



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 13 settembre 2006

**CSP INTERNATIONAL: IL CDA APPROVA
LA RELAZIONE SEMESTRALE AL 30.06.2006**

*Dimezzate le perdite rispetto al primo semestre 2005,
grazie al miglioramento dei margini e alla riduzione dei costi.*

In via di completamento l'aumento di capitale.

Avviate le nuove attività distributive per Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty.

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International Industria Calze S.p.A. ("CSP"), società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, abbigliamento intimo e costumi da bagno, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, e distributrice di importanti marchi internazionali, ha approvato in data odierna la Relazione Semestrale al 30.06.2006.

Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del primo semestre 2006, confrontati con il pari periodo dell'anno precedente:

- il fatturato consolidato è stato pari a 41,1 milioni di Euro. Si confronta con 49,8 milioni di Euro. Il decremento è stato del 17,4%;
- il margine industriale è pari a 14,8 milioni di Euro. Si confronta con 15,0 milioni di Euro;
- il margine industriale registra un'incidenza del 36,0%. Si confronta con il 30,1%. Il miglioramento di quasi sei punti percentuali è in linea con il trend già emerso nel secondo semestre 2005 e confermato nel primo trimestre 2006;
- l'Ebitda è pari a 0,8 milioni di Euro. Si confronta con un Ebitda negativo per 1,8 milioni di Euro. L'incidenza passa dal -3,6% al +2,0%;
- L'Ebit è risultato pari a -2,0 milioni di Euro. Si confronta con un Ebit negativo per 5,2 milioni di Euro. L'incidenza passa dal -10,3% al -4,9%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari a una perdita di 3,2 milioni di Euro. Si confronta con una perdita di 6,9 milioni di Euro. L'incidenza passa dal -13,8% al -7,8%.

Parametri

| Dati in milioni di Euro | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | I sem. 2005 | I sem. 2006 | Diff. I sem. 2005/2006 |
|---------------------------------|------|------|------|------|----------------|----------------|------------------------------|
| Magazzino | 58,0 | 47,1 | 40,6 | 26,8 | 39,9 | 30,6 | - 9,3 |
| Circolante | 84,4 | 68,8 | 58,4 | 40,4 | 39,1 | 30,0 | - 9,1 |
| Indebitamento finanziario netto | 83,7 | 69,6 | 59,1 | 37,4 | 43,8 | 28,6 | - 15,2 |
| Costo del lavoro | 33,8 | 32,0 | 29,0 | 26,8 | 14,5 | 12,5 | - 2,0 |

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

Continua il miglioramento dei principali parametri gestionali, con

- un positivo alleggerimento del Magazzino e del Circolante;
- una progressiva riduzione dell'indebitamento;
- un costante contenimento del costo del lavoro.

Margini

Segnaliamo il trend di miglioramento che caratterizza il margine industriale (differenza tra fatturato netto e costo di produzione) espresso in percentuale sul fatturato.

- Secondo semestre 2004: 27,1%
- Secondo semestre 2005: 31,7% (miglioramento di 4,6 punti percentuali)
- Primo semestre 2005: 30,1%
- Primo semestre 2006: 36,0 (miglioramento di 5,9 punti percentuali)

Il miglioramento dei margini, iniziato nel secondo semestre 2005, è la conseguenza di interventi strutturali, sugli assetti produttivi e sugli organici, e dei cambiamenti nel mix di vendita, attualmente più orientato verso i marchi a maggior marginalità.

Organici

Complessivamente, gli interventi sugli organici sono stati i seguenti:

| | |
|-----------------|--|
| Riduzioni 2002: | 72 unità. |
| Riduzioni 2003: | 80 unità |
| Riduzioni 2004: | 102 unità |
| Riduzioni 2005: | 164 unità, di cui 60 in CIGS, 71 in mobilità e 33 usciti dall'organico |
| Riduzioni 2006: | 81 unità |

Gli 81 esuberanti indicati per il 2006, in parte già in Cassa Integrazione Ordinaria da novembre 2005, sono entrati in Cassa Integrazione Straordinaria da marzo 2006 e entreranno in Mobilità da marzo 2007; nel frattempo 46 degli 81 esuberanti sono già usciti dall'organico, nel corso della prima parte dell'anno.

Nuovi prodotti

Nel corso del primo semestre 2006 sono stati presentati numerosi nuovi prodotti:

- Sanpellegrino Sollievo: una gamma di collant funzionali ed esteticamente eleganti, offerti a un prezzo molto competitivo, nell'ambito del riposizionamento del marchio, per recuperare distribuzione e quota all'Ingresso e in GDO;
- Orobù Kids: una collezione di calze e collant, destinata alle piccole consumatrici dai 2 ai 12 anni; la nuova collezione si rivolge a un segmento di mercato finora non presidiato, che vale circa l'8% del mercato totale;
- Orobù Intense Thermal Action, un collant realizzato in microfibra cava, per ottenere un effetto isolante;
- Orobù Man Safeskin Protection: una collezione di intimo seamless in cotone, per uomo, con effetto antibatterico e antiodore;
- Orobù Sublime, un reggiseno imbottito di gel, per un effetto push-up;
- Le Bourget "Les dessous chic", una collezione di collant coordinati con l'omonima collezione di lingerie.

Osserviamo che la maggior parte delle novità indicate sono state presentate al mercato nel primo semestre, ma entreranno nel fatturato nella seconda parte dell'anno.

Organizzazione

A sostegno del marchio Sanpellegrino, l'organizzazione commerciale per il canale Grande Distribuzione è stata completamente rinnovata all'interno, dal Direttore Vendite ai National Account Managers; è stata modificata anche all'esterno, con l'inserimento di nuovi Agenti/Distributori/Merchandisers nell'area più importante, costituita dalla Lombardia.

Nel corso del semestre sono state costituite due nuove Forze Vendita:

- un'organizzazione di vendita dedicata ai punti vendita sportivi, per completare anche in questo canale commerciale la distribuzione delle collezioni Puma;
- un'organizzazione di vendita dedicata ai punti vendita di abbigliamento, per curare la distribuzione delle collezioni della licenza Miss Sixty.

Entrambe le Forze Vendita sono costituite da Agenti remunerati con provvigioni sul fatturato incassato.

Publicità

Nel mese di aprile 2006, la collezione di lingerie Le Bourget "Les Dessous Chic" è stata sostenuta da un'affissione nel mercato francese.

Un'ulteriore affissione è prevista per la collezione di intimo moda Lepel, nel mese di settembre, con Megan Gale come testimonial.

Una campagna stampa è programmata nell'ultimo trimestre dell'anno, per presentare la nuova gamma di collant Sollievo, a marchio Sanpellegrino.

Attività distributive

CSP International ha deciso di affiancare all'attività svolta sui marchi del Gruppo (Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget) anche l'attività distributiva per marchi di terzi, sia sotto la forma di mandati di vendita, che sotto la forma di accordi di licenza.

Questa attività distributiva ha un duplice obiettivo:

- sostenere il fatturato, con nuove fonti di business, oltre a quelle costituite dai marchi propri;
- sviluppare margini di contribuzione, che contribuiscano al miglioramento della redditività del gruppo.

CSP International ha ottenuto i seguenti mandati:

- per il Sixty Group cura la progettazione, produzione e distribuzione di abbigliamento intimo, per il target femminile, con il marchio Miss Sixty, sulla base di un contratto pluriennale di licenza internazionale. Le collezioni Miss Sixty comprendono calze, collant, lingerie, corsetteria, maglieria intima e costumi da bagno.
- per Puma cura la distribuzione delle collezioni di calze sportive, sulla base di un accordo pluriennale per il mercato italiano;
- per Sergio Tacchini cura la distribuzione delle collezioni di coordinati mare, costituiti da costumi da bagno, T-shirt, polo e accessori, con un accordo pluriennale per tutta l'Europa;

Aumento di capitale

L'aumento di capitale, attualmente in fase di perfezionamento, ha presentato le seguenti modalità:

- un controvalore complessivo dell'emissione (per valore nominale e sovrapprezzo) di 15 milioni di Euro;
- motivato dall'opportunità di integrare le risorse finanziarie necessarie per lo sviluppo e, in particolare, per la gestione delle nuove attività distributive avviate dalla società;
- un prezzo costituito da un valore nominale di 0,52 Euro, integrato da un sovrapprezzo di 0,44 Euro, per un prezzo complessivo di 0,96 Euro per azione;
- un rapporto di opzione nella misura di 16 azioni di nuova emissione per ogni 25 azioni possedute.

I risultati

L'aumento di capitale è stato sottoscritto per oltre il 50%, da parte degli azionisti che detengono la quota di maggioranza della Società.

Rispetto a un controvalore complessivo di 15 milioni di Euro, è stato quindi sottoscritto capitale per 7,6 milioni di Euro, a un prezzo di 0,96 Euro per azione. Il mercato ha, inoltre, sottoscritto azioni per 0,8 milioni di Euro.

Vendita dell'inoptato

Resta disponibile un controvalore pari a circa 6,5 milioni di Euro.

La vendita dell'inoptato è in corso dall'11 al 15 settembre 2006.

Prospettive

Il Piano Industriale aziendale prevede come obiettivo prioritario il miglioramento della redditività della gestione.

L'obiettivo sarà perseguito spostando le priorità dalla Produzione alla Distribuzione, attraverso le seguenti azioni principali:

- a) razionalizzazione produttiva con riduzione degli organici, per 245 unità, realizzata nel corso del 2005 e con pieno effetto nel 2006; delocalizzazione in outsourcing per le merceologie diverse dai collant, per ottenere il miglior rapporto qualità/costo;
- b) miglioramento dei margini, attraverso il contenimento del costo di produzione, l'innovazione di prodotto, il miglioramento dell'efficienza;
- c) consolidamento dei marchi Oroblù e Lepel in Italia e all'estero; riposizionamento del marchio Sanpellegrino, nei canali Ingrosso e GDO; investimento su Le Bourget e la sua diversificazione nella lingerie;

- d) distribuzione di marchi di terzi: sono operativi gli accordi per la distribuzione di Puma e Sergio Tacchini, e la licenza di intimo a marchio Miss Sixty;
- e) vendita di cespiti non strategici; dopo aver venduto il sito di Rivarolo del Re (CR) nel 2005, quest'anno sarà venduto il sito di Carpi (MO); la vendita, il cui rogito è previsto entro il 30 novembre, presenta un ricavo di 2,4 milioni di Euro.

Prossimi eventi societari

| Consiglio di Amministrazione | Contenuto |
|-------------------------------------|------------------------------|
| Martedì 14 novembre – Ore 9,00 | Risultati III trimestre 2006 |

GRUPPO CSP

Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i> | <i>note</i> | 30 giugno 2006 | 31 dicembre 2005 | 30 giugno 2005 |
|---|-------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| ATTIVITA' NON CORRENTI | | | | |
| Attività immateriali: | | | | |
| - Avviamento | 5 | 11.416 | 11.416 | 11.416 |
| - Altre attività immateriali | 6 | 1.065 | 1.556 | 2.013 |
| Attività materiali: | | | | |
| - Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà | 7 | 19.610 | 22.431 | 25.692 |
| - Investimenti immobiliari di proprietà | 8 | 70 | 70 | 70 |
| Altre attività non correnti: | | | | |
| Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto | 9 | 1.241 | 1.227 | 1.176 |
| Altre partecipazioni | | 11 | 11 | 11 |
| Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti | 10 | 150 | 157 | 121 |
| Attività per imposte anticipate | 11 | 3.157 | 3.166 | 1.894 |
| Totale attività non correnti | | 36.720 | 40.034 | 42.393 |
| ATTIVITA' CORRENTI | | | | |
| Rimanenze di magazzino | 12 | 30.571 | 26.765 | 39.889 |
| Crediti commerciali | 13 | 28.174 | 46.007 | 38.741 |
| Crediti finanziari, crediti vari e altre attività | 14 | 1.498 | 1.214 | 2.099 |
| Attività destinate alla vendita | 15 | 968 | 0 | 3.432 |
| Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti | 16 | 1.631 | 1.057 | 3.953 |
| Totale attività correnti | | 62.842 | 75.043 | 88.114 |
| TOTALE ATTIVITA' | | 99.562 | 115.077 | 130.507 |

Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i> | <i>note</i> | 30 giugno 2006 | 31 dicembre 2005 | 30 giugno 2005 |
|---|-------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| PATRIMONIO NETTO | | | | |
| Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo: | | | | |
| - Capitale sottoscritto e versato | 17 | 12.740 | 12.740 | 12.740 |
| - Altre riserve | 18 | 14.996 | 13.341 | 13.309 |
| - Riserve di rivalutazione | | 757 | 9.605 | 9.605 |
| - Risultato del periodo | | (3.197) | (7.198) | (6.847) |
| meno: Azioni proprie | | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE PATRIMONIO NETTO | | 25.296 | 28.488 | 28.807 |
| PASSIVITA' NON CORRENTI | | | | |
| Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi: | | | | |
| - Prestito Obbligazionario | 19 | 5.000 | 5.000 | 5.000 |
| - Debiti verso banche | 19 | 16.876 | 13.490 | 20.394 |
| TFR e altri fondi relativi al personale | 20 | 6.979 | 7.375 | 7.032 |
| Fondi per rischi e oneri | 21 | 2.633 | 2.711 | 1.588 |
| Fondo imposte differite | 22 | 4.137 | 4.407 | 3.634 |
| Debiti vari e altre passività non correnti | | 18 | 25 | 19 |
| Totale passività non correnti | | 35.643 | 33.008 | 37.667 |
| PASSIVITA' CORRENTI | | | | |
| Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi: | | | | |
| - Debiti verso banche | 23 | 8.359 | 19.974 | 22.352 |
| Debiti commerciali | 24 | 24.147 | 27.407 | 34.095 |
| Debiti vari e altre passività | 25 | 6.117 | 6.200 | 7.586 |
| Totale passività correnti | | 38.623 | 53.581 | 64.033 |
| TOTALE PASSIVITA' | | 74.266 | 86.589 | 101.700 |
| TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA' | | 99.562 | 115.077 | 130.507 |

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i> | <i>note</i> | Periodo al 30 giugno 2006 | | Periodo al 30 giugno 2005 | | Esercizio al 31 dicembre 2005 | |
|--|-------------|--------------------------------------|--------------|--------------------------------------|---------------|--|--------------|
| Ricavi | 27 | 41.107 | 100,0% | 49.781 | 100,0% | 105.019 | 100,0% |
| Costo del venduto | 28 | (26.319) | -64,0% | (34.779) | -69,9% | (72.579) | -69,1% |
| Margine Industriale | | 14.788 | 36,0% | 15.002 | 30,1% | 32.440 | 30,9% |
| Spese dirette di vendita | 29 | (3.982) | -9,7% | (5.097) | -10,2% | (10.169) | -9,7% |
| Margine commerciale lordo | | 10.806 | 26,3% | 9.905 | 19,9% | 22.271 | 21,2% |
| Altri ricavi (spese) operativi | 30 | 23 | 0,1% | 1.152 | 2,3% | 3.972 | 3,8% |
| Spese commerciali e amministrative | 31 | (12.843) | -31,2% | (16.163) | -32,5% | (29.929) | -28,5% |
| Costi di ristrutturazione | | 0 | 0,0% | (45) | -0,1% | (498) | -0,5% |
| Risultato operativo (EBIT) | | (2.014) | -4,9% | (5.152) | -10,3% | (4.184) | -4,0% |
| Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti | | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto | | 9 | 0,0% | 3 | 0,0% | 20 | 0,0% |
| Altri proventi (oneri) finanziari | 32 | (995) | -2,4% | (839) | -1,7% | (2.247) | -2,1% |
| Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio | | (3.000) | -7,3% | (5.988) | -12,0% | (6.411) | -6,1% |
| Imposte sul reddito | 33 | (197) | -0,5% | (859) | -1,7% | (787) | -0,7% |
| Utile (perdita) netto del Gruppo | | (3.197) | -7,8% | (6.847) | -13,8% | (7.198) | -6,9% |

| | | | | |
|------------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|
| Risultato per azione - base | Euro | (0,130) | (0,279) | (0,294) |
|------------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|

| | | | | |
|---------------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|
| Risultato per azione - diluito | Euro | (0,130) | (0,279) | (0,294) |
|---------------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|

| | | | | | | |
|---------------|------------|-------------|----------------|--------------|--------------|-------------|
| EBITDA | 821 | 2,0% | (1.800) | -3,6% | 2.325 | 2,2% |
|---------------|------------|-------------|----------------|--------------|--------------|-------------|

CSP International: Innovation in Hosiery and Underwear

CSP International è stata fondata nel 1973 a Ceresara, (MN) nel distretto della calzetteria, dove si realizzano i 2/3 della produzione europea di calze. CSP è alla guida di un gruppo industriale leader nella produzione e distribuzione di calze, collant, intimo (underwear) e beachwear, raggiungendo posizioni di rilievo nei rispettivi mercati di riferimento.

Il Gruppo, che ha realizzato un fatturato consolidato superiore a 100 milioni di Euro nel 2005 attraverso i suoi brand Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, conta circa 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 grazie al suo network distributivo altamente specializzato.

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 dei collant cosmetici, 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 di marchi di terzi con le collezioni Puma e Sergio Tacchini.

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 nello sportswear..

Per ulteriori informazioni:

CSP International S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it