



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 14 novembre 2011

## **CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP IL CDA APPROVA IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2011**

- ***Il fatturato consolidato dei primi nove mesi cresce a 103,14 mln di Euro grazie al contributo di WELL;***
- ***Stabile l'incidenza del margine lordo sul fatturato al 44,6%;***
- ***Il Gruppo registra un utile netto di 2,2 mln di Euro sui primi nove mesi del 2011, in linea con quello del 2010.***

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 *bodywear*, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel, Le Bourget, Liberti e Well, distributrice sul mercato italiano delle calze sportive a marchio Puma e licenziataria del marchio CAGI, ha approvato in data odierna Resoconto intermedio sulla gestione del Gruppo al 30 settembre 2011

### Premessa

I presenti risultati sono sensibilmente influenzati dall'inserimento nel perimetro di consolidamento del Gruppo Well, la cui acquisizione è stata perfezionata alla fine del mese di ottobre 2010. Nei paragrafi che seguono, al fine di rendere più omogeneo il confronto con il 2010, analizzeremo anche l'andamento dei principali indicatori dei primi nove mesi del 2011 ottenuti a parità di perimetro di consolidamento, ovvero senza il contributo di Well.

### **1. Sintesi dei risultati**

Riportiamo i dati di sintesi al 30 settembre 2011, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto ed in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato dei primi nove mesi è stato pari a 103,1 milioni di Euro (69,8 milioni a parità di perimetro di consolidamento). Si confronta con 68,9 milioni di Euro del 2010; l'incremento è pari al 49,6% (+1,2% a parità di perimetro). Per ciò che riguarda il solo terzo trimestre, il fatturato è passato da 27,4 a 42,7 milioni di Euro (+55,7%), stabile il fatturato a parità di perimetro;
- il margine industriale (ricavi meno costo del venduto) è pari a 46,0 milioni di Euro (30,5 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 30,8 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato è stabile al 44,6% (43,7% a parità di perimetro);
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte ed ammortamenti) è pari a 6,7 milioni di Euro (4,3 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 4,9 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 7,1% al 6,5% (6,2% a parità di perimetro);
- l'Ebit (risultato operativo) è pari a 4,5 milioni di Euro (2,8 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 3,5 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 5,0% al 4,3% (4,0% a parità di perimetro);
- il risultato prima delle imposte è pari a 3,8 milioni di Euro (2,1 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 3,3 milioni di Euro. L'incidenza passa dal 4,8% al 3,7% del fatturato (3,0% a parità di perimetro);
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari a 2,2 milioni di Euro (0,9 milioni a parità di perimetro); Si confronta con un risultato di 2,5 milioni di Euro al 30 settembre 2010. L'incidenza passa dal 3,6% al 2,1% del fatturato (1,4% a parità di perimetro). Segnaliamo che l'utile netto del solo terzo trimestre 2011 è pari a 4,9 milioni di Euro (3,0 milioni a parità di perimetro) e si confronta con 3,1 milioni del terzo trimestre del 2010;
- l'indebitamento finanziario netto è passato da 10,4 a 25,2 milioni di Euro, principalmente per effetto dell'acquisizione di Well (16 milioni di Euro);

- il patrimonio netto è salito da 55,9 a 59,6 milioni di Euro.

## **2. Valutazione dei risultati**

Il terzo trimestre 2011 a parità di perimetro è stato caratterizzato da una sostanziale tenuta del fatturato rispetto al 2010, seppur in un contesto di domanda globale piuttosto debole come confermano i dati di consumo dei principali mercati di riferimento. Grazie al contributo della neo acquisita Well, il fatturato sui primi nove mesi, si attesta a 103,1 milioni di Euro in crescita del 49,6% rispetto al 2010 ed in crescita anche dell'1,2% a parità di perimetro.

Stabile la marginalità industriale sui primi nove mesi, che si conferma al 44,6% (43,7% a parità di perimetro). Il terzo trimestre si presenta positivo, soprattutto grazie al contributo delle controllate francesi che presentano risultati in miglioramento, tali da controbilanciare il calo di marginalità della Capogruppo che risente, nonostante una sostanziale tenuta del fatturato, della pressione sui margini causata dagli aumenti delle materie prime.

Grazie ai risultati soddisfacenti di questo trimestre il Gruppo ritorna in utile quasi sugli stessi livelli dei nove mesi del 2010: 2,2 milioni di Euro rispetto a 2,5 milioni di Euro nonostante l'effetto degli oneri finanziari incrementali legati principalmente all'acquisizione di Well (0,5 milioni) ed un carico fiscale più che doppio.

## **3. Eventi successivi alla chiusura del semestre ed evoluzione prevedibile della gestione**

### 3.1. Marchio CAGI

In data 17 ottobre 2011 è stata depositata la domanda di ammissione al concordato preventivo da parte di CAGI Maglierie SpA in liquidazione.

La licenza sottoscritta da CSP per il marchio CAGI è già operativa da agosto. CSP sta implementando la propria struttura di sourcing e produzione relativa alla merceologia dell'intimo maschile, oggetto della licenza; le prime consegne alla clientela sono iniziate nel mese di settembre.

Come già reso noto, il contratto di licenza è finalizzato al successivo acquisto del marchio CAGI da perfezionarsi nell'ambito della procedura di concordato preventivo; a tal fine CSP ha presentato un'offerta irrevocabile d'acquisto, condizionata all'ammissione di CAGI ed alla successiva omologazione del concordato preventivo, nonché alle prescritte autorizzazioni degli organi della procedura. Il valore dell'offerta per il marchio CAGI è pari a 2 milioni di Euro da versare ratealmente a partire dalla sottoscrizione dell'accordo di cessione che interverrà successivamente all'omologa del concordato. La copertura finanziaria dell'operazione sarà interamente garantita da autofinanziamento.

Con l'acquisizione del marchio CAGI il Gruppo CSP completerà la sua offerta nell'ambito del proprio settore di riferimento, incrementando la sua presenza nel mercato dell'intimo da uomo, complementare a quello attualmente distribuito e che ad oggi era presente solo marginalmente nel suo portafoglio di prodotti.

### 3.2. Azioni proprie

Il totale dei titoli posseduti al 30 settembre 2011 è pari a n. 174.582 azioni per un controvalore di 124.908 Euro.

Si ricorda che il 29 ottobre 2011 è terminata l'autorizzazione, deliberata dall'Assemblea del 29 aprile 2010, ad effettuare operazioni di acquisto/vendita di azioni proprie.

### 3.3. Sanpellegrino Doppiofilo

In novembre 2011 è partita la campagna televisiva dedicata a Sanpellegrino Doppiofilo, un collant e un gambaleto 22 denari che, grazie all'innovativa tecnica di tessitura (domanda di brevetto depositata), garantisce un'eccezionale durata media del prodotto di oltre 16 giorni, contro una media, già considerata ottimale, di 7 giorni. Questi risultati, documentati da una ricerca Doxa svolta su un campione di 246 donne, hanno permesso di considerare i collant Sanpellegrino Doppiofilo, "praticamente ... indistruttibili". Lo spot Sanpellegrino Doppiofilo è stato realizzato dall'agenzia Max Information del gruppo Armando Testa.

Grazie a questa importante novità, l'azienda punta al rilancio del marchio Sanpellegrino anche con un restyling del packaging di tutta la collezione calzetteria, sia classica, che performante e moda. I nuovi packaging hanno un'immagine più moderna, elegante, ricca di informazioni per la consumatrice, sono divisi per famiglie di prodotto e prestazioni.

### 3.4. Prospettive a medio termine

I risultati aziendali sono sensibilmente influenzati dall'andamento dei consumi dei mercati di riferimento che evidenziano una situazione di permanente debolezza, sicuramente penalizzati dall'incerto contesto macroeconomico e dalla sfavorevole evoluzione climatica che ha caratterizzato fino ad ora i cambi di stagione. Anche il mese di ottobre ha fatto rilevare temperature decisamente sopra la media stagionale e questo ha influito negativamente sul sell-out. CSP sta affrontando la stagione autunnale con il lancio di prodotti innovativi supportati da importanti investimenti promo-pubblicitari che speriamo possano contribuire a limitare la flessione dei riassortimenti indotta dagli effetti climatici sopra evidenziati.

Continua l'impegno rivolto all'integrazione della neo acquisita Well, alla ricerca dello sfruttamento delle sinergie attese sia a livello di società operative che a livello intercompany. Rimane elevata l'attenzione ai margini, sottoposti a pressione dai rincari delle materie prime che non è stato possibile compensare completamente con l'aumento dei listini di vendita. A tal riguardo sono iniziate sulla Capogruppo decise manovre di contenimento dei costi con l'obiettivo di controbilanciare le minori marginalità.

\*\*\*\*\*

#### **Stagionalità del business**

*Il mercato in cui opera il Gruppo CSP è caratterizzato da fenomeni di marcata stagionalità, che comportano una disomogeneità nella distribuzione dei ricavi e dei relativi costi nei diversi mesi dell'anno con conseguenti effetti sui risultati di ciascun trimestre. Pertanto, è importante ricordare che il conto economico dei primi nove mesi non può essere considerato come quota proporzionale dell'intero esercizio.*

#### **Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari**

*Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi del comma 2 dell'articolo 154-bis 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.*

#### **Disclaimer**

*Il documento può contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo CSP. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischiosità ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.*

#### **Deposito Relazione**

*Si rende noto che il resoconto intermedio sulla gestione del Gruppo - verrà messo a disposizione del pubblico presso la sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. il giorno 14 novembre 2011. Da tale data sarà altresì consultabile nella sezione IR del sito internet della Società: [www.cspinternational.it](http://www.cspinternational.it).*

#### **Indicatori di risultato**

*Per facilitare la comprensione dei propri dati economici e patrimoniali, CSP utilizza alcuni indicatori ancora di larga diffusione, seppure non previsti dagli IAS/IFRS. In particolare, nel conto economico sono evidenziati questi indicatori/risultati intermedi: Margine industriale, Margine commerciale lordo, Risultato operativo (EBIT), derivanti dalla somma algebrica delle voci che li precedono. A livello patrimoniale considerazioni analoghe valgono per l'indebitamento finanziario netto, le cui componenti sono dettagliate nella specifica sezione delle Note Esplicative. Le definizioni degli indicatori utilizzati dalla Società, in quanto non riconducibili ai principi contabili di riferimento, potrebbero non essere omogenee con quelle adottate da altre Società e non essere quindi comparabili.*

#### **Schemi di bilancio e schemi riclassificati**

*In allegato i dati di conto economico e stato patrimoniale.*

## GRUPPO CSP

### Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2011	30 giugno 2011	31 dicembre 2010	30 settembre 2010
<b>ATTIVITA' NON CORRENTI</b>				
<b>Attività immateriali:</b>				
- Avviamento	11.416	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	5.222	5.338	5.505	2.482
<b>Attività materiali:</b>				
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	21.030	21.015	21.672	17.288
<b>Altre attività non correnti:</b>				
Altre partecipazioni	8	8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	46	46	47	42
Attività per imposte anticipate	7.755	9.270	8.331	3.431
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>45.477</b>	<b>47.093</b>	<b>46.979</b>	<b>34.667</b>
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>				
Rimanenze di magazzino	40.589	46.706	38.226	30.659
Crediti commerciali	39.998	22.928	31.620	33.757
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	1.705	3.096	2.008	1.846
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	7.516	13.480	18.513	5.327
<b>Totale attività correnti</b>	<b>89.808</b>	<b>86.210</b>	<b>90.367</b>	<b>71.589</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>135.285</b>	<b>133.303</b>	<b>137.346</b>	<b>106.256</b>

### Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2011	30 giugno 2011	31 dicembre 2010	30 settembre 2010
<b>PATRIMONIO NETTO</b>				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sociale	17.295	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	39.482	39.471	35.537	35.506
- Riserve di rivalutazione	758	758	758	758
- Risultato del periodo	2.154	(2.737)	5.930	2.510
meno: Azioni proprie	(125)	(125)	(125)	(125)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>59.564</b>	<b>54.662</b>	<b>59.395</b>	<b>55.944</b>
<b>PASSIVITA' NON CORRENTI</b>				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Debiti verso banche	21.476	21.894	23.410	11.677
TFR e altri fondi relativi al personale	5.342	5.311	5.345	4.491
Fondi per rischi e oneri	2.739	2.882	2.459	1.834
Fondo imposte differite	3.680	3.728	3.822	2.203
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>33.237</b>	<b>33.815</b>	<b>35.036</b>	<b>20.205</b>
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	11.211	4.502	3.058	4.041
Debiti commerciali	20.207	30.598	29.641	19.294
Debiti vari e altre passività	10.318	9.510	9.685	6.232
Debiti per imposte correnti	748	216	531	540
<b>Totale passività correnti</b>	<b>42.484</b>	<b>44.826</b>	<b>42.915</b>	<b>30.107</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>75.721</b>	<b>78.641</b>	<b>77.951</b>	<b>50.312</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>	<b>135.285</b>	<b>133.303</b>	<b>137.346</b>	<b>106.256</b>

## GRUPPO CSP

### CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre 01/07 - 30/09 2011		Trimestre 01/07 - 30/09 2010		Periodo al 30 settembre 2011		Periodo al 30 settembre 2010		Esercizio al 31 dicembre 2010	
Ricavi	42.689	100,0%	27.421	100,0%	103.121	100,0%	68.931	100,0%	106.417	100,0%
Costo del venduto	(22.910)	-53,7%	(14.490)	-52,8%	(57.082)	-55,4%	(38.169)	-55,4%	(58.383)	-54,9%
<b>Margine Industriale</b>	<b>19.779</b>	<b>46,3%</b>	<b>12.931</b>	<b>47,2%</b>	<b>46.039</b>	<b>44,6%</b>	<b>30.762</b>	<b>44,6%</b>	<b>48.034</b>	<b>45,1%</b>
Spese dirette di vendita	(2.918)	-6,8%	(2.309)	-8,5%	(8.587)	-8,3%	(6.899)	-10,0%	(9.958)	-9,3%
<b>Margine commerciale lordo</b>	<b>16.861</b>	<b>39,5%</b>	<b>10.622</b>	<b>38,7%</b>	<b>37.452</b>	<b>36,3%</b>	<b>23.863</b>	<b>34,6%</b>	<b>38.076</b>	<b>35,8%</b>
Altri ricavi (spese) operativi	281	0,7%	114	0,4%	417	0,4%	641	0,9%	893	0,8%
Spese commerciali e amministrative	(9.888)	-23,2%	(6.225)	-22,7%	(32.874)	-31,9%	(21.046)	-30,5%	(32.346)	-30,4%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	0	0,0%	(523)	-0,5%	0	0,0%	(72)	-0,1%
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>7.254</b>	<b>17,0%</b>	<b>4.511</b>	<b>16,4%</b>	<b>4.472</b>	<b>4,3%</b>	<b>3.458</b>	<b>5,0%</b>	<b>6.551</b>	<b>6,2%</b>
Risultato delle partecipazioni	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1.728	1,6%
Altri proventi (oneri) finanziari	(6)	0,0%	(247)	-0,9%	(631)	-0,6%	(157)	-0,2%	(404)	-0,4%
<b>Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio</b>	<b>7.248</b>	<b>17,0%</b>	<b>4.264</b>	<b>15,5%</b>	<b>3.841</b>	<b>3,7%</b>	<b>3.301</b>	<b>4,8%</b>	<b>7.875</b>	<b>7,4%</b>
Imposte sul reddito	(2.357)	-5,5%	(1.125)	-4,1%	(1.687)	-1,6%	(791)	-1,2%	(1.945)	-1,8%
<b>Utile (perdita) netto del Gruppo</b>	<b>4.891</b>	<b>11,5%</b>	<b>3.139</b>	<b>11,4%</b>	<b>2.154</b>	<b>2,1%</b>	<b>2.510</b>	<b>3,6%</b>	<b>5.930</b>	<b>5,6%</b>

<b>Risultato per azione - base</b>	<b>Euro</b>	<b>0,147</b>	<b>0,095</b>	<b>0,065</b>	<b>0,076</b>	<b>0,178</b>
<b>Risultato per azione - diluito</b>	<b>Euro</b>	<b>0,147</b>	<b>0,095</b>	<b>0,065</b>	<b>0,076</b>	<b>0,178</b>



## 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 2010 un fatturato consolidato di 106,4 milioni di Euro, conta circa 700 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;
- **Liberti:** lo specialista di corsetteria e mare di gamma elevata;
- **Well:** il marchio più innovativo sul canale moderno francese.

Il Gruppo distribuisce anche marchi di terzi:

- **Puma:** calze sportive per l'Italia.

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** - acquisizione del marchio Liberti nel mercato della corsetteria di gamma elevata;
- 2009** - costituzione della filiale commerciale Oroblù USA LLC per le vendite al mercato americano e on line, con il sito [www.oro blu.com](http://www.oro blu.com)
- 2010** - acquisizione del Gruppo WELL (49,2 mln di Euro di fatturato, 20% di quota di mercato calzetteria in Francia)
- 2011** - siglato accordo di licenza per il marchio Cagi.

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

### Per ulteriori informazioni:

#### CSP International Fashion Group S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

[info.investors@cspinternational.it](mailto:info.investors@cspinternational.it)

Il Comunicato è presente sul sito Internet [www.cspinternational.it](http://www.cspinternational.it)