



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 8 agosto 2012

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP SPA
IL CDA APPROVA LA RELAZIONE INTERMEDIA SULLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2012**

- **Il fatturato consolidato è stato pari a 55,5 milioni di Euro**
- **Migliora l'incidenza del margine industriale che passa dal 43,5% al 44,9%**
- **Il risultato netto consolidato è negativo per 0,4 milioni di euro (perdita netta di 2,7 milioni nel primo sem. 2011)**
 - **Posizione finanziaria netta in positivo per 0,7 milioni € (debito netto di 12,9 milioni nel primo sem.2011)**
 - **Perfezionato l'acquisto del marchio CAGI**

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, Well, e Cagi, ha approvato in data odierna la Relazione intermedia sulla gestione del primo semestre 2012 consolidata.

Premessa

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 significativi effetti sui risultati di ciascun trimestre.

In particolare, per quanto riguarda il primo semestre, occorre considerare che la fatturazione dei prodotti della stagione Primavera/Estate (che include anche il *beachwear*), è concentrata nei mesi di gennaio, febbraio e marzo mentre i mesi di aprile, maggio e giugno, che precedono l'estate, stagione pressoché priva di consumi di calzetteria, sono caratterizzati da fatturati sensibilmente inferiori.

Pertanto, è importante ricordare che il conto economico dei primi sei mesi non può essere considerato come quota proporzionale dell'intero esercizio.

1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del primo semestre 2012, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto ed in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 55,5 milioni di Euro. Si confronta con 60,4 milioni di Euro. Il decremento è pari all'8,1%;
- il margine industriale (ricavi meno costo del venduto) è pari a 24,9 milioni di Euro. Si confronta con 26,3 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 43,5% al 44,9%;
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte ed ammortamenti) è positivo per 1,9 milioni di Euro. Si confronta con un risultato negativo per 1,3 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal -2,1% al +3,5%;
- l'EBIT (risultato operativo) è positivo per 0,4 milioni di Euro. Si confronta con un EBIT negativo di 2,8 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal -4,6% al +0,8%;
- il risultato prima delle imposte è sostanzialmente in pareggio. Si confronta con un risultato negativo di 3,4 milioni di Euro. L'incidenza passa dal -5,6% al 0,0% del fatturato;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le imposte, è negativo per 0,4 milioni di Euro. Si confronta con un risultato negativo di 2,7 milioni di Euro del primo semestre 2011. L'incidenza passa dal -4,5% al -0,7% del fatturato;
- la posizione finanziaria netta verso il sistema bancario è positiva per 0,7 milioni di Euro e si confronta con un debito di 12,9 milioni del primo semestre dell'anno precedente, evidenziando un miglioramento di 13,6 milioni di Euro;
- il patrimonio netto è salito da 54,7 a 57,8 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati

Il primo semestre è storicamente caratterizzato da risultati negativi a causa della stagionalità delle vendite che risentono, inoltre, della domanda di mercato piuttosto debole soprattutto sul mercato italiano, parzialmente controbilanciati da un andamento climatico più favorevole rispetto a quello del primo semestre dell'esercizio precedente.

Anche il pesante contesto economico generale ha concorso ad alimentare l'incertezza ed il conseguente peggioramento delle prospettive di crescita con riflessi negativi sui consumi ed in particolare si sono accentuati gli effetti di contrazione del fatturato dovuti alla riduzione delle scorte da parte di alcune categorie di clientela

Grazie alla migliore performance delle controllate francesi che presentano una crescita del 4,8%, il fatturato consolidato del primo semestre 2012 evidenzia una contrazione di circa 8% in lieve miglioramento rispetto al -9,8% del primo trimestre.

Ricordiamo inoltre il venir meno della merceologia calze sportive, per effetto della cessazione dell'accordo distributivo Puma.

Nonostante il permanere di un contesto economico sfavorevole, il Gruppo è riuscito, grazie all'implementazione delle annunciate ed incisive azioni di razionalizzazione e contenimento dei costi, a mantenere ed anzi incrementare la marginalità industriale di oltre un punto percentuale. E' stata confermata la riduzione della spesa promo pubblicitaria che, unitamente alle altre manovre, ed agli incoraggianti risultati delle partecipate francesi, ha consentito di ottenere un Risultato operativo positivo di 0,4 milioni di Euro che si confronta con il -2,8 milioni del primo semestre 2011.

L'ulteriore riduzione dell'indebitamento netto già rilevata nei precedenti trimestri ha consentito un deciso contenimento degli oneri finanziari. Il confronto del risultato pre-tasse con quello del semestre dell'esercizio precedente evidenzia pertanto un sostanziale pareggio con un miglioramento di quasi 3,5 milioni di Euro. Infine, la perdita netta del primo semestre si attesta a circa 0,4 milioni di Euro in deciso miglioramento rispetto alla perdita di 2,8 milioni del primo semestre 2011.

La generazione di cassa ha consentito di mantenere una situazione di posizione finanziaria netta positiva, passando da un debito di 12,9 milioni di Euro del primo semestre del 2011 (5,4 alla fine del 2011) ad una cassa netta di 0,7 milioni di Euro, ad ulteriore conferma dell'efficacia delle pressanti politiche di gestione del circolante che hanno permesso al Gruppo di sviluppare un programma di crescita per via esterna e di collocarsi in una condizione di relativa stabilità in un contesto che presenta forti tensioni di liquidità da parte del sistema bancario.

3. Andamento delle società del gruppo

3.1. Capogruppo

Nel primo semestre 2012 la Capogruppo, che comprende i marchi propri Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Liberti, marchi di terzi e realizza anche un fatturato intercompany, ha prodotto un fatturato pari a 32,3 milioni di Euro. Si confronta con un fatturato di 40,3 milioni di Euro del primo semestre 2011. Il decremento è pari al 19,8%.

Il fatturato, al netto delle vendite intercompany, è passato da 30,9 a 24,7 milioni di Euro, con un decremento del 20,1%.

La Capogruppo ha riportato un utile prima delle imposte di 3,2 milioni di Euro. Si confronta con una perdita di 1,3 milioni nel primo semestre 2011.

La differenza è principalmente attribuibile ai minori investimenti promo-pubblicitari per circa 2,4 milioni di euro ed ai dividendi percepiti dalla controllata francese nel primo semestre del 2012 per circa 3,5 milioni di Euro, mentre nel 2011 il dividendo di 1,2 milioni di Euro era stato percepito nel secondo semestre.

3.2. Csp Paris Fashion Group

Le società operative Le Bourget e Well sono possedute attraverso la società CSP Paris Fashion Group S.A.S., interamente partecipata, la quale svolge compiti esclusivamente nell'ambito del Gruppo.

3.2.1. Le Bourget

La controllata francese ha registrato un fatturato di 11,3 milioni di Euro, in linea con quello del pari periodo 2011.

La Società ha riportato una perdita prima delle imposte di 1,1 milioni di Euro, rispetto alla perdita di 1,3 milioni di Euro del primo semestre 2011.

3.2.2. Well

La società Well ha registrato un fatturato di 19,4 milioni di Euro rispetto a 18,1 milioni del primo semestre dell'esercizio precedente (+7,3%). Nel periodo si evidenzia un utile prima delle imposte pari a 1,7 milioni di Euro, in sensibile miglioramento rispetto alla perdita di 0,8 milioni del 2011.

Il miglioramento è principalmente attribuibile al maggior margine industriale, la cui incidenza sul fatturato è notevolmente aumentata passando dal 47,0% al 52,4% grazie ad un eccellente mix di vendita e all'ottimizzazione della produzione.

3.3. Oroblù USA

La società statunitense ha realizzato nel primo semestre 2012 un fatturato di 222 mila Euro, in calo del 16,2% rispetto allo stesso periodo del 2011, principalmente a causa della diversa tempistica della campagna vendite, ed evidenzia una perdita prima delle imposte pari a 16 mila Euro.

4. Risultati buy back

Il totale dei titoli posseduti al 30 giugno 2012 è pari a n. 550.569 azioni per un controvalore di 446.736 Euro. Nel periodo in esame sono state acquistate n. 375.987 azioni per un controvalore di 321.828 Euro.

5. Eventi successivi alla chiusura del trimestre ed evoluzione prevedibile della gestione

5.1. Acquisizione Marchio Cagi

In data 2 agosto 2012, con l'autorizzazione degli organi preposti si è perfezionata, anticipatamente rispetto all'omologa della procedura di concordato preventivo che interessa la cedente, l'acquisizione da parte di CSP International del

marchio CAGI da Cagi Maglierie SpA in liquidazione e concordato preventivo, per un importo pari a 2.000.000 di Euro da corrispondere in 8 rate trimestrali da 250.000 Euro cadauna. La copertura finanziaria dell'operazione sarà interamente garantita da autofinanziamento.

CSP International, che era già licenziataria del marchio CAGI dall'agosto 2011, con questa acquisizione ha ulteriormente ampliato 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 portafoglio prodotti.

5.1. Prospettive a breve-medio termine

L'incertezza del contesto economico, soprattutto del mercato domestico, sta fortemente penalizzando i risultati della Capogruppo. La debolezza della domanda interna e la decisa riduzione delle scorte da parte di alcune categorie di clientela hanno influenzato in modo rilevante il fatturato. I tempestivi interventi sulla Capogruppo volti alla razionalizzazione ed al contenimento dei costi ad ogni livello della struttura aziendale hanno positivamente controbilanciato la minor marginalità derivata dalla contrazione dei ricavi e unitamente agli incoraggiati risultati delle controllate francesi hanno consentito comunque al Gruppo di migliorare i risultati economici e finanziari del primo semestre.

Il primo semestre 2012 è stato caratterizzato da un quadro macroeconomico e finanziario sempre più difficile in Europa, e soprattutto in Italia, con l'attuazione di pesanti manovre fiscali, restrizioni dell'accesso al credito per la distribuzione e un deciso peggioramento della propensione all'acquisto e delle aspettative dei consumatori.

A fronte di questa situazione il Gruppo ha deciso di proseguire con le azioni volte alla generazione di cassa, al recupero della marginalità lorda, al contenimento dei costi di marketing e di struttura, attraverso politiche di contenimento dei costi, di controllo del circolante e della marginalità e ponendo particolare attenzione alla riduzione dei rischi di solvibilità nei confronti dei clienti in difficoltà finanziaria.

Ai fini del risultato del secondo semestre sarà determinate l'andamento climatico che lo scorso anno ricordiamo particolarmente sfavorevole. I bassi livelli di scorte verosimilmente presenti nella distribuzione, in presenza di condizioni climatiche normali potrebbero far prevedere una piccola ripresa dei fatturati.

Considerando comunque le generalizzate aspettative di permanenza anche nel secondo semestre delle criticità sopra evidenziate a livello di propensione al consumo, è oltremodo impegnativa la formulazione di previsioni attendibili e pertanto il management ritiene di dover guardare con molta cautela e prudenza anche alle previsioni di fatturato ed ai risultati per l'intero esercizio, seppur in presenza di risultati semestrali consolidati incoraggianti oltre ad una struttura patrimoniale sempre più solida.

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 rischio e 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 la Relazione Finanziaria Semestrale – comprendente il bilancio semestrale abbreviato al 30.06.2012, la relazione intermedia sulla gestione e l'attestazione prevista dall'art. 154 bis comma 5 del T.U.F. - verrà messa a disposizione del pubblico presso la sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. entro il giorno 28.08.2012.

Da tale data sarà altresì consultabile nella sezione IR del sito internet della Società: www.cspinternational.it.

Modalità di trasmissione delle Regulated Information

CSP International Fashion Group S.p.A., dal 28 maggio 2012, per la trasmissione delle Regulated Information, ha scelto di avvalersi del circuito SDIR-NIS "Regulated Service Basic" gestito da Bit Market Services, società del Gruppo London Stock Exchange, avente sede in Piazza Affari, 6, Milano.

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 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.

GRUPPO CSP

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Attività

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2012	31 dicembre 2011	30 giugno 2011
ATTIVITA' NON CORRENTI			
Attività immateriali:			
Avviamento	11.416	11.416	11.416
Altre attività immateriali	4.827	5.095	5.338
Attività materiali:			
Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	19.926	20.489	21.015
Altre attività non correnti:			
Altre partecipazioni	8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	33	50	46
Attività per imposte anticipate	7.100	7.157	9.270
Totale attività non correnti	43.310	44.215	47.093
ATTIVITA' CORRENTI			
Rimanenze di magazzino	37.572	34.257	46.706
Crediti commerciali	18.537	33.782	22.928
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.766	1.993	3.096
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	22.641	19.603	13.480
Totale attività correnti	81.516	89.635	86.210
TOTALE ATTIVITA'	124.826	133.850	133.303

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2012	31 dicembre 2011	30 giugno 2011
PATRIMONIO NETTO			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sociale	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	40.631	39.588	39.471
- Riserve di rivalutazione	758	758	758
- Risultato del periodo	(412)	2.676	(2.737)
- meno: Azioni proprie	(447)	(125)	(125)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	57.825	60.192	54.662
PASSIVITA' NON CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:			
- Debiti verso banche	18.861	20.378	21.894
TFR e altri fondi relativi al personale	5.226	5.319	5.311
Fondi per rischi e oneri	1.164	2.167	2.882
Fondo imposte differite	3.659	3.728	3.728
Totale passività non correnti	28.910	31.592	33.815
PASSIVITA' CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:			
- Debiti verso banche	3.062	4.593	4.502
Debiti commerciali	25.645	26.997	30.598
Debiti vari e altre passività	9.186	10.297	9.510
Debiti per imposte correnti	198	179	216
Totale passività correnti	38.091	42.066	44.826
TOTALE PASSIVITA'	67.001	73.658	78.641
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	124.826	133.850	133.303

GRUPPO CSP

Conto economico consolidato

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	Semestre al 30 giugno 2012		Semestre al 30 giugno 2011		Esercizio al 31 dicembre 2011	
Ricavi	55.528	100,0%	60.432	100,0%	143.112	100,0%
Costo del venduto	(30.614)	-55,1%	(34.172)	-56,5%	(79.677)	-55,7%
Margine industriale	24.914	44,9%	26.260	43,5%	63.435	44,3%
Spese dirette di vendita	(5.029)	-9,1%	(5.670)	-9,4%	(11.722)	-8,2%
Margine commerciale lordo	19.885	35,8%	20.590	34,1%	51.713	36,1%
Altri ricavi (spese) operativi	1.153	2,1%	136	0,2%	1.556	1,1%
Spese commerciali e amministrative	(20.461)	-36,8%	(22.986)	-38,0%	(46.724)	-32,6%
Costi di ristrutturazione	(159)	-0,3%	(523)	-0,9%	(385)	-0,3%
Risultato operativo	418	0,8%	(2.783)	-4,6%	6.160	4,3%
Altri proventi (oneri) finanziari	(436)	-0,8%	(624)	-1,0%	(864)	-0,6%
Risultato prima delle imposte	(18)	0,0%	(3.407)	-5,6%	5.296	3,7%
Imposte sul reddito	(394)	-0,7%	670	1,1%	(2.620)	-1,8%
Utile (perdita) netto del Gruppo	(412)	-0,7%	(2.737)	-4,5%	2.676	1,9%

Risultato per azione - base	Euro	(0,012)	(0,082)	0,080
------------------------------------	-------------	----------------	----------------	--------------

Risultato per azione - diluito	Euro	(0,012)	(0,082)	0,080
---------------------------------------	-------------	----------------	----------------	--------------

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 2011 un fatturato consolidato di 143,1 milioni di Euro, conta circa 900 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in circa 40 paesi del mondo. Il 70% del fatturato è realizzato all'estero e circa il 25% 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;
- **Cagi:** marchio storico nel mercato dell'intimo 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** - 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
- 2010** - Acquisizione del Gruppo WELL (49,5 mln di Euro di fatturato, 20% di quota di mercato calzetteria in Francia)
- 2011** - siglato accordo di licenza per il marchio Cagi;
- 2012** - acquisito 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

CSP International Fashion Group S.p.A., dal 28 maggio 2012, per la trasmissione delle Regulated Information, ha scelto di avvalersi del circuito SDIR-NIS "Regulated Service Basic" gestito da Bit Market Services, società del Gruppo London Stock Exchange, avente sede in Piazza Affari, 6, Milano.

Il Comunicato è presente sul sito Internet www.cspinternational.it nella sezione Investor Relations