



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 14 maggio 2008

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP
IL CDA APPROVA LA RELAZIONE TRIMESTRALE AL 31.03.2008:**

- ***Cresce il fatturato: +1,9% nel 1 trim. 2008, dopo il +24,2% del 1 trim. 2007;***
 - ***il margine industriale sale dal 43,6% al 45,9%***
 - ***e il margine commerciale dal 34,3% al 35,4%***
 - ***l'Ebitda è al 10,7% e l'Ebit al 7,6% del fatturato;***
- ***l'utile netto si riduce a 2,5 milioni € nel 2008, contro i 3,2 milioni € del 2007, a causa dell'anticipo degli investimenti pubblicitari per 1,1 milioni di Euro.***
 - ***Venduta la partecipazione polacca non più strategica.***

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International Fashion Group S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, intimo, costumi da bagno, maglieria e articoli moda, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, e distributrice dei marchi Puma, Sergio Tacchini, Miss Sixty ed Energie, ha approvato in data odierna la Relazione Trimestrale al 31.03.2008.

1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del primo trimestre 2008, confrontati con il pari periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto e in variazione percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 32,9 milioni di Euro. Si confronta con 32,3 milioni di Euro. L'incremento è pari all'1,9% (dopo l'incremento del 24,2% del primo trimestre 2007 sul 2006);
- il margine industriale è pari a 15,1 milioni di Euro. Si confronta con 14,1 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato sale dal 43,6% al 45,9%;
- l'Ebitda (risultato prima di oneri finanziari, imposte e ammortamenti) è pari a 3,5 milioni di Euro. Si confronta con 4,7 milioni di Euro. L'incidenza percentuale passa dal 14,7% al 10,7% del fatturato;
- l'Ebit (risultato operativo prima di oneri finanziari e imposte) è risultato pari a 3 milioni di Euro. Si confronta con 3,8 milioni di Euro del 2007. L'incidenza sul fatturato passa dall'11,7% al 9,0%;
- il risultato pre-tasse è pari a 2,5 milioni di Euro. Si confronta con 3,3 milioni di Euro nel 2007. L'incidenza sul fatturato è il 7,6%, contro il 10,2%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari a 2,5 milioni di Euro. Si confronta con 3,2 milioni di Euro. L'incidenza percentuale passa dal 9,8% al 7,5% del fatturato;
- l'indebitamento verso il sistema bancario è pari a 13,6 milioni di Euro e si confronta con 14,4 milioni dell'anno precedente;
- il patrimonio netto è salito da 42,7 a 50,2 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati

Fatturato

I risultati di fatturato del primo trimestre 2008 hanno confronti impervi:

- l'anno 2007 era cresciuto del 17,3%;

- il primo trimestre 2007 era cresciuto del 24,2%;
- il mercato italiano calze/collant è in decremento del 14% nei primi mesi del 2008;
- lo scenario economico internazionale è in generale rallentamento.

Nonostante queste premesse, il fatturato ha tenuto e ha segnato un ulteriore miglioramento.

Utile netto

Il contenimento dell'utile netto nel primo trimestre 2008 rispetto al primo trimestre 2007 è dovuto a tre principali fattori:

- a) l'anticipo degli investimenti pubblicitari, partiti nel marzo 2008, mentre l'anno precedente erano iniziati in aprile (la differenza vale 1,1 milioni di Euro);
- b) le maggiori spese promozionali sostenute nei confronti del canale Grande Distribuzione (la differenza è pari a 0,2 milioni di Euro);
- c) l'incidenza delle royalties per le licenze.

L'impatto di queste voci sui periodi successivi al primo trimestre sarà il seguente:

- gli investimenti pubblicitari sono destinati a stabilizzarsi su valori percentuali equivalenti a quelli dell'anno precedente;
- gli oneri promozionali nei confronti del canale GDO saranno, su base annua, pari a quelli sostenuti l'anno precedente;
- per quanto riguarda le royalties, precisiamo che il primo trimestre ha sostenuto circa il 40% del minimo garantito annuo.

In sintesi, il trimestre presenta un utile netto inferiore di 0,8 milioni di Euro, con investimenti pubblicitari superiori per 1,1 milioni di Euro.

3. Margini

Continua il trend di miglioramento del margine industriale, iniziato nel secondo semestre 2004:

Secondo semestre 2004:	27,1%
Anno 2005:	30,9%
Anno 2006:	40,3%
Anno 2007:	43,2%
I trimestre 2007:	43,6%
I trimestre 2008:	45,9%

4. Organizzazione produttiva

- Collant: la capacità produttiva è attualmente concentrata nello stabilimento di Ceresara.
- Corsetteria: la produzione di corsetteria è realizzata in outsourcing, mantenendo all'interno il know-how progettuale per stile, taglio, modellistica e campionatura.

Il costo complessivo del lavoro dipendente, comprendente le componenti industriali, commerciali e amministrative, si è leggermente ridotto nel primo trimestre 2008.

5. Innovazione e comunicazione

All'inizio del 2008 sono state avviate importanti attività pubblicitarie a favore dei seguenti marchi e prodotti:

- il collant Sanpellegrino "In&Out": la promessa "pancia in dentro e sedere in fuori" è stata veicolata da una campagna televisiva in Russia in marzo/aprile;
- il collant Oroblù "ABC Advanced Body Control": il contenimento di lato A, lato B e Cosce è illustrato da una campagna stampa in corso nella primavera 2008;
- il reggiseno Lepel "Belseno": il nuovo modello in cotone è stato presentato da una campagna TV in marzo/aprile 2008, con Megan Gale come testimonial.

6. Liberti

CSP International Fashion Group S.p.A. ha presentato un'offerta di acquisto del marchio Liberti.

6.1. Il marchio Liberti

Liberti contraddistingue da oltre 30 anni collezioni di corsetteria, lingerie, costumi da bagno e maglieria di target elevato, distribuite nei punti vendita specialisti di intimo.

Liberti ha realizzato negli ultimi anni oltre 10 milioni di Euro di fatturato annuo, con 1.500 clienti attivi in Italia e Distributori in una decina di paesi esteri.

6.2. Le sinergie con CSP International Fashion Group

Liberti, in combinazione con il marchio Lepel, potrebbe rafforzare la posizione di CSP International nel mercato della corsetteria, con ruoli complementari sia a livello distributivo che per target di riferimento, secondo lo schema seguente:

MARCHI	CANALI DISTRIBUTIVI	TARGET DI CONSUMO
Lepel	Ingrosso Grande Distribuzione	Medio
Liberti	Dettaglio Specializzato	Elevato

6.3. Le modalità dell'offerta

CSP International Fashion Group ha presentato al Tribunale di Treviso, ove è stato omologato il concordato preventivo per la società Liberti SpA, un'offerta irrevocabile d'acquisto del marchio Liberti, per un importo pari a 1,9 milioni di Euro.

L'offerta è valida fino al 30 luglio 2008 e riguarda il solo marchio e nessun'altra attività o passività della società Liberti S.p.A.

L'acquisizione del marchio avrebbe effetti sul fatturato CSP International Fashion Group a partire dalla fine del 2008, inserendosi nella strategia tesa a valorizzare

- la diversificazione merceologica;
- le attività distributive;
- le marche ad elevata marginalità.

7. Eventi successivi alla chiusura del trimestre

7.1. Sanpellegrino Polska

Come già anticipato nella Relazione Trimestrale al 30/09/2007 e nella Relazione del Bilancio al 31/12/2007, CSP International Fashion Group ha ceduto la partecipazione nella società Sanpellegrino Polska. Il Gruppo deteneva una quota del 50%, classificata nel bilancio al 31 dicembre 2007 tra le attività correnti destinate alla vendita. La quota è stata ceduta al socio polacco, che deteneva il restante 50%, in data 9 maggio 2008 per un prezzo di 1,2 milioni di Euro, che risulta sostanzialmente allineato al valore di iscrizione della partecipazione. La cessione, da un punto di vista contabile, comporta la rilevazione di un provento di circa 0,3 milioni di Euro derivante dall'accredito a conto economico della riserva cambio di conversione, sorta in esercizi precedenti, per effetto della valutazione in base al metodo del patrimonio netto, utilizzato a partire dalla data di transizione ai principi contabili internazionali IAS/IFRS (1 gennaio 2004).

Dato il valore contenuto dell'operazione e l'attività svolta dalla partecipazione ceduta, la transazione non condiziona l'attività societaria, né la cessione della partecipazione avrà influenza sulle aspettative reddituali e finanziarie del Gruppo.

La transazione ha effetti positivi anche da un punto di vista operativo, in quanto è coerente con la strategia aziendale, tesa a liberarsi di vincoli produttivi, per avere il massimo di flessibilità nel perseguire il miglior rapporto qualità/prezzo, nella produzione all'interno del Gruppo e/o in outsourcing.

7.2. Andamento del fatturato

Il mese di aprile 2008 ha segnato un incremento di fatturato a doppia cifra, rispetto all'aprile 2007.

8. Priorità operative

Le priorità operative sono le seguenti:

- a) la valorizzazione delle marche proprie ad alta marginalità, attraverso innovazione e comunicazione;
- b) mix con marche di terzi, attraverso accordi distributivi e in licenza;
- c) la diversificazione merceologica;
- d) l'espansione geografica.

9. Valutazione dell'andamento

I principali elementi positivi rilevati nel primo trimestre 2008 sono i seguenti:

- crescita del fatturato;
- crescita del margine industriale e del margine commerciale;
- contenimento del costo del lavoro;
- riduzione dell'indebitamento.

Parallelamente, il principale elemento da tenere in attenta osservazione è l'incremento dei costi per la gestione delle nuove attività distributive e in licenza.

10. Obiettivo 2008

L'Amministratore Delegato, Gianfranco Bossi, indica la seguente prospettiva: "L'obiettivo 2008 è di replicare i brillanti risultati del 2007, consolidando l'incremento di fatturato ottenuto lo scorso anno e puntando a conseguire lo stesso risultato di bilancio.

Seguiremo con attenzione l'evoluzione dello scenario economico italiano e internazionale, per gli effetti che potrà avere sull'attività aziendale nell'anno in corso e per eventuali aggiornamenti degli obiettivi indicati."

11. Redazione bilancio

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi del decreto legislativo del 24 febbraio 1998, n. 58 che l'informativa contabile contenuta nella presente relazione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

GRUPPO CSP

Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2008	31 marzo 2007	31 dicembre 2007
ATTIVITA' NON CORRENTI			
Attività immateriali:			
- Avviamento	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	435	524	465
Attività materiali:			
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	15.109	16.896	15.174
- Investimenti immobiliari di proprietà	0	70	0
Altre attività non correnti:			
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto	0	1.235	0
Altre partecipazioni	11	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	114	147	115
Attività per imposte anticipate	2.855	3.028	2.785
Totale attività non correnti	29.940	33.327	29.966
ATTIVITA' CORRENTI			
Rimanenze di magazzino	31.662	30.661	33.577
Crediti commerciali	41.549	42.500	46.432
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.644	2.190	2.434
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	4.970	10.344	7.699
Totale attività correnti	80.825	85.695	90.142
Attività non correnti destinate alla vendita	1.372	0	1.373
TOTALE ATTIVITA'	112.137	119.022	121.481

Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2008	31 marzo 2007	31 dicembre 2007
PATRIMONIO NETTO			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	25.477	25.397	25.475
- Riserve di rivalutazione	758	758	758
- Riserva utili (perdite) portati a nuovo	4.192	(3.881)	(3.952)
- Risultato del periodo	2.470	3.159	8.145
TOTALE PATRIMONIO NETTO	50.192	42.728	47.721
PASSIVITA' NON CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:			
- Debiti verso banche	7.761	14.582	10.107
TFR e altri fondi relativi al personale	5.108	6.102	5.331
Fondi per rischi e oneri	2.313	2.021	2.311
Fondo imposte differite	3.289	4.126	3.396
Debiti vari e altre passività non correnti	53	24	62
Totale passività non correnti	18.524	26.855	21.207
PASSIVITA' CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:			
- Debiti verso banche	10.844	10.209	17.003
Debiti commerciali	26.057	32.494	28.944
Debiti vari e altre passività	6.213	6.121	6.502
Debiti per imposte correnti	307	615	104
Totale passività correnti	43.421	49.439	52.553
TOTALE PASSIVITA'	61.945	76.294	73.760
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	112.137	119.022	121.481

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre al 31 marzo 2008		Trimestre al 31 marzo 2007		Esercizio al 31 dicembre 2007	
Ricavi	32.914	100,0%	32.315	100,0%	117.832	100,0%
Costo del venduto	(17.796)	-54,1%	(18.227)	-56,4%	(66.924)	-56,8%
Margine Industriale	15.118	45,9%	14.088	43,6%	50.908	43,2%
Spese dirette di vendita	(3.459)	-10,5%	(3.017)	-9,3%	(11.552)	-9,8%
Margine commerciale lordo	11.659	35,4%	11.071	34,3%	39.356	33,4%
Altri ricavi (spese) operativi	115	0,3%	68	0,2%	1.754	1,5%
Spese commerciali e amministrative	(8.793)	-26,7%	(7.382)	-22,8%	(30.878)	-26,2%
Costi di ristrutturazione	(14)	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Risultato operativo (EBIT)	2.967	9,0%	3.757	11,7%	10.232	8,7%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	0	0,0%	(110)	-0,1%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	0	0,0%	19	0,0%	0	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	(471)	-1,4%	(481)	-1,5%	(1.847)	-1,6%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	2.496	7,6%	3.295	10,2%	8.275	7,0%
Imposte sul reddito	(26)	-0,1%	(136)	-0,4%	(130)	-0,2%
Utile (perdita) netto del Gruppo	2.470	7,5%	3.159	9,8%	8.145	6,9%

Risultato per azione - base	Euro	0,074	0,095	0,245
Risultato per azione - diluito	Euro	0,074	0,095	0,245



CSP International Fashion Group

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 International opera nella produzione e distribuzione di calze, collant, corsetteria, underwear, fashion e beachwear.

Il Gruppo ha realizzato nel 2007 un fatturato consolidato di 118 milioni di Euro, conta circa 750 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in 52 paesi del mondo. Oltre metà del fatturato è realizzato all'estero e quasi metà in merceologie diversificate, diverse dai collant.

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.

Il Gruppo distribuisce anche marchi di terzi:

- **Puma:** calze sportive per l'Italia;
- **Sergio Tacchini:** coordinati mare, polo e T-shirt per l'Europa;
- **Miss Sixty:** licenza di calze, intimo, mare a livello internazionale (target femminile);
- **Energie:** licenza di intimo e mare a livello internazionale (target maschile).

Di seguito, le tappe più significative nella vita recente 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 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, leader 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** - diversificazione nel mercato dei costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva interna per l'ottimizzazione del rapporto qualità/costi;
- 2006** - aumento di capitale e distribuzione di marchi di terzi con le collezioni Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty;
- 2007** - licenza Energie e nuova denominazione sociale CSP International Fashion Group;
- 2008** - offerta di acquisto del marchio Liberti.

CSP International Fashion Group ha la missione di innovare e produrre calze, collant, intimo, maglieria, articoli moda e costumi da bagno, distribuendo le collezioni sia con marchi propri che con marchi di terzi.

Per ulteriori informazioni:

CSP International S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it

Il Comunicato è presente sul sito Internet www.cspinternational.it