



**Comunicato Stampa**

**Ceresara (MN), 28 marzo 2011**

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP  
IL CDA APPROVA IL PROGETTO DI BILANCIO 2010**

- ***Il fatturato consolidato cresce a 106,4 milioni di Euro, grazie all'acquisizione di Well***
  - ***Utile netto stabile a 5,9 milioni di Euro***
  - ***Generazione di cassa di 8,8 milioni di Euro al lordo dell'acquisizione di Well***
- ***Proposto dividendo di 0,06 Euro per azione, in aumento rispetto a 0,05 Euro del 2009***

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, Le Bourget, Liberti e Well, e distributrice delle calze sportive a marchio Puma, ha approvato in data odierna il Progetto di Bilancio 2010.

**1. Risultati salienti del Bilancio 2010**

I risultati dell'esercizio 2010 sono sensibilmente influenzati dall'inserimento nel perimetro di consolidamento del Gruppo Well, acquisizione perfezionata alla fine del mese di ottobre 2010. Si segnala in particolare che le componenti economiche includono solamente i risultati relativi ai mesi di novembre e dicembre della neo acquisita Well. Nei paragrafi che seguono, al fine di rendere più omogeneo il confronto con il 2009, analizzeremo anche l'andamento dei principali indicatori del 2010 ottenuti a parità di perimetro di consolidamento, ovvero senza il contributo di Well.

Riportiamo i dati di sintesi dell'anno 2010, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato, confrontati con l'anno precedente.

- Il fatturato consolidato è pari a 106,4 milioni di Euro (97,3 milioni a parità di perimetro di consolidamento). Si confronta con 99,3 milioni di Euro del 2009. La variazione è quindi pari a +7,2% (-2% a parità di perimetro).
- Il margine industriale è stato pari a 48,0 milioni di Euro (42,8 milioni a parità di perimetro). Si confronta con 42,9 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato sale dal 43,2% al 45,1% (44% a parità di perimetro).
- L'EBITDA (risultato prima degli oneri finanziari, delle imposte e degli ammortamenti) è stato pari a 8,7 milioni di Euro (7,3 a parità di perimetro). Si confronta con 7,9 milioni di Euro: l'incidenza percentuale sale dal 7,9% all'8,2% (7,5% a parità di perimetro).
- L'EBIT (risultato operativo) è stato pari a 6,6 milioni di Euro. Si confronta con 6,1 milioni di Euro. L'incidenza percentuale sul fatturato è pari al 6,2%, stabile rispetto del 2009 (5,5% a parità di perimetro).
- Il risultato pre-tasse è stato pari a 7,9 milioni di Euro. Si confronta con 5,4 milioni di Euro. L'incidenza percentuale passa dal 5,4% al 7,4% (5,1% a parità di perimetro).
- Il risultato netto di Gruppo dopo le imposte è stato pari a 5,9 milioni di Euro come nel 2009. L'incidenza è pari al 5,6% rispetto al 5,9% del 2009 (3,5% a parità di perimetro).
- L'indebitamento finanziario netto consolidato si attesta a 7,95 milioni di Euro, rispetto a 0,8 milioni del 2009, nonostante l'esborso di 16 milioni di Euro per l'acquisizione di Well.
- Il patrimonio netto consolidato ha raggiunto i 59,4 milioni di Euro rispetto ai 55,1 del 2009.

**2. Valutazione dei risultati 2010**

Nonostante il 2010 sia stato caratterizzato da un contesto di mercato ancora sfavorevole e da una ripresa dei consumi che stenta a manifestarsi, il Gruppo è riuscito a realizzare incoraggianti risultati economici e patrimoniali: le scelte di razionalizzazione, concentrazione sul *core business* e promozione dei marchi propri stanno confermando i risultati attesi.

Il gap di fatturato rispetto al 2009 si è via via ridotto nel corso dei trimestri del 2010, passando dal -8,6% del primo trimestre fino a chiudere con una contrazione del fatturato di circa il 2% a parità di perimetro di consolidamento (escludendo quindi il fatturato di Well). Da rilevare, inoltre, che a parità di marchi trattati (considerando che nel 2010 si sono interrotte le licenze dei marchi Miss Sixty ed Energie che nel 2009 avevano generato ricavi netti per 4,1 milioni di Euro), il fatturato complessivo del Gruppo evidenzerebbe una crescita di circa il 2%.

A livello geografico, grazie al recupero di fatturato del quarto trimestre del 2010, si manifesta una sostanziale stabilità a parità di perimetro, dei ricavi per quanto riguarda i mercati domestici, ovvero Italia e Francia. Nell'Europa dell'Ovest e nel resto del mondo, si registrano cali contenuti dovuti sostanzialmente alla cessazione delle licenze, mentre continuano le difficoltà del marchio Sanpellegrino nei paesi dell'Europa dell'Est, comunque parzialmente controbilanciati dal rafforzamento del marchio Orobù.

Pur in presenza di una lieve contrazione del fatturato annuale a parità di perimetro di consolidamento, continua il progressivo miglioramento dell'incidenza del margine industriale sul fatturato che raggiunge il 44% rispetto al 43,2% del 2010, e si attesta al 45,1% con il contributo di Well.

Ciò ha consentito, pur in presenza di investimenti promo-pubblicitari superiori di circa 1 milione di Euro rispetto a quelli dello scorso anno, di ottenere un risultato pre-tasse a parità di perimetro, di 4,9 milioni di Euro, di poco inferiore a quello del 2009 (5,4 milioni). Con il contributo pre-tasse di Well, 1,2 milioni, e dell'eccedenza generata rispetto al prezzo di acquisizione della relativa partecipazione, 1,7 milioni, il risultato pre-tasse raggiunge i 7,9 milioni Euro.

Il risultato netto dell'intero 2010 a parità di perimetro di consolidamento è pari a 3,4 milioni di Euro e risente di imposte per 1,6 milioni di Euro (2 milioni di Euro in più rispetto al 2009); tale differenza è imputabile principalmente all'effetto combinato dello stanziamento delle imposte differite attive sulle perdite pregresse della società francese Le Bourget fatto nello scorso esercizio, ed all'esaurimento del beneficio fiscale per l'utilizzo delle perdite pregresse ai fini IRES per la Capogruppo nel 2010.

Infine, grazie al costante controllo del capitale circolante, il Gruppo ha ottenuto una generazione di cassa che, dopo l'acquisizione di Well, avvenuta per un controvalore di 16 milioni Euro, ha portato l'indebitamento netto a 8 milioni di Euro, rispetto a 0,8 milioni del 2009.

### **3. Eventi di rilievo successivi alla chiusura dell'esercizio**

Il fatturato dei primi mesi del 2011 risente ancora di un contesto economico domestico ed internazionale particolarmente movimentato ed incerto. Il mercato italiano non presenta ancora evidenti segni di ripresa mentre sul mercato francese le prospettive sono più incoraggianti, così come sui mercati del Nord Europa e del Sud America. Da evidenziare inoltre che permane la tendenza alla forte crescita dei costi delle materie prime, già evidenziata nel secondo semestre 2010, unitamente ad un generalizzato aumento dei costi delle lavorazioni nei paesi di approvvigionamento del Far East. Ciò induce a stimare una pressione sui margini del Gruppo.

### **4. Buy back**

Nell'Assemblea del 29 aprile 2010 è stato deliberato rinnovo per altri 18 mesi dell'esercizio del buy back alle medesime condizioni di quelle deliberate dall'assemblea del 25 settembre 2008:

- l'acquisto effettuato nei limiti consentiti e quindi fino a un massimo del 10% del totale delle azioni, pari a 3,3 milioni di titoli;
- il prezzo unitario compreso tra il minimo di 0,52 Euro (valore nominale) e un massimo di 2,50 Euro;
- esercizio della facoltà entro il termine massimo di 18 mesi e quindi entro il 29 ottobre 2011.

A causa della pesante turbolenza dei mercati finanziari, il buy back è stato operativamente avviato solo per un quantitativo limitato di azioni.

Il totale dei titoli posseduti alla data del 31 dicembre 2010 è pari a 174.582 azioni per un controvalore di 124.908 Euro.

### **5. Evoluzione prevedibile della gestione**

Il 2010 non ha manifestato i consistenti segni di ripresa dei consumi che avrebbero sicuramente consentito al Gruppo di ottenere risultati ancora più incoraggianti. Al contrario, è stato un anno ancora decisamente impegnativo al quale però CSP ha saputo reagire con determinazione, sfruttando un'importante opportunità di incrementare sensibilmente la massa critica del proprio business attraverso una strategia di crescita per via esterna con l'acquisizione di Well. Sebbene la fase di integrazione sia appena iniziata, confermiamo la piena validità strategica e operativa della recente acquisizione che ci consentirà di sfruttare in maniera sinergica e complementare i vantaggi competitivi che negli anni CSP ha saputo evidenziare, prerequisito fondamentale per fare emergere compiutamente i benefici dell'impegnativo lavoro di contenimento e razionalizzazione dei costi e assicurare uno sviluppo duraturo all'intero Gruppo.

Il Gruppo CSP, nonostante le non favorevoli condizioni di mercato è riuscito a conseguire risultati patrimoniali ed economici positivi e superiori alle prudenti aspettative di inizio anno.

Il confortante risultato economico raggiunto in un periodo come l'attuale, unitamente alla solida struttura patrimoniale, conferma l'efficacia delle azioni intraprese, sia sul fronte dell'impulso alla *trade* che sul lato della riduzione dei costi aziendali.

Una ripresa duratura dei consumi sembra non essere ancora all'orizzonte, tuttavia siamo convinti che il nostro approccio ci consentirà di affrontare al meglio le sfide del futuro e cogliere le opportunità per consolidare e magari accrescere la posizione del Gruppo nell'ambito dei mercati di riferimento.

I recenti sviluppi del contesto economico internazionale ed il permanere dell'incertezza sull'andamento dei consumi rendono difficile formulare, ad oggi, previsioni attendibili sulle prospettive del prossimo esercizio e ci inducono a mantenere un approccio di cautela e di estrema attenzione con particolare riferimento all'evoluzione dei costi delle materie prime che, se confermeranno l'attuale tendenza, potrebbero portare ad un progressivo deterioramento dei margini. Il Gruppo già dalla fine del 2010 ha comunque identificato idonee azioni volte a contenere l'effetto di tali aumenti sul risultato operativo aziendale.

*“Siamo soddisfatti dei risultati conseguiti in questo difficile e impegnativo contesto economico per il Gruppo e siamo altresì convinti che la recente acquisizione permetterà al Gruppo CSP di rafforzare in modo determinante la propria presenza su un mercato relativamente stabile e di grandi dimensioni come quello francese, nell’ambito di un settore merceologico, la calzetteria, in cui CSP potrà sfruttare in maniera sinergica e complementare i propri vantaggi competitivi ed assicurare al Gruppo uno sviluppo duraturo”*, ha dichiarato Francesco Bertoni, presidente di CSP International Fashion Group.

## **6. Proposta dividendo**

Il Consiglio di Amministrazione ha deciso di proporre all'Assemblea degli Azionisti la distribuzione di un dividendo pari ad 0,06 Euro per azione, con stacco cedola n. 11 il 06/06/2011 e pagamento il 09/06/2011.

.....

### **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 nel progetto di Bilancio 2010 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 Relazioni**

*Si rende noto che il progetto di bilancio 2010 del Gruppo, la relazione annuale 2011 di “Corporate Governance, la relazione sulle proposte degli amministratori per quanto concerne l'approvazione del bilancio e le deliberazioni conseguenti, verranno messe a disposizione del pubblico presso la sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. il giorno 7 aprile 2011. Da tale data saranno altresì consultabili nella sezione IR del sito internet della Società : [www.cspinternational.it](http://www.cspinternational.it).*

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

*In allegato i dati di conto economico e stato patrimoniale in corso di verifica da parte della Società di revisione.*

## GRUPPO CSP

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

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 dicembre 2010	31 dicembre 2009
<b>ATTIVITA' NON CORRENTI</b>		
<b>Attività immateriali:</b>		
- Avviamento	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	5.505	2.154
<b>Attività materiali:</b>		
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	21.672	16.606
<b>Altre attività non correnti:</b>		
Altre partecipazioni	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	47	52
Attività per imposte anticipate	8.340	3.476
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>46.988</b>	<b>33.712</b>
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>		
Rimanenze di magazzino	38.226	26.059
Crediti commerciali	31.620	32.377
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.009	1.956
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	18.513	10.597
<b>Totale attività correnti</b>	<b>90.368</b>	<b>70.989</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>137.356</b>	<b>104.701</b>

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

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 dicembre 2010	31 dicembre 2009
<b>PATRIMONIO NETTO</b>		
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:		
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295
- Altre riserve	35.537	31.301
- Riserve di rivalutazione	758	758
- Risultato del periodo	5.929	5.857
meno: Azioni proprie	(125)	(125)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>59.394</b>	<b>55.086</b>
<b>PASSIVITA' NON CORRENTI</b>		
Debiti verso banche oltre 12 mesi	23.410	10.737
TFR e altri fondi relativi al personale	5.345	4.506
Fondi per rischi e oneri	2.459	2.213
Fondo imposte differite	3.822	2.208
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>35.036</b>	<b>19.664</b>
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>		
Debiti verso banche entro 12 mesi	3.058	654
Debiti commerciali	29.641	23.847
Debiti vari e altre passività	9.685	5.355
Debiti per imposte correnti	542	95
<b>Totale passività correnti</b>	<b>42.926</b>	<b>29.951</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>77.962</b>	<b>49.615</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>	<b>137.356</b>	<b>104.701</b>

# GRUPPO CSP

## Conto economico consolidato

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Esercizio al 31 dicembre 2010		Esercizio al 31 dicembre 2009	
Ricavi	106.417	100,0%	99.310	100,0%
Costo del venduto	(58.383)	-54,9%	(56.369)	-56,8%
<b>Margine Industriale</b>	<b>48.034</b>	<b>45,1%</b>	<b>42.941</b>	<b>43,2%</b>
Spese dirette di vendita	(9.958)	-9,3%	(11.329)	-11,4%
<b>Margine commerciale lordo</b>	<b>38.076</b>	<b>35,8%</b>	<b>31.612</b>	<b>31,8%</b>
Altri ricavi operativi netti <i>- di cui ricavi non ricorrenti</i>	893	0,8%	1.896	1,9%
Spese commerciali e amministrative	(32.346)	-30,4%	(27.391)	-27,6%
Costi di ristrutturazione	(72)	-0,1%	0	0,0%
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>6.551</b>	<b>6,2%</b>	<b>6.117</b>	<b>6,2%</b>
Altri proventi non operativi	1.728	1,6%	0	0,0%
Altri oneri finanziari netti	(404)	-0,4%	(705)	-0,7%
<b>Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio</b>	<b>7.875</b>	<b>7,4%</b>	<b>5.412</b>	<b>5,4%</b>
Imposte sul reddito	(1.946)	-1,8%	445	0,4%
<b>Utile netto del Gruppo</b>	<b>5.929</b>	<b>5,6%</b>	<b>5.857</b>	<b>5,9%</b>

<b>Risultato per azione - base</b>	<b>Euro</b>	<b>0,178</b>	<b>0,176</b>
<b>Risultato per azione - diluito</b>	<b>Euro</b>	<b>0,178</b>	<b>0,176</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)

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)