



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 2 marzo 2006

**CSP INTERNATIONAL:
ACCORDO CON GLI ISTITUTI BANCARI
PER LA STABILIZZAZIONE E IL RAFFORZAMENTO DELLA STRUTTURA
FINANZIARIA DEL GRUPPO**

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, abbigliamento intimo e costumi da bagno, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, comunica, su richiesta di Consob, che, il 2 marzo 2006, è stato firmato con gli istituti di credito l'accordo finalizzato alla stabilizzazione della struttura finanziaria del Gruppo per il biennio 2006/2007, di cui al comunicato stampa diramato in data 8 febbraio 2006.

1. La situazione finanziaria

La Società nel corso degli ultimi anni ha significativamente ridotto il proprio indebitamento finanziario, come illustrato dai dati seguenti:

Data	Milioni di Euro
31 dicembre 2002	83,7
31 dicembre 2003	69,6
31 dicembre 2004	59,1
31 dicembre 2005	37,3 (stima)

Nonostante le esigenze finanziarie della Società siano attualmente in riduzione, vi sono fabbisogni finanziari futuri, emergenti dal Piano Industriale predisposto per i prossimi anni.

La Società ha pertanto ritenuto opportuno formulare una proposta di Accordo agli Istituti di Credito per la stabilizzazione dei finanziamenti per il biennio 2006-2007, anche in vista della realizzazione di possibili operazioni strategiche di aggregazione e/o joint-venture.

2. La manovra finanziaria e l'Accordo con gli Istituti Bancari

Hanno aderito all'accordo di stabilizzazione del debito: Banca Agricola Mantovana, Monte Paschi di Siena, Monte Paschi Banque, Banca Popolare dell'Emilia, Banca Intesa, Banca Intesa France, Intesa Mediocredito, Unicredit e Unicredit Banca Mobiliare.

L'elenco dei nove Istituti comprende anche due presenze francesi, poiché l'accordo coinvolge non solo la Capogruppo, ma anche la controllata francese Le Bourget.

Nella definizione dell'accordo, CSP International ha avuto come Advisor la società Bain & Co. e lo Studio Legale Bonelli, Erede e Pappalardo.

3. Il Piano Industriale

Il Piano Industriale, che è alla base del Piano Finanziario e dell'accordo sottoscritto con gli Istituti Bancari, prevede i seguenti aspetti salienti.

Gli obiettivi prioritari del Piano sono

- il miglioramento della redditività (Ebitda) della gestione caratteristica, da perseguirsi prevalentemente attraverso interventi di razionalizzazione dei costi;
- il miglioramento del risultato netto, anche attraverso le plusvalenze derivanti dalla cessione dei cespiti non strategici.

Gli obiettivi saranno perseguiti attraverso le seguenti azioni principali:

- a) consolidamento dei marchi Orobù e Lepel in Italia e all'estero; riposizionamento del marchio Sanpellegrino, nei canali Ingrosso e GDO; investimento su Le Bourget che, nell'ultimo anno, ha migliorato le sue quote di mercato in Francia, a scapito dei concorrenti;
- b) nuove fonti di business, costituite dalla distribuzione di prodotti per conto terzi: il modello di riferimento è l'accordo per la distribuzione di collezioni Puma, operativo dal gennaio 2006, che sarà seguito da analoghe attività nel corso dell'anno
- c) razionalizzazione produttiva con riduzione degli organici, per 215 unità, realizzata nel corso del 2005 e con pieno effetto nel 2006; delocalizzazione in outsourcing per le altre merceologie diverse dai collant, per ottenere il miglior rapporto qualità/costo;
- d) miglioramento dei margini, attraverso il contenimento del costo di produzione, l'innovazione di prodotto, il miglioramento dell'efficienza, con un' incisiva riduzione dei costi operativi, generali e gestionali;
- e) vendita di cespiti non strategici.

4. La ricerca di soluzioni strategiche

La Società ritiene che l'Accordo con gli Istituti di Credito rappresenti un importante elemento di stabilizzazione della struttura finanziaria e rafforzi i presupposti per la finalizzazione di un'operazione di aggregazione o joint-venture, che assicuri all'Azienda una rinnovata forza competitiva.

La ricerca di questa soluzione strategica è svolta in collaborazione con Rabobank.

5. Prossimi eventi societari

Segnaliamo che il Progetto di Bilancio dell'esercizio chiuso al 31/12/2005 sarà presentato nel corso del C.d.A. del 27 marzo e sottoposto all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2006.

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 superiore a 100 milioni di Euro, oltre al fatturato derivante dalle licenze in atto, conta 1.000 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 con la vendita di collezioni 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