuncerà all'impegno dello specialist, dopo il provvedimento di Borsa Italiana;
- CSP International, in quanto società quotata alla Borsa Italiana, manterrà comunque in essere le altre procedure di Corporate Governance e le best practices fino ad oggi adottate.

### Adozione dei principi contabili internazionali IAS/IFRS

Con riferimento alla comunicazione Consob relativa allo stato di attuazione dei sistemi e delle procedure contabili per l'applicazione dei principi contabili IAS/IFRS, comunichiamo quanto segue.

- 1) CSP ha completato l'identificazione dei principali impatti sui processi amministrativi, di reporting e sui sistemi informativi, derivanti dall'introduzione dei principi contabili internazionali e sta realizzando gli interventi sui processi aziendali e sui sistemi necessari per il passaggio al nuovo corpo di principi contabili.

- 2) Allo stato attuale è in fase di completamento la quantificazione degli adeguamenti dei saldi patrimoniali consolidati iniziali alla data di transizione (1 gennaio 2004) e sono in fase di avvio le rielaborazioni della situazione economico-patrimoniale consolidata 31 dicembre 2004 e di quelle infrannuali 2004, redatte a soli fini comparativi.
- 3) Sulla base dello stato attuale di avanzamento del progetto, si ritiene che il Gruppo CSP sarà in grado di adottare i nuovi principi contabili internazionali a partire dalla relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2005.
- 4) E' stato conferito incarico alla società di revisione Deloitte & Touche S.p.A. per la verifica dei dati risultanti dal processo di transizione.

#### **Prossimi eventi societari**

Si ricordano di seguito gli eventi societari previsti per i prossimi mesi del 2005:

<b>Consigli di Amministrazione</b>	<b>Oggetto</b>
Venerdì 13 maggio 2005	Risultati I trimestre 2005
Mercoledì 28 settembre 2005	Risultati I semestre 2005
Venerdì 11 novembre 2005	Risultati III trimestre 2005

# GRUPPO CSP

Allegato n. 1

**Conto Economico Riclassificato**  
(importi in migliaia di Euro)

	31 dicembre 2004 CONSOLIDATO	31 dicembre 2003 CONSOLIDATO
Ricavi netti	126.338	141.840
Royalties attive	451	543
<b>RICAVI NETTI</b>	<b>126.789</b>	<b>142.383</b>
<b>COSTO DEL VENDUTO</b>		
Acquisti	40.519	41.511
Costo del lavoro	16.283	18.154
Prestazioni di servizi	12.447	13.195
Ammortamenti	6.011	6.621
Altri costi	6.647	6.681
(Aumento) Diminuzione delle rimanenze	4.369	10.201
	<b>86.276</b>	<b>96.363</b>
<b>MARGINE LORDO</b>	<b>40.513</b>	<b>46.020</b>
<b>COSTI DI VENDITA, GENERALI ED AMMINISTRATIVI</b>		
Costo del lavoro	14.191	13.854
Spese pubblicitarie	15.523	16.401
Provvigioni	3.052	3.475
Ammortamenti	4.906	4.269
Altre spese	12.038	12.473
	<b>49.710</b>	<b>50.472</b>
<b>RISULTATO OPERATIVO</b>	<b>(9.197)</b>	<b>(4.452)</b>
Oneri (proventi) finanziari, netti	2.583	3.257
Altri (proventi) e oneri	(276)	(128)
	<b>2.307</b>	<b>3.129</b>
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE E DI POSTE STRAORDINARIE</b>	<b>(11.504)</b>	<b>(7.581)</b>
<b>ONERI E (PROVENTI) STRAORDINARI</b>	<b>(2.594)</b>	<b>1.191</b>
<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>(8.910)</b>	<b>(8.772)</b>
Imposte sul reddito	276	(1.523)
<b>UTILE (PERDITA) NETTO DELL'ESERCIZIO</b>	<b>(8.634)</b>	<b>(10.295)</b>
<b>RISULTATO DI PERTINENZA DI TERZI</b>	<b>(10)</b>	<b>365</b>
<b>UTILE (PERDITA) NETTO DI GRUPPO</b>	<b>(8.644)</b>	<b>(9.930)</b>
<b>EBITDA (Risultato operativo+ammortamenti)</b>	<b>1.720</b>	<b>6.438</b>

# GRUPPO CSP

## Stato Patrimoniale Riclassificato - Attività

(importi in migliaia di Euro)

	31 dicembre 2004 CONSOLIDATO	31 dicembre 2003 CONSOLIDATO
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>		
Cassa e banche	3.752	1.065
Crediti verso clienti	51.923	55.131
Crediti verso società collegate	0	100
Altri crediti	4.828	2.899
Rimanenze di magazzino	43.103	47.141
Ratei e risconti attivi	1.175	1.297
Azioni proprie	0	3.316
<b>TOTALE ATTIVITA' CORRENTI</b>	<b>104.781</b>	<b>110.949</b>
<b>IMMOBILIZZAZIONI</b>		
Attività finanziarie:		
Crediti finanziari	168	241
Partecipazioni	135	11
Totale attività finanziarie	<b>303</b>	<b>252</b>
Immobilizzazioni materiali	32.418	38.792
Immobilizzazioni immateriali	12.243	14.988
<b>TOTALE IMMOBILIZZAZIONI</b>	<b>44.964</b>	<b>54.032</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>149.745</b>	<b>164.981</b>

## Allegato n. 2

## Stato Patrimoniale Riclassificato - Passività e Patrimonio Netto

(importi in migliaia di Euro)

	31 dicembre 2004 CONSOLIDATO	31 dicembre 2003 CONSOLIDATO
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>		
Debiti verso banche a breve	28.772	42.787
Quota a breve dei debiti a medio-lungo termine	6.515	11.604
Debiti commerciali verso terzi	31.039	30.328
Debiti commerciali verso soc. collegate	0	0
Debiti tributari	845	2.071
Altri debiti	5.127	5.086
Ratei e risconti passivi	336	324
<b>TOTALE PASSIVITA' CORRENTI</b>	<b>72.634</b>	<b>92.200</b>
<b>PASSIVITA' A MEDIO-LUNGO TERMINE</b>		
Finanziamenti a medio lungo-termine, al netto delle quote correnti	23.578	16.278
Prestito obbligazionario	5.000	0
Trattamento di fine rapporto	7.449	7.239
Altri fondi	5.381	5.224
<b>TOTALE PASSIVITA' A MEDIO LUNGO TERMINE</b>	<b>41.408</b>	<b>28.741</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>114.042</b>	<b>120.941</b>
<b>CAPITALE E RISERVE DI TERZI</b>	<b>1.090</b>	<b>935</b>
<b>PATRIMONIO NETTO</b>		
Capitale sociale	12.740	12.740
Riserva legale	1.359	1.359
Fondo sovrapprezzo azioni	18.076	18.076
Altre riserve	11.082	20.860
Utile (Perdita) netto dell'esercizio	(8.644)	(9.930)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>34.613</b>	<b>43.105</b>
<b>TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO</b>	<b>149.745</b>	<b>164.981</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, è a capo di un Gruppo leader nel settore calze, collant e abbigliamento intimo (underwear), che si posiziona al terzo posto in Europa e all'ottavo nel mondo, per fatturato, nel proprio mercato di riferimento. Il Gruppo, che realizza un fatturato di circa 150 milioni di Euro, comprensivo delle licenze in atto, conta oltre 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;
  - ammissione al segmento STAR della Borsa Italiana;
- 2002** - approvazione del progetto di 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 ed esterna e i costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva interna per la produzione collant e delocalizzazione per la corsetteria.

*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

#### **Mirella Villa Comunicazione S.r.l.**

Francesca Baldini, Serena Battiloro  
Tel. 02 4980162  
Cell. 335 7357147 – 335 7541847  
francesca.baldini@villacomunicazione.it  
serena.battiloro@villacomunicazione.it