



**RELAZIONE TRIMESTRALE
CONSOLIDATA
AL
30 SETTEMBRE 2007**

GRUPPO CSP

CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Francesco	BERTONI (*)
Vice Presidente	Maria Grazia	BERTONI (*)
Amministratore Delegato	Gianfranco	BOSSI
Consiglieri	Luigi Carlo Enzo Arturo	BELLAVITA BERTONI BERTONI TEDOLDI

Collegio Sindacale

Presidente	Guido	TESCAROLI
Sindaci effettivi	Vanna Marco	STRACCIARI MONTESANO
Sindaci supplenti	Carlo Luca	SCARDOVELLI GASPARINI

(*) Note sull'esercizio dei poteri: poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, salvo quelli che per legge o statuto sono riservati al Consiglio di Amministrazione, a firma singola

RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULL'ANDAMENTO GESTIONALE DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2007

La relazione trimestrale al 30 settembre 2007 è stata redatta secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS, obbligatori dal 2005 nella redazione dei bilanci consolidati dei Gruppi quotati europei.

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 (Testo Unico della Finanza) che l'informativa contabile contenuta nella presente relazione trimestrale corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

1. DATI DI SINTESI

1.1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del terzo trimestre 2007, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente:

- il fatturato consolidato è stato pari a 83,2 milioni di Euro e si confronta con 70 milioni di Euro del 2006: l'incremento è del 18,8%;
- il margine industriale è pari a 35,8 milioni di Euro e si confronta con 28 milioni di Euro del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato sale dal 39,9% dello scorso anno al 43,0%;
- l'Ebitda (risultato operativo al lordo degli ammortamenti) è pari a 9,7 milioni di Euro e si confronta con 5,9 milioni di Euro del 2006: l'incidenza percentuale sale dall'8,4% del 2006 all'11,6%;
- l'Ebit (risultato operativo) è pari a 7 milioni di Euro e si confronta con 1,7 milioni di Euro del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato netto sale dal 2,4% del 2006 all'8,4%;
- il risultato prima delle imposte è pari a 5,7 milioni di Euro e si confronta con 0,4 milioni del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato netto sale dallo 0,5% del 2006 al 6,9%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari 5,5 milioni di Euro e si confronta con 0,06 milioni del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato balza dallo 0,1% al 6,7% (si può notare che il risultato netto dei primi nove mesi dell'anno è il doppio di quello dell'intero esercizio scorso);
- l'indebitamento verso il sistema bancario è pari a 24 milioni di Euro, in linea con i 24 milioni al 30 settembre 2006;
- il patrimonio netto è salito da 36,9 milioni al 30 settembre 2006 a 45,1 milioni di Euro.

1.2. Il trend del fatturato

L'andamento del fatturato conferma il positivo trend in atto dal secondo semestre 2006, quando è iniziata l'inversione di tendenza:

Il semestre 2006 vs. Il semestre 2005:	+ 7,4%
Gen./Set. 2007 vs. Gen./Set. 2006:	+ 18,8%

1.3. Il mix del fatturato

- L'incremento di fatturato realizzato nei primi 9 mesi dell'anno, pari a oltre 13 milioni di Euro, è dovuto per 8 milioni alle nuove attività distributive e per 5 milioni ai marchi propri. Al 30 settembre 2007, l'incidenza dei marchi di terzi, in licenza o in distribuzione, è pari all'11,5% del fatturato totale. Cresce l'incidenza delle marche a redditività più elevata (Oroblù, Le Bourget e Lepel) e diminuisce quella della marca con marginalità più contenuta (Sanpellegrino).
- Il mix per categorie di prodotto, nei primi nove mesi del 2007, mostra che la diversificazione merceologica (con intimo, costumi da bagno e maglieria esterna) si avvicina alla metà del giro d'affari, con il 43,5% di incidenza sul fatturato totale.
- Il mix Italia/Estero dei primi 9 mesi del 2007 è pari al 51,5% per l'Italia e il 48,5% per l'estero.
- Nei tre principali mercati la crescita di fatturato rispetto ai corrispondenti 9 mesi dell'esercizio precedente è stata la seguente:

Italia (51% del totale)	+ 29%
Francia (24% del totale)	+ 2%
Russia (5% del totale)	+ 20%

1.4. Margini

Continua il trend di miglioramento del margine industriale, come indicato dalla seguente sequenza:

Secondo semestre 2004: 27,1%

Anno 2005: 30,9%

Anno 2006: 40,3%

Gen./Set. 2006: 39,9%

Gen./Set. 2007: 43,0%

Il miglioramento dei margini è stato la conseguenza, nel 2005/2006, di interventi strutturali sugli assetti produttivi e sugli organici, e, nel 2006/2007, dei cambiamenti nel mix di vendita, attualmente più orientato verso i marchi a maggior marginalità.

Il contributo dei marchi in distribuzione e in licenza è importante a livello di fatturato e margine industriale, ma non ancora significativo a livello di risultato netto, a causa dei costi iniziali sostenuti nella fase di introduzione. L'attività distributiva per terzi sarà a regime nel corso del 2008 e sfrutterà interamente il suo potenziale nel 2009.

1.5. Andamento dei mercati

Gli ultimi dati disponibili circa i consumi delle merceologie di nostro interesse, segnalano le seguenti principali tendenze.

Calzetteria

- L'anno terminante in agosto presenta in Italia ancora un decremento dei consumi (fonte Istituto GFK):
 - -10,6% in quantità
 - -9,8% in valore.
- In Francia l'anno terminante a ottobre è invece molto positivo (fonte Istituto Nielsen):
 - +3,3% in quantità
 - +8,3% in valore.

Intimo (fonte Istituto GFK)

I dati dell'anno terminante a giugno 2007 segnalano i seguenti trend, nei confronti dell'anno terminante a giugno 2006:

Mercati	Quantità	Valore
Intimo donna	- 0,7%	+/- 0%
Intimo uomo	+ 1,9%	+ 2,8%
Totale intimo	+ 1,5%	+ 0,7%

Segmenti donna	Pezzi
Reggiseni	- 1,4%
Mutande	+ 0,6%
Maglieria	- 1,6%

Complessivamente, il mercato dell'intimo cresce in valore, anche se con un decremento in quantità del segmento reggiseni.

Sintesi mercati

Il valore globale dei mercati di nostro interesse è presentato dalla seguente tabella (fonti GFK e SMI-ATI):

Mercato italiano 2006	Fatturato in Euro
Collant donna	1,1 miliardi
Calze uomo	0,4 miliardi
Intimo	1,7 miliardi
Costumi da bagno	0,6 miliardi

2. ANDAMENTO DEL GRUPPO

2.1. Dati sintetici di conto economico

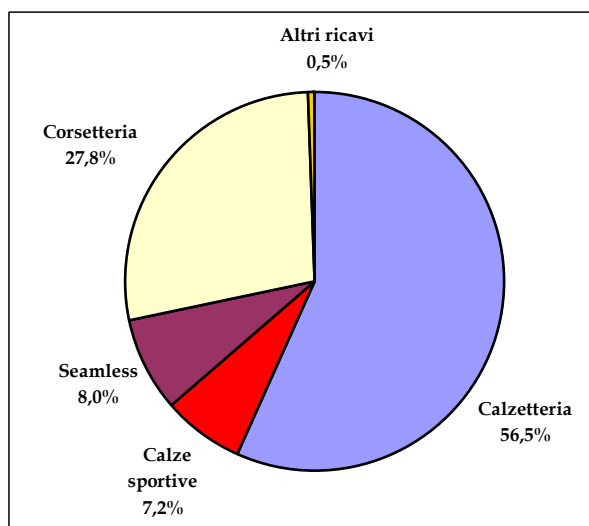
(in milioni di Euro)	Trimestre 01/07 - 30/09 2007		Trimestre 01/07 - 30/09 2006		Periodo al 30 settembre 2007		Periodo al 30 settembre 2006		Esercizio al 31 dicembre 2006	
	valore	%	valore	%	valore	%	valore	%	valore	%
Ricavi	29,90	100,0%	28,93	100,0%	83,22	100,0%	70,04	100,0%	100,44	100,0%
Costo del venduto	(16,01)	-53,5%	(15,77)	-54,5%	(47,40)	-57,0%	(42,09)	-60,1%	(59,99)	-59,7%
Margine Industriale	13,89	46,5%	13,16	45,5%	35,82	43,0%	27,95	39,9%	40,45	40,3%
Spese dirette di vendita	(2,80)	-9,4%	(2,29)	-7,9%	(8,21)	-9,9%	(6,27)	-8,9%	(8,99)	-9,0%
Margine commerciale lordo	11,09	37,1%	10,88	37,6%	27,61	33,2%	21,68	31,0%	31,46	31,3%
Spese commerciali e amministrative	(6,76)	-22,6%	(7,43)	-25,7%	(20,92)	-25,1%	(20,26)	-28,9%	(28,27)	-28,1%
Altri ricavi/spese operative/ristrutturazioni	0,21	0,7%	0,25	0,9%	0,28	0,3%	0,26	0,4%	2,40	2,4%
Risultato operativo	4,53	15,2%	3,69	12,8%	6,97	8,4%	1,68	2,4%	5,59	5,6%
Altri oneri/proventi non operativi	(0,05)	-0,2%	(0,01)	0,0%	0,00	0,0%	0,00	0,0%	(0,07)	-0,1%
Oneri/proventi finanziari netti	(0,45)	-1,5%	(0,34)	-1,2%	(1,23)	-1,5%	(1,33)	-1,9%	(1,85)	-1,8%
Risultato prima delle imposte	4,03	13,5%	3,35	11,6%	5,74	6,9%	0,35	0,5%	3,67	3,7%
Imposte sul reddito	(0,13)	-0,4%	(0,09)	-0,3%	(0,20)	-0,2%	(0,29)	-0,4%	(0,98)	-1,0%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3,90	13,1%	3,26	11,3%	5,54	6,7%	0,06	0,1%	2,69	2,7%

EBITDA	5,36	17,9%	5,04	17,4%	9,67	11,6%	5,86	8,4%	11,02	11,0%
--------	------	-------	------	-------	------	-------	------	------	-------	-------

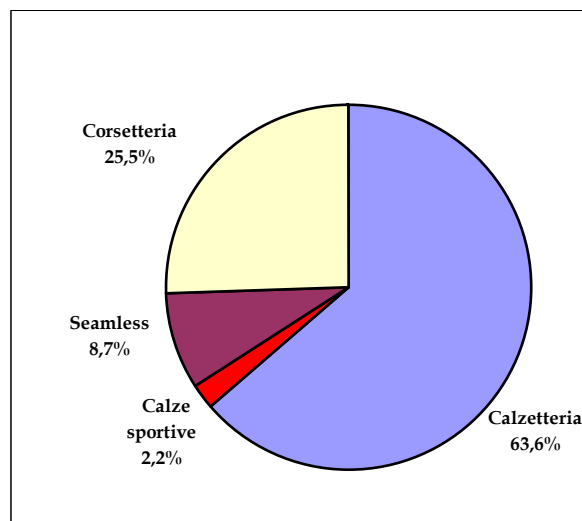
2.1.1. Ricavi netti – I ricavi netti del terzo trimestre 2007 sono passati da 28,9 milioni di Euro a 29,9 milioni di Euro con un incremento del 3,4% rispetto al corrispondente trimestre dell'esercizio precedente, mentre per quanto riguarda i primi nove mesi sono passati da 70,0 a 83,2 milioni di Euro (con un incremento del 18,8%). Tali incrementi confermano la positiva inversione di tendenza iniziata a partire dal secondo semestre del 2006 e sono dovuti sia alle nuove iniziative di distribuzione di marchi di terzi (+ 8,0 milioni di Euro) che all'incremento delle vendite di prodotti a marchio del Gruppo (+ 5,2 milioni di Euro).

I seguenti grafici illustrano la composizione dei ricavi per merceologia, per marca e per area geografica del periodo in esame confrontati con il corrispondente periodo dell'esercizio 2006:

MERCEOLOGIA: fatturato % al 30.09.2007



MERCEOLOGIA: fatturato % al 30.09.2006



Nei primi nove mesi del 2007 la calzetteria ha registrato un incremento dei ricavi (+ 5,7%) rispetto al corrispondente periodo del 2006 passando da 44,5 a 47,1 milioni di Euro di fatturato; l'incidenza della merceologia sul fatturato, in un contesto generale di crescita, si è ridotta passando dal 63,6% al 56,5%.

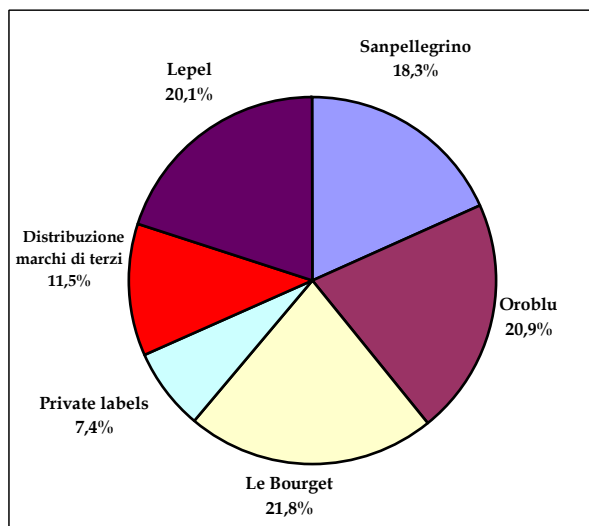
Le vendite di corsetteria, che comprendono anche i costumi da bagno (meno significativi nel 2006), hanno registrato un incremento molto significativo (+ 29,6%), passando da 17,8 a 23,1 milioni di Euro.

GRUPPO CSP

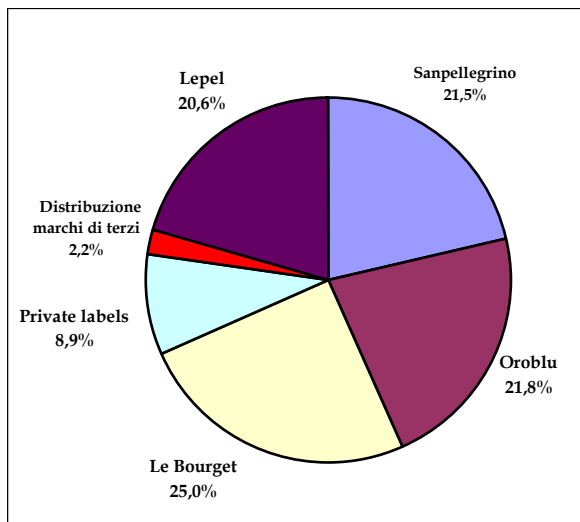
Anche per ciò che riguarda il *seamless*, la merceologia che opera in un contesto di mercato più critico per effetto della saturazione dello stesso e per la riduzione dei consumi, i primi nove mesi del 2007 hanno evidenziato un incremento del 9,1%.

Si segnala inoltre che nel periodo in esame si registrano 6,0 milioni di Euro di vendite di calze sportive derivanti dalla distribuzione di prodotti a marchio Puma, mentre nell'anno precedente le vendite (iniziate a partire dal secondo semestre) ammontavano a 1,6 milioni di Euro.

MARCHE: fatturato % al 30.09.2007



MARCHE: fatturato % al 30.09.2006



Nel periodo in esame Oroblù, il marchio a posizionamento più elevato ed a maggiore marginalità, continua ad evidenziare ottimi risultati con un incremento del 13,8% rispetto ai primi nove mesi del 2006, con un fatturato che è passato da 15,3 a 17,4 milioni di Euro.

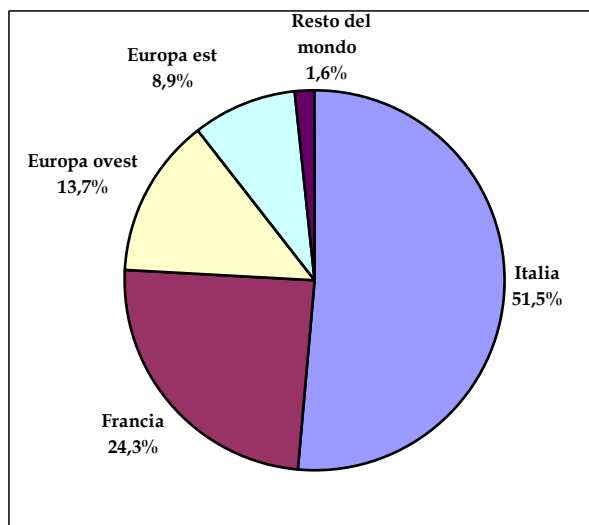
Anche Lepel ha registrato ottimi risultati, con un fatturato in incremento del 16,1% rispetto all'anno precedente.

Il marchio Le Bourget, con un fatturato pari a 18,2 milioni di Euro (+ 3,5% rispetto al 2006) è attualmente il primo marchio del Gruppo in valore.

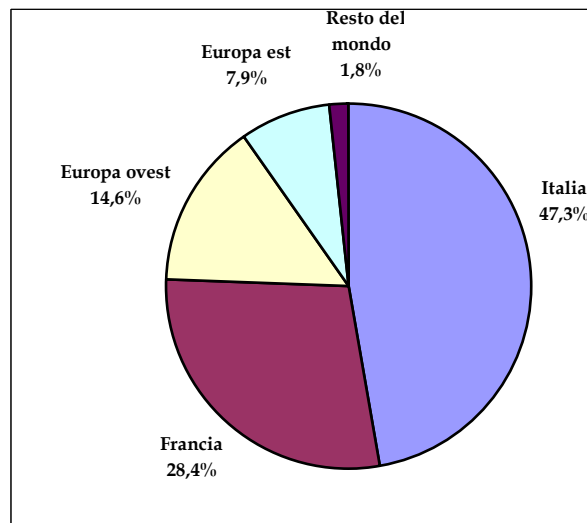
Sanpellegrino, il marchio a minore marginalità nell'ambito del Gruppo, continua ad evidenziare leggeri miglioramenti rispetto ai precedenti periodi, e registra un incremento delle vendite del 1,2% rispetto ai primi nove mesi del 2006.

Le vendite di prodotti a marchio di terzi (pari a 9,6 milioni di Euro, con un'incidenza dell'11,5% sul totale del Gruppo), oltre ai già citati articoli di Puma registra le consegne delle prime collezioni a marchio Sergio Tacchini, Miss Sixty ed Energie.

AREE: fatturato % al 30.09.2007



AREE: fatturato % al 30.09.2006



Per quanto riguarda i ricavi per area geografica, in Italia si registra un incremento del 29,1% grazie soprattutto ai buoni risultati ottenuti dai marchi Oroblù, Lepel e dalle calze sportive Puma.

In Francia, secondo mercato per importanza nell'ambito del Gruppo, ove opera prevalentemente il marchio Le Bourget, l'incremento è stato pari al 2,0%.

Nell'Europa dell'ovest il fatturato registra un incremento del 11,3% passando da 10,2 a 11,4 milioni di Euro, grazie soprattutto ai buoni riscontri del marchio Oroblù.

Anche le vendite nell'Europa dell'est, principalmente in Russia, registrano un incremento, passando da 5,5 a 7,4 milioni di Euro.

2.1.2. Margine industriale – L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti del terzo trimestre è pari al 46,5% rispetto al 45,5% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente, mentre per quanto riguarda l'intero periodo l'incidenza passa dal 39,9% al 43,0%

Il miglioramento del margine è dovuto principalmente al diverso mix delle vendite, con una maggiore incidenza di prodotti a marginalità più elevata, e di Oroblù in particolare.

2.1.3. Spese dirette di vendita – Le spese dirette di vendita, strettamente correlate ai volumi, passano da 6,3 milioni di Euro a 8,2 milioni di Euro, mentre la loro incidenza sul fatturato netto passa dall'8,9% al 9,9%. Tale incremento è prevalentemente attribuibile ai costi per royalties in relazione alla sopraccitata distribuzione di marchi di terzi.

2.1.4. Spese commerciali e amministrative – Tali spese sono pari a 20,9 milioni di Euro rispetto a 20,3 milioni di Euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. L'incremento è dovuto principalmente ai maggiori investimenti promo-pubblicitari sostenuti nel primo semestre del 2007 (+ 1,6 milioni di Euro), parzialmente controbilanciati da minori costi per consulenze.

2.1.5. Risultato Operativo – Il risultato operativo al 30 settembre 2007 è pari a 7,0 milioni di Euro, rispetto a 1,7 milioni di Euro dello stesso periodo del 2006. Tale risultato è ascrivibile principalmente ai sopramenzionati incremento dei volumi e miglioramento del mix di vendita.

2.1.6. Proventi (oneri) finanziari netti – Gli oneri finanziari netti totali si sono ridotti, passando da 1,3 a 1,2 milioni di Euro, grazie alla riduzione dell'indebitamento finanziario medio nonostante l'aumento dei tassi di interesse.

2.1.7. Imposte sul reddito – Le imposte sul reddito si riferiscono a imposte correnti per 0,8 milioni di Euro (principalmente IRAP), in buona parte compensate dalle imposte differite.

2.1.8. EBITDA – L'EBITDA (risultato operativo al lordo degli ammortamenti delle immobilizzazioni) è pari a 9,7 milioni di Euro, rispetto a 5,9 milioni di Euro del 30 settembre 2006, con un incidenza sui ricavi passata dall'8,4% all'11,6%.

2.2. Dati sintetici di stato patrimoniale

La situazione patrimoniale riclassificata sintetica del Gruppo è riepilogata nella seguente tabella:

<i>(in milioni di Euro)</i>	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006	30 settembre 2006
Attività operative a breve	83,54	77,02	71,81	69,13
Passività operative a breve	(34,94)	(41,41)	(33,73)	(31,18)
Capitale circolante operativo netto	48,60	35,61	38,08	37,95
Partecipazioni	1,30	1,31	1,24	1,27
Altre attività non correnti	3,29	3,32	3,19	4,26
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	27,58	28,21	29,74	31,03
CAPITALE INVESTITO	80,77	68,45	72,25	74,51
Altre passività a medio e lungo termine	(11,65)	(11,77)	(13,19)	(13,61)
CAPITALE INVESTITO NETTO	69,12	56,68	59,06	60,90
Indebitamento finanziario netto	23,98	15,44	19,48	24,02
Patrimonio netto	45,14	41,24	39,58	36,88
TOTALE	69,12	56,68	59,06	60,90

2.2.1. Capitale circolante – Il capitale circolante operativo netto al 30 settembre 2007, pari a 48,6 milioni di Euro, è aumentato di 10,6 milioni di Euro rispetto al 30 settembre 2006. L'incremento delle rimanenze di magazzino, per effetto dell'introduzione di nuovi articoli con marchi di terzi, e dei crediti commerciali, correlato alla crescita del fatturato, è stato in parte compensato dall'aumento dei debiti verso fornitori conseguente al maggior volume di attività.

2.2.2. Capitale investito – Il capitale investito passa da 74,5 a 80,8 milioni di Euro, principalmente per effetto del sopra menzionato aumento del capitale circolante controbilanciato dalla riduzione delle immobilizzazioni a causa degli ammortamenti e della cessione dello stabilimento di Carpi.

2.2.3. Indebitamento finanziario – L'indebitamento finanziario netto, come illustrato nella tabella seguente, è in linea con quello al 30 settembre 2006. L'incremento dell'indebitamento finanziario rispetto al 31 dicembre 2006 è dovuto principalmente al già menzionato aumento del capitale circolante operativo netto.

La posizione finanziaria netta risulta così composta:

<i>(in milioni di Euro)</i>	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006	30 settembre 2006
Debiti verso banche a breve	11,47	3,22	10,57	10,91
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	5,80	3,47	0,17	0,19
Cassa e banche attive	(4,51)	(4,78)	(8,17)	(3,96)
Indebitamento finanziario netto a breve	12,77	1,91	2,57	7,14
Finanziamenti a medio lungo termine al netto delle quote correnti	11,21	13,53	16,91	16,88
Indebitamento finanziario netto	23,98	15,44	19,48	24,02

Raccordo tra prospetti contabili della Capogruppo e prospetti contabili consolidati

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Patrimonio netto al 30 settembre 2007	Risultato netto al 30 settembre 2007
Situazione CSP International Fashion Group S.p.A.	48.295	5.536
Patrimonio netto e risultato della partecipazione consolidata	1.388	511
Eliminazione del valore di carico della partecipazione consolidata	(12.088)	0
Rilevazione avviamento	8.356	0
Storno degli utili infragruppo inclusi nelle rimanenze di magazzino al netto dell'effetto fiscale	(913)	(552)
Effetto della valutazione delle partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto	102	46
Situazione consolidata Gruppo CSP	45.140	5.541

3. ANDAMENTO DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO

3.1. Capogruppo

Al 30 settembre 2007 la Capogruppo ha realizzato un fatturato pari a 73,3 milioni di Euro. Si confronta con un fatturato di 57,8 milioni di Euro al terzo trimestre 2006. L'incremento è pari al 26,8%.

La Capogruppo ha realizzato un utile netto di 5,5 milioni di Euro. Si confronta con un utile di 0,6 milioni al terzo trimestre 2006. L'incidenza sul fatturato è salita dall'1,1% al 7,6%. Il miglioramento deriva principalmente dall'incremento del margine industriale, salito dal 33,1% al 36,9%.

3.2. Le Bourget

La controllata francese ha registrato un fatturato di 21,9 milioni di Euro. Si confronta con 21,3 milioni di Euro. L'incremento è pari al 2,9%. Anche per Le Bourget, come per la Capogruppo, si registra un miglioramento del margine industriale, salito dal 41,3% al 42,9%.

La società ha registrato un utile di 0,5 milioni di Euro, contro una perdita di 0,5 milioni di Euro al terzo trimestre 2006: l'incidenza sul fatturato è passata dal -2,5% al +2,3%.

4. PRINCIPALI ATTIVITÀ

4.1. Razionalizzazione produttiva

- Collant: la capacità produttiva, precedentemente frazionata tra Francia, Rivarolo del Re e Ceresara, è attualmente concentrata nello stabilimento di Ceresara, con benefici sul costo unitario di produzione.
- Corsetteria: la produzione di corsetteria è realizzata in outsourcing, mantenendo all'interno il know-how progettuale per stile, taglio, modellistica e campionatura, con un conseguente miglioramento nella competitività del rapporto costi/prezzi.

4.2. Innovazione

L'incidenza dei nuovi prodotti (intendiamo per nuovi prodotti gli articoli lanciati nel periodo di riferimento e nell'anno precedente) della Capogruppo (senza comprendere le marche in distribuzione o in licenza) è salita a quasi un terzo del fatturato totale, come indica la tabella seguente:

GRUPPO CSP

PERIODO	INCIDENZA %	
	IN QUANTITA'	IN VALORE
Totale anno 2005	9,1	22,4
Totale anno 2006	11,2	24,1
Gen./Set. 2006	10,0	27,8
Gen./Set. 2007	12,1	33,4

Il prezzo medio dei nuovi prodotti è stato, nei primi nove mesi del 2007, quasi tre volte più elevato di quello dei prodotti già esistenti.

4.3. Nuovi prodotti

Nel corso del 2007 sono state presentate nuove iniziative:

- la collezione Oroblù Couture, destinata al segmento di alta gamma del mercato, con prezzi più che doppi rispetto alla collezione classica Oroblù;
- Sanpellegrino "In & Out", un collant che promette "pancia in dentro e sedere in fuori", grazie alla particolare struttura tessile del corpino.

Ricordiamo le novità presentate al mercato nell'ultimo biennio.

MARCHI	2006	2007
Sanpellegrino	Gamma di collant Sollievo	Collant In&Out
Oroblù	Collezione Kids	Collezione Couture
Lepel	Nuovo reggiseno Belseno	Miss Lepel Silhouette
Le Bourget	Collezione "2 be sexy"	Collezione "Chic Attitude"

4.4. Pubblicità

- Il rilancio di Belseno Lepel è stato sostenuto da una campagna TV con Megan Gale come testimonial.
- La diversificazione di Le Bourget nella lingerie è stata supportata da un'affissione in Francia.
- Le collezioni di costumi da bagno sono state sostenute da due campagne stampa per Le Bourget e Miss Sixty, nel corso dell'estate 2007.
- Il nuovo prodotto Sanpellegrino In&Out ha in corso una campagna TV.

4.5. Nuove attività distributive

Riepiloghiamo l'attività distributiva svolta da CSP International per marchi di terzi, utilizzando due tabelle. La prima illustra marchi e merceologie, con il relativo timing di fatturato.

MARCHI DI TERZI	ACCORDI	MERCEOLOGIA	TERRITORI	TIMING
Puma	Distribuzione	Calze sportive	Italia	II sem. 2006
Sergio Tacchini	Distribuzione	Coordinati mare, polo, T-shirt	Europa	I sem. 2007
Miss Sixty (donna)	Licenza	Mare Calze, intimo	Mondo	I sem. 2007 II sem. 2007
Energie (uomo)	Licenza	Intimo Mare	Mondo	II sem. 2007 I sem. 2008

La seconda illustra le modalità distributive nei diversi canali commerciali.

GRUPPO CSP

	OWNED BRAND				DISTRIBUTIONS		LICENSING	
Brand								
Distribution channel								
Retailers		✓		✓	✓	✓	✓	✓
Department stores		✓		✓			✓	✓
Wholesalers	✓		✓			✓		
Super-Hypermarket	✓		✓	✓	✓			
Sport specialists					✓	✓		
Monobrand stores		✓	✓					

4.6. Negozi monomarca

- Il Gruppo ha negozi propri in Italia (8), Francia (3) e Polonia (23). I negozi presenti in altri paesi (10) sono di proprietà dei distributori locali. Complessivamente i negozi sono 44.
- Il canale di vendita costituito dai negozi propri è attualmente marginale e non rientra tra le priorità nei piani di sviluppo futuro aziendale, a causa della presenza sul mercato di catene di negozi ormai saldamente consolidate.
- Per quanto riguarda i negozi propri in Italia e Francia, i monomarca Oroblù sono in perdita e ne saranno mantenuti solamente 3, mentre gli outlets sono in pareggio e saranno mantenuti per la positiva funzione di smaltimento di stock e fine serie.

4.7. Operazioni straordinarie

Nell'ambito delle nuove priorità strategiche, che privilegiano le attività distributive, rispetto a quelle produttive, CSP International Fashion Group ha ceduto il ramo d'azienda costituito dal Reparto Torcitura.

Questi i termini dell'iniziativa:

- la controparte dell'operazione è Contifibre S.p.A., un primario operatore nel mercato europeo del trattamento industriale dei filati;
- la cessione comporta il trasferimento dell'organico del reparto, costituito da 18 unità, da CSP International a Contifibre;
- la produzione verrà sostituita da approvvigionamenti sul mercato, in particolare presso Contifibre, a prezzi competitivi;
- la vendita prevede un prezzo di realizzo di 1 milione di Euro, con una plusvalenza di circa 0,9 milioni di Euro, non ancora contabilizzata al 30 settembre 2007.

Il timing dell'operazione è il seguente:

- l'accordo è stato firmato il 27 luglio 2007 e il contratto preliminare di vendita il 26 settembre 2007;
- il trasferimento del ramo d'azienda, costituito da organico e macchinario, è in corso e sarà completato nel quarto trimestre dell'anno.

4.8. Eventi successivi alla chiusura del trimestre

Sanpellegrino Polska

CSP International ha deciso di cedere la partecipazione nella società Sanpellegrino Polska, della quale detiene una quota del 50%. La quota sarà ceduta al socio polacco che detiene l'altro 50%. Il prezzo di cessione è stato concordato in 1,3 milioni di Euro, sostanzialmente equivalenti al valore a libro della partecipazione.

La transazione si inserisce nella 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.

I termini dell'operazione dovrebbero essere perfezionati in un rogito previsto entro l'anno 2007.

Sito produttivo dismesso

Si sta negoziando la vendita del fabbricato di Poggio Rusco (MN), precedentemente adibito a sito produttivo Lepel e attualmente non più operativo.

5. PROSPETTIVE

5.1. Fonti di business

Le indicazioni operative sono indicate in tabella.

MIX	OBIETTIVI
Geografico	Impulso ai mercati extra-Italia (48,5% al 30.09.2007)
Merceologico	Sviluppo della diversificazione con intimo, mare e fashion (43,5% al 30.09.2007)
Marche proprie	Sostegno alle marche ad alta marginalità (Oroblù, Le Bourget e Lepel: 62,8% al 30.09.2007)
Marche di terzi	Crescita delle marche di terzi (11,5% al 30.09.2007)

CSP International Fashion Group si propone il seguente mix di fatturato:

- estero più importante del mercato italiano;
- diversificazione rilevante almeno quanto il core business della calzetteria;
- sostegno alle marche proprie con alta marginalità;
- marche in distribuzione e in licenza significativamente complementari alle marche proprie.

Il perseguimento di questi obiettivi sta rendendo il business

- più equilibrato, perché bilancia il peso della calzetteria;
- più redditizio, perché estero, diversificazione, marchi propri nell'alto di gamma e marchi in distribuzione hanno margini industriali più elevati della media.

5.2. Sfruttamento delle competenze distributive

L'Azienda ha una competenza di lunga data nella produzione di calze e collant e una competenza più recente nella produzione delle altre merceologie.

Ha inoltre una più modesta esperienza nel retail, con una piccola presenza di negozi a marchio proprio.

Tra produzione e retail, l'Azienda ha sviluppato una specifica competenza nella distribuzione nei diversi canali commerciali

- in Italia con 7 Forze Vendita, 100 Agenti e 100 merchandisers;
- in Francia con 2 Forze Vendita, 40 Venditori e 120 dimostratrici;
- in altri 52 paesi con 100 Distributori e Agenti.

Il punto di forza, tra produzione e retail, è la competenza distributiva, che consente di perseguire gli obiettivi di business equilibrato e redditizio, indicati al punto precedente.

5.3. Priorità

- A. Sostenere le marche proprie con innovazione e pubblicità;
- B. Sfruttare tutto il potenziale degli accordi distributivi, portandoli a regime nel 2008-2009.
- C. Ricercare un'ulteriore licenza o distribuzione, da attivare entro il biennio.
- D. Ridurre ulteriormente l'indebitamento, per favorire la prospettiva di un'eventuale acquisizione.

5.4. Previsioni

Si può prevedere, per l'anno in corso:

- un incremento di fatturato a due cifre, rispetto al 2006;
- un utile netto più che doppio, rispetto a quello registrato nel 2006.

In prospettiva, si prevede per il prossimo triennio:

- una crescita di fatturato più equilibrata di quella del 2007;
- un graduale miglioramento dell'Ebitda,.

Ceresara, 14 novembre 2007

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
Francesco Bertoni

Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006	30 settembre 2006
ATTIVITA' NON CORRENTI				
Attività immateriali:				
- Avviamento	11.416	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	421	504	584	885
Attività materiali:				
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	15.746	16.224	17.668	18.660
- Investimenti immobiliari di proprietà	0	70	70	70
Altre attività non correnti:				
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto	1.293	1.294	1.227	1.259
Altre partecipazioni	11	11	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	142	149	147	147
Attività per imposte anticipate	3.140	3.176	3.045	3.160
Totale attività non correnti	32.169	32.844	34.168	35.608
ATTIVITA' CORRENTI				
Rimanenze di magazzino	37.467	38.795	26.897	27.680
Crediti commerciali	43.649	34.709	43.248	40.778
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.425	3.516	1.669	668
Attività destinate alla vendita	0	0	0	949
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	4.506	4.783	8.168	3.964
Totale attività correnti	88.047	81.803	79.982	74.039
TOTALE ATTIVITA'	120.216	114.647	114.150	109.647

Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006	30 settembre 2006
PATRIMONIO NETTO				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	21.546	21.548	18.842	18.770
- Riserve di rivalutazione	758	758	758	758
- Risultato del periodo	5.541	1.636	2.685	60
TOTALE PATRIMONIO NETTO	45.140	41.237	39.580	36.883
PASSIVITA' NON CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Prestito Obbligazionario	0	0	0	0
- Debiti verso banche	11.210	13.535	16.907	16.884
TFR e altri fondi relativi al personale	5.615	5.626	6.698	6.988
Fondi per rischi e oneri	2.132	2.072	2.109	2.574
Fondo imposte differite	3.860	4.034	4.361	4.015
Debiti vari e altre passività non correnti	50	41	23	18
Totale passività non correnti	22.867	25.308	30.098	30.479
PASSIVITA' CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	17.271	6.688	10.743	11.103
Debiti commerciali	27.950	34.719	27.962	24.825
Debiti vari e altre passività	6.196	6.169	5.507	6.357
Debiti per imposte correnti	792	526	260	-
Totale passività correnti	52.209	48.102	44.472	42.285
TOTALE PASSIVITA'	75.076	73.410	74.570	72.764
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	120.216	114.647	114.150	109.647

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre 01/07 - 30/09 2007		Trimestre 01/07 - 30/09 2006		Periodo al 30 settembre 2007		Periodo al 30 settembre 2006		Esercizio al 31 dicembre 2006	
Ricavi	29.905	100,0%	28.929	100,0%	83.218	100,0%	70.036	100,0%	100.438	100,0%
Costo del venduto	(16.014)	-53,5%	(15.766)	-54,5%	(47.395)	-57,0%	(42.085)	-60,1%	(59.983)	-59,7%
Margine Industriale	13.891	46,5%	13.163	45,5%	35.823	43,0%	27.951	39,9%	40.455	40,3%
Spese dirette di vendita	(2.802)	-9,4%	(2.286)	-7,9%	(8.214)	-9,9%	(6.268)	-8,9%	(8.992)	-9,0%
Margine commerciale lordo	11.089	37,1%	10.877	37,6%	27.609	33,2%	21.683	31,0%	31.463	31,3%
Altri ricavi (spese) operativi	200	0,7%	241	0,8%	281	0,3%	264	0,4%	2.395	2,4%
<i>- di cui ricavi (spese) non ricorrenti</i>	0		0		0		0		1.426	
Spese commerciali e amministrative	(6.756)	-22,6%	(7.425)	-25,7%	(20.924)	-25,1%	(20.268)	-28,9%	(28.273)	-28,1%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Risultato operativo (EBIT)	4.533	15,2%	3.693	12,8%	6.966	8,4%	1.679	2,4%	5.585	5,6%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	(112)	-0,1%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	(48)	-0,2%	(7)	0,0%	(2)	0,0%	2	0,0%	40	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	(453)	-1,5%	(335)	-1,2%	(1.228)	-1,5%	(1.330)	-1,9%	(1.851)	-1,8%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	4.032	13,5%	3.351	11,6%	5.736	6,9%	351	0,5%	3.662	3,6%
Imposte sul reddito	(127)	-0,4%	(94)	-0,3%	(195)	-0,2%	(291)	-0,4%	(977)	-1,0%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3.905	13,1%	3.257	11,3%	5.541	6,7%	60	0,1%	2.685	2,7%

Risultato per azione - base	Euro	0,117	0,119	0,167	0,002	0,098
------------------------------------	------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Risultato per azione - diluito	Euro	0,117	0,119	0,167	0,002	0,098
---------------------------------------	------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

EBITDA	5.363	17,9%	5.038	17,4%	9.674	11,6%	5.859	8,4%	11.024	11,0%
---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	---------------	--------------

GRUPPO CSP

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO al 30 settembre 2007 e 30 settembre 2006 (importi in migliaia di Euro)

	30 settembre 2007 9 mesi	30 settembre 2006 9 mesi
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività operative:		
Risultato Operativo (EBIT)	6.966	1.679
Ammortamenti	2.757	4.180
(Plusvalenze)/Minusvalenza e altre poste non monetarie	(70)	(63)
Valutazione ad equity	(49)	(1)
Differenze cambio di conversione	30	(3)
Incremento (decremento) fondi rischi e oneri	23	(137)
Variazione TFR e altri fondi relativi al personale	(1.277)	(588)
Variazione delle imposte differite	0	0
Imposte pagate	(607)	(181)
Interessi pagati su C/C	(255)	(485)
Flusso di cassa prima delle variazioni di capitale circolante	7.518	4.401
<i>Variazione del capitale circolante netto:</i>		
(Incremento) decremento delle rimanenze	(10.570)	(915)
(Incremento) decremento dei crediti commerciali	(401)	5.229
Incremento (decremento) dei debiti commerciali	(12)	(2.582)
Incremento (decremento) dei debiti vari e altre passività	570	(526)
(Incremento) decremento dei crediti finanziari, crediti vari e altre attività	(408)	727
Totale variazione CCN	(10.821)	1.933
A. Totale flusso di cassa netto da attività operative	(3.303)	6.334
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività di investimento:		
(Investimenti) in immobilizzazioni materiali	(561)	(496)
(Investimenti) in immobilizzazioni immateriali	(132)	(191)
Realizzo della vendita di immobilizzazioni materiali	161	63
Realizzo della vendita di immobilizzazioni immateriali	0	0
Variazione crediti finanziari	5	10
B. Flusso di cassa netto da attività di investimento	(527)	(614)
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività di finanziamento:		
Variazione netta debiti finanziari a medio lungo termine	(74)	(1.556)
Interessi pagati su debiti finanziari	(663)	(640)
Aumenti/(rimborsi) di capitale proprio	0	3.306
C. Flusso di cassa netto da attività di finanziamento	(737)	1.110
D. Flusso di cassa netto del periodo (A+B+C)	(4.567)	6.830
DISPONIBILITA' LIQUIDE ED EQUIVALENTI ALL'INIZIO DEL PERIODO	(2.398)	(13.779)
DISPONIBILITA' LIQUIDE ED EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO	(6.965)	(6.949)

Dettaglio della composizione dell'Indebitamento finanziario netto al:	30 settembre 2007	30 settembre 2006
Disponibilità liquide	4.506	3.964
Debiti verso banche esigibili entro 12 mesi	(11.471)	(10.913)
Disponibilità liquide ed equivalenti	(6.965)	(6.949)
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	(5.800)	(190)
Indebitamento netto a breve termine	(12.765)	(7.139)
Debiti obbligazionari	0	0
Debiti verso banche esigibili oltre 12 mesi	(11.210)	(16.884)
Indebitamento netto a medio/lungo termine	(11.210)	(16.884)
Indebitamento finanziario netto totale	(23.975)	(24.023)

GRUPPO CSP

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI NEI CONTI DI PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

dal 1 gennaio 2006 al 30 settembre 2007

(in migliaia di Euro)

Descrizione	Capitale Sociale	Sovrapprezzo azioni	Riserve di rivalutazione	Riserva legale	Altre riserve	Utile (Perdita) dell'esercizio	Totale patrimonio netto
Saldi al 01.01.2006	12.740	18.076	9.606	1.359	(6.095)	(7.198)	28.488
Copertura Perdita d'esercizio 2005							
- Utilizzo Riserve			(8.848)		1.650	7.198	0
Effetto variazione dei cambi da conversione					29		29
Aumento di capitale	4.555	3.751					8.306
Risultato 30 settembre 2006						60	60
Saldi al 30.09.2006	17.295	21.827	758	1.359	(4.416)	60	36.883
Storno risultato del 30 settembre 2006						(60)	(60)
Effetto variazione dei cambi da conversione					72		72
Risultato al 31 dicembre 2006						2.685	2.685
Saldi al 31.12.2006	17.295	21.827	758	1.359	(4.344)	2.685	39.580
Destinazione Utile d'esercizio 2006				75	2.610	(2.685)	0
Effetto variazione dei cambi da conversione					19		19
Risultato al 30 settembre 2007						5.541	5.541
Saldi al 30.09.2007	17.295	21.827	758	1.434	(1.715)	5.541	45.140

CONTENUTO E FORMA DEI PROSPETTI CONTABILI CONSOLIDATI

La relazione trimestrale consolidata al 30 settembre 2007, non sottoposta a revisione contabile, è stata predisposta in conformità con i principi contabili internazionali IAS/IFRS, obbligatori dal 2005 nella preparazione dei bilanci consolidati delle società quotate nei mercati regolamentati europei.

Per fini comparativi nella presente relazione trimestrale sono stati riportati gli importi delle corrispondenti voci dei primi nove mesi del 2006 e dell'intero esercizio 2006.

La relazione trimestrale è stata elaborata secondo quanto indicato dall'art. 82 del Regolamento Emittenti n. 11971/1999 (così come modificato con la delibera Consob n. 14990 del 14 aprile 2005) e dall'allegato 3D del Regolamento stesso. Pertanto, non sono state adottate le disposizioni del principio contabile internazionale relativo all'informativa infrannuale (IAS 34 'Bilanci intermedi').

AREA DI CONSOLIDAMENTO

L'area di consolidamento al 30 settembre 2007 comprende la Capogruppo CSP International Fashion Group S.p.A. e la società Le Bourget SA, controllata al 100%.

INFORMATIVA PER SETTORI

Si forniscono di seguito le informazioni per area di *business* (settore primario) e per aree geografiche (settore secondario).

Si segnala che i ricavi evidenziati nella tabella sopra riportata differiscono da quelli del prospetto di conto economico in quanto includono anche i proventi per royalties, ricompresi in quest'ultimo prospetto tra gli Altri ricavi (spese) operativi.

Settore primario

La seguente tabella illustra il conto economico per area di *business* al 30 settembre 2007 e al 30 settembre 2006:

Dati al 30.09.2007	CALZE	SEAMLESS	CORSETTERIA	Altri	Non allocati	Rettifiche	GRUPPO
	30.09.2007	30.09.2007	30.09.2007	30.09.2007	30.09.2007	30.09.2007	CSP International 30.09.2007
<i>(Valori in migliaia di Euro)</i>							
Conto economico							
Ricavi esterni	58.059	6.946	20.140	10.146	0	(11.945)	83.346
Costo del venduto	(38.178)	(3.815)	(10.857)	(5.900)	0	11.355	(47.395)
Margine Lordo	19.881	3.130	9.283	4.246	0	(590)	35.951
Pubblicità	(3.687)	(599)	(2.882)	(1.128)	0	37	(8.258)
Provvigioni	(733)	(374)	(645)	(505)	0	0	(2.258)
Trasporti/Logistica	(2.723)	(284)	(944)	(538)	0	0	(4.489)
Spese commerciali dirette	(2.570)	(147)	(197)	(812)	0	0	(3.726)
Perdite su crediti	(109)	(51)	(96)	(57)	0	0	(313)
Costi di settore	(9.822)	(1.456)	(4.764)	(3.040)	0	37	(19.044)
Risultato di settore (Margine Commerciale)	10.059	1.675	4.519	1.206	0	(553)	16.906
Spese corporate non allocate	0	0	0	0	(10.101)	0	(10.101)
Quota di risultato di soc. valutate a p.n.	47	0	0	0	0	0	47
Altri proventi/oneri	0	0	0	53	59	0	112
Proventi/Oneri finanziari	0	0	0	0	(1.228)	0	(1.228)
Utile (Perdita) prima delle imposte	10.106	1.675	4.519	1.259	(11.269)	(553)	5.737
Imposte sul reddito dell'esercizio	0	0	0	0	(196)	0	(195)
Utile (Perdita) d'esercizio	10.106	1.675	4.519	1.259	(11.465)	(553)	5.541

GRUPPO CSP

Dati al 30.09.2006	CALZE	SEAMLESS	CORSETTERIA	Altri	Non allocati	Rettifiche	GRUPPO
<i>(Valori in migliaia di Euro)</i>							CSP International
	30.09.2006	30.09.2006	30.09.2006	30.09.2006	30.09.2006	30.09.2006	30.09.2006
Conto economico							
Ricavi esterni	53.316	6.391	17.849	1.735	0	(9.093)	70.198
Costo del venduto	(36.216)	(3.586)	(10.423)	(949)	0	9.090	(42.085)
Margine Lordo	17.101	2.805	7.426	786	0	(4)	28.113
Publicità	(3.054)	(532)	(2.823)	(254)	0	(21)	(6.685)
Provvigioni	(725)	(309)	(481)	(101)	0	0	(1.616)
Trasporti/Logistica	(2.647)	(271)	(839)	(91)	0	0	(3.848)
Spese commerciali dirette	(2.684)	(207)	(186)	(4)	0	0	(3.081)
Perdite su crediti	(355)	(58)	12	0	0	0	(401)
Costi di settore	(9.465)	(1.376)	(4.318)	(450)	0	(21)	(15.630)
Risultato di settore (Margine Commerciale)	7.636	1.428	3.108	335	0	(25)	12.483
Spese corporate non allocate	0	0	0	0	(10.769)	0	(10.769)
Quota di risultato di soc. valutate a p.n.	2	0	0	0	0	0	2
Altri proventi/oneri	0	0	0	(279)	244	0	(35)
Proventi/Oneri finanziari	0	0	0	0	(1.331)	0	(1.331)
Utile (Perdita) prima delle imposte	7.638	1.428	3.108	56	(11.856)	(25)	350
Imposte sul reddito dell'esercizio	0	0	0	0	(291)	0	(291)
Utile (Perdita) d'esercizio	7.638	1.428	3.108	56	(12.146)	(25)	60

Settore secondario

La ripartizione dei ricavi netti per area geografica, è la seguente:

<i>valori in migliaia di Euro</i>	30/09/07	30/09/06
Italia	42.913	33.297
Francia	20.250	19.860
Europa dell'Ovest	11.408	10.247
Europa dell'Est	7.422	5.537
Resto del mondo	1.353	1.257
Totale	83.346	70.198

Ceresara, 14 novembre 2007

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
Francesco Bertoni