



**RELAZIONE TRIMESTRALE
CONSOLIDATA
AL
31 MARZO 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 31 MARZO 2007

La relazione trimestrale al 31.03.2007 è stata redatta secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS, obbligatori dal 2005 nella redazione dei bilanci consolidati dei Gruppi quotati europei.

1. DATI DI SINTESI

1.1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del primo trimestre 2007, confrontati con il pari periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto e in variazione percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 32,3 milioni di Euro. Si confronta con 26,0 milioni di Euro. L'incremento è stato del 24,2%;
- il margine industriale è pari a 14,1 milioni di Euro. Si confronta con 9,9 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato è salita dal 38,0% al 43,6%;
- l'Ebitda è pari a 4,7 milioni di Euro. Si confronta con 2,3 milioni di Euro. L'incidenza è salita dall'8,8% all'14,7% del fatturato;
- l'Ebit è risultato pari a 3,8 milioni di Euro. Si confronta con 0,8 milioni di Euro del 2006. L'incidenza sul fatturato è salita dal 3,3% all'11,7%;
- il risultato pre-tasse è pari a 3,3 milioni di Euro. Si confronta con 0,3 milioni di Euro del 2006. L'incidenza sul fatturato è salita dall'1,3% al 10,2%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari a 3,2 milioni di Euro. Si confronta con 0,3 milioni di Euro del primo trimestre 2006. L'incidenza percentuale sul fatturato passa dall'1,3% al 9,8%;
- l'indebitamento è sceso da 31,8 a 14,4 milioni di Euro;
- il patrimonio netto è salito da 28,9 a 42,7 milioni di Euro.

1.2. Parametri gestionali

Dati in milioni di Euro	2002	2003	2004	2005	2006	I trim. 2006	I trim. 2007	Diff. I trim. 2006/2007
Magazzino	58,0	47,1	40,6	26,8	26,9	25,6	30,7	+ 5,1
Circolante	84,4	68,8	58,4	40,4	38,1	35,8	36,1	+0,3
Indebitamento finanziario netto	83,7	69,6	59,1	37,4	19,5	31,8	14,4	- 17,4
Oneri finanziari	4,0	3,3	2,7	2,2	1,8	0,5	0,5	=
Costo del lavoro	33,8	32,0	29,0	26,8	24,0	6,4	6,7	+0,3

I dati a partire dal 2004 sono redatti applicando gli IAS/IFRS e deconsolidando SP Polska

I dati del 2002 e 2003 derivano dall'applicazione dei precedenti principi contabili ed includono SP Polska

- Il magazzino è incrementato a causa dell'avviamento delle nuove attività distributive con marchi di terzi.
- Il circolante si è assestato sui valori dell'anno precedente.
- E' invece proseguita la riduzione dell'indebitamento, dimezzato rispetto all'anno precedente.

Questi parametri gestionali continueranno ad essere attentamente monitorati ma, in conseguenza della crescita del fatturato e delle attività distributive per terzi, non potranno scendere ulteriormente, come in passato.

1.3. Il mix del fatturato

- Dal punto di vista geografico, il fatturato estero supera quello dell'Italia, con un'incidenza del 52% sul totale.
- Dal punto di vista merceologico, la diversificazione ha aumentato la sua incidenza percentuale rispetto al core business della calzetteria, fino al 40,1% del totale.
- Dal punto di vista della ripartizione per marche, l'incidenza più elevata è quella delle marche di posizionamento più alto: Orobù, Le Bourget e Lepel. Si ridimensiona la marca con minore marginalità, Sanpellegrino.

1.4. Margini

Il margine industriale, che aveva raggiunto il punto più basso alla fine del 2004, ha successivamente recuperato, come indicato dalla seguente sequenza:

Secondo semestre 2004: 27,1%

Anno 2005: 30,9%

Anno 2006: 40,3%

Primo trimestre 2006: 38,0%

Primo trimestre 2007: 43,6%

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

1.5. Andamento dei mercati

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

Calzetteria

Il primo bimestre dell'anno segnala in Italia un decremento dei consumi (fonte Istituto GFK):

- 5,9% in quantità
- 2,0% in valore.

In Francia il primo trimestre 2007 è invece partito con un incremento dei consumi (fonte Istituto Nielsen):

+ 6% in quantità

+ 12% in valore.

Altre merceologie

Per gli altri mercati di nostro interesse non sono ancora disponibili dati relativi ai primi mesi del 2007. Riepiloghiamo comunque i valori ex-factory dei principali segmenti di mercato di nostro interesse, relativi all'anno 2006 (Fonte GFK e Associazione SMI-ATI):

- intimo donna: 1.298 milioni di Euro;
- intimo uomo: 421 milioni di Euro;
- totale intimo: 1.719 milioni di Euro;
- costumi da bagno: 597 milioni di Euro.

GRUPPO CSP

2. ANDAMENTO DEL GRUPPO

2.1. Dati sintetici di conto economico

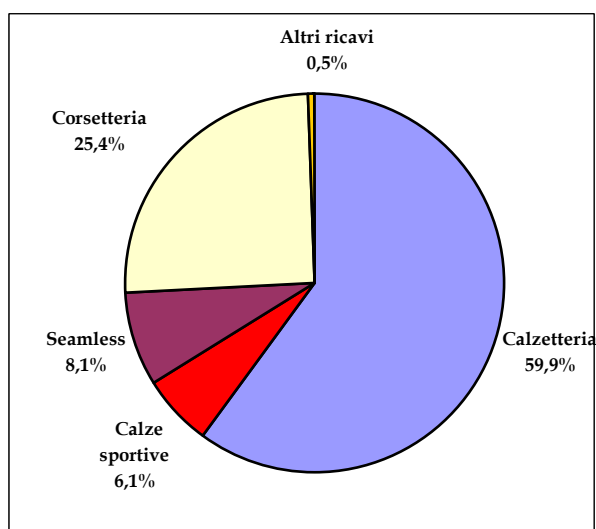
(in milioni di Euro)	Trimestre al 31 marzo 2007		Trimestre al 31 marzo 2006		Esercizio al 31 dicembre 2006	
	valore	%	valore	%	valore	%
Ricavi	32,31	100,0%	26,01	100,0%	100,44	100,0%
Costo del venduto	(18,23)	-56,4%	(16,12)	-62,0%	(59,99)	-59,7%
Margine Industriale	14,08	43,6%	9,89	38,0%	40,45	40,3%
Spese dirette di vendita	(3,02)	-9,3%	(2,36)	-9,0%	(8,99)	-9,0%
Margine commerciale lordo	11,06	34,3%	7,53	29,0%	31,46	31,3%
Spese commerciali e amministrative	(7,38)	-22,8%	(6,82)	-26,2%	(28,27)	-28,1%
Altri ricavi (spese) operativi	0,08	0,2%	0,13	0,5%	2,40	2,4%
Risultato operativo	3,76	11,7%	0,84	3,3%	5,59	5,6%
Altri proventi (oneri) non operativi	0,02	0,0%	0,01	0,0%	(0,07)	-0,1%
Proventi (oneri) finanziari netti	(0,48)	-1,5%	(0,51)	-2,0%	(1,85)	-1,8%
Risultato prima delle imposte	3,30	10,2%	0,34	1,3%	3,67	3,7%
Imposte sul reddito	(0,14)	-0,4%	(0,01)	0,0%	(0,98)	-1,0%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3,16	9,8%	0,33	1,3%	2,69	2,7%

EBITDA	4,75	14,7%	2,30	8,8%	11,02	11,0%
--------	------	-------	------	------	-------	-------

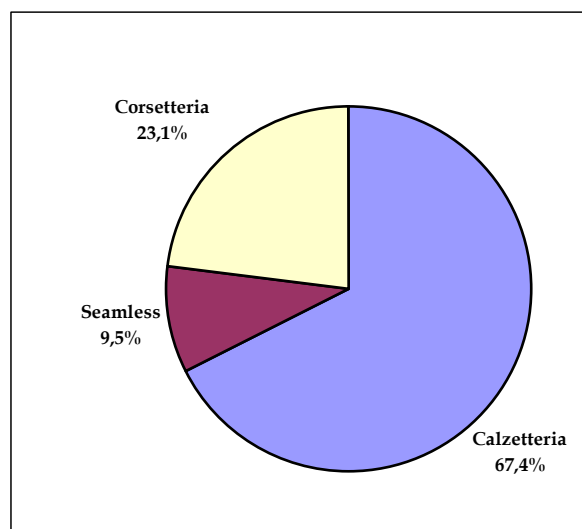
2.1.1. Ricavi netti – I ricavi netti del primo trimestre 2007 sono passati da 26,0 milioni di Euro a 32,3 milioni di Euro con un incremento del 24,2% rispetto al corrispondente trimestre dell'esercizio precedente, confermando la positiva inversione di tendenza iniziata a partire dal secondo semestre del 2006. Tale incremento è dovuto sia alle nuove iniziative di distribuzione di marchi di terzi (+ 3,0 milioni di Euro) che all'incremento delle vendite di prodotti a marchio del Gruppo (+ 3,3 milioni di Euro).

I seguenti grafici illustrano la composizione dei ricavi per merceologia, per marca e per area geografica del primo trimestre 2007 confrontati con il primo trimestre 2006:

MERCEOLOGIA: fatturato % al 31.03.2007



MERCEOLOGIA: fatturato % al 31.03.2006



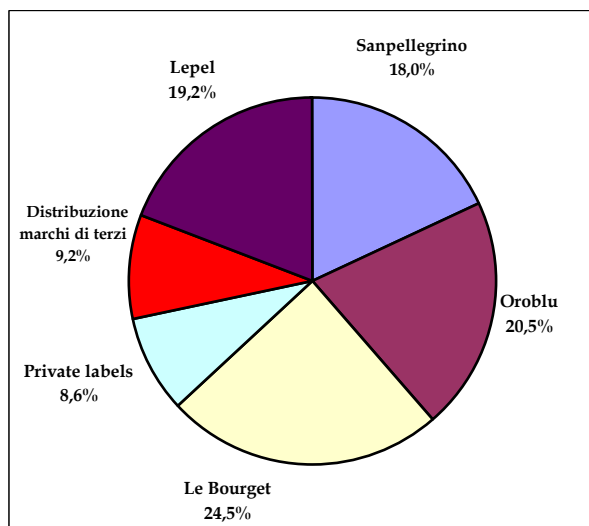
Nei primi tre mesi del 2007 il fatturato della calzetteria è aumentato di 1,8 milioni di Euro (+ 10,5%) rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente; l'incidenza della merceologia sul fatturato totale, in un contesto generale di crescita, si è ridotta passando dal 67,4% al 59,9%.

GRUPPO CSP

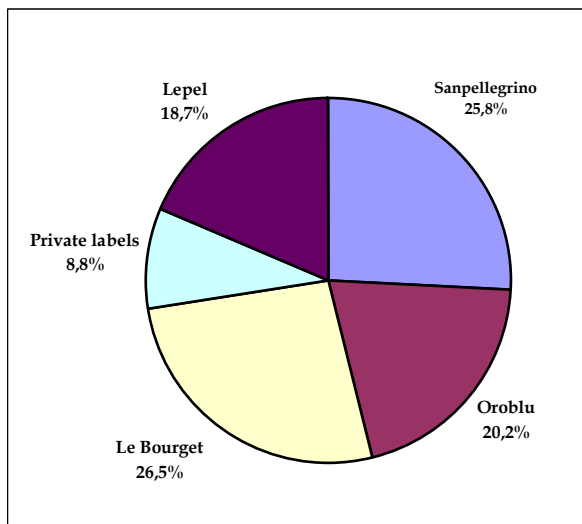
Anche le vendite di corsetteria e *seamless* hanno evidenziato nel periodo in esame risultati positivi, registrando rispettivamente incrementi del 36,7% e del 6,2% rispetto al primo trimestre del 2006.

Si segnala inoltre che nel 2007 vi sono 2,0 milioni di Euro di vendite di calze sportive derivanti dalla distribuzione di prodotti a marchio Puma iniziate nel secondo semestre del 2006.

MARCHE: fatturato % al 31.03.2007



MARCHE: fatturato % al 31.03.2006



Nel trimestre in esame Orobù, il marchio a posizionamento più elevato ed a maggiore marginalità, ha evidenziato ottimi risultati con un incremento di fatturato del 25,7% rispetto al primo trimestre del 2006, confermando il trend positivo già manifestatosi nel precedente esercizio.

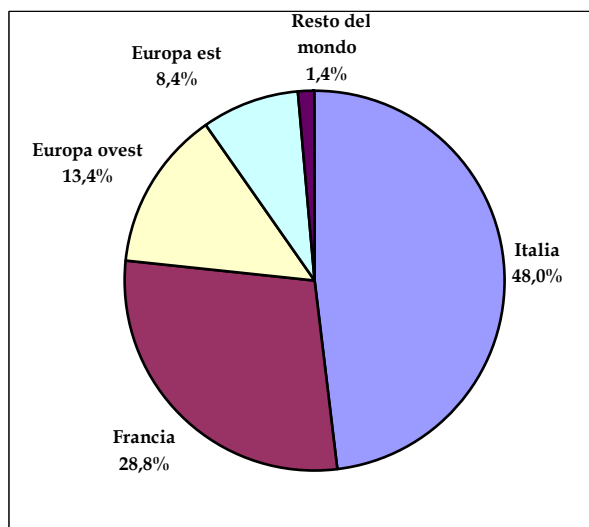
Le Bourget, con un fatturato pari a 7,9 milioni di Euro (+ 15,1% rispetto al primo trimestre dell'anno precedente) si conferma il primo marchio del Gruppo in valore.

Anche il marchio Lepel ha evidenziato nel periodo sensibili miglioramenti, passando da 4,9 a 6,2 milioni di Euro di fatturato (+ 27,5%).

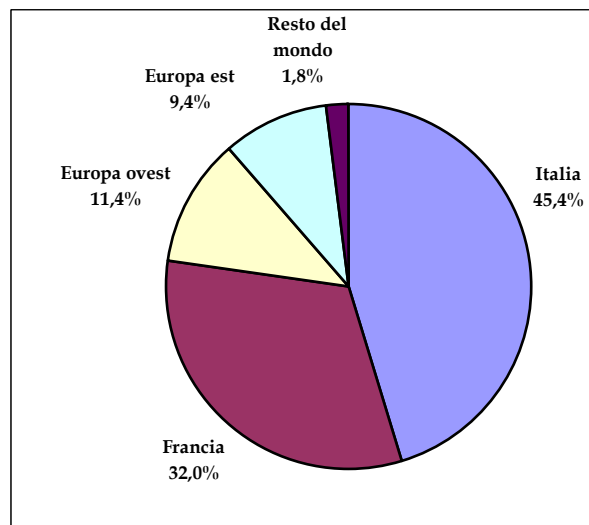
Sanpellegrino, il marchio a minore marginalità, risente ancora dei problemi di posizionamento nei principali mercati di riferimento e registra un decremento delle vendite del 13,1%.

Nel trimestre in esame cominciano ad avere una buona incidenza (9,2% sul totale del periodo) le vendite di prodotti a marchio di terzi; oltre ai già citati articoli di Puma, nel trimestre è iniziata la consegna delle prime collezioni a marchio Sergio Tacchini e Miss Sixty.

AREE: fatturato % al 31.03.2007



AREE: fatturato % al 31.03.2006



Per quanto riguarda i ricavi per area geografica, in Italia si registra un incremento del 31,4% grazie soprattutto ai buoni risultati ottenuti dai marchi Orobù, 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 all'11,7%.

Nell'Europa dell'ovest il fatturato registra un incremento del 46,0% passando da 3,0 a 4,3 milioni di Euro, grazie soprattutto ai buoni riscontri del marchio Oroblù.

Anche le vendite nell'Europa dell'est registrano un lieve incremento, passando da 2,4 a 2,7 milioni di Euro.

2.1.2. Margine industriale – L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti nel trimestre in esame è pari al 43,6% rispetto al 38,0% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente e al 40,3% dell'intero esercizio 2006.

Il significativo 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 2,4 milioni di Euro a 3,0 milioni di Euro, mentre la loro incidenza sul fatturato netto passa dal 9,0% al 9,3%. Tale incremento è prevalentemente attribuibile ai costi per royalties dovute in relazione alla sopraccitata distribuzione di marchi di terzi.

2.1.4. Spese commerciali e amministrative – Tali spese sono pari a 7,4 milioni di Euro rispetto a 6,8 milioni di Euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. L'incremento è dovuto principalmente ai maggiori investimenti promo-pubblicitari sostenuti nel primo trimestre del 2007 (+ 0,8 milioni di Euro), parzialmente controbilanciati da minori costi per consulenze (nel primo trimestre del 2006 tale voce includeva gli oneri connessi all'accordo di stabilizzazione delle linee di credito).

2.1.5. Altri ricavi (spese) operativi – Tale voce, pari a 0,1 milioni di Euro, si è leggermente ridotta rispetto al primo trimestre del 2006.

2.1.6. Risultato Operativo – Il risultato operativo al 31 marzo 2007 è pari a 3,8 milioni di Euro, rispetto a 0,8 milioni di Euro dell'esercizio precedente. Tale risultato è ascrivibile principalmente all'incremento dei volumi ed al miglioramento del mix di vendita.

2.1.7. Proventi (oneri) finanziari netti – Gli oneri finanziari netti totali sono stabili a 0,5 milioni di Euro; gli interessi bancari si sono ridotti di 0,15 milioni di Euro, nonostante l'aumento dei tassi di interesse, grazie alla riduzione dell'indebitamento; tale decremento è controbilanciato dai maggiori oneri finanziari relativi al TFR determinato secondo la metodologia attuariale.

2.1.8. Imposte sul reddito – Le imposte sul reddito si riferiscono a imposte correnti per 0,4 milioni di Euro (principalmente IRAP) compensate dalle imposte differite.

2.1.9. EBITDA – L'EBITDA (risultato operativo al lordo degli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali ed immateriali) è pari a 4,7 milioni di Euro, rispetto a 2,3 milioni di Euro del primo trimestre del 2006, con un'incidenza sui ricavi passata dall'8,8% al 14,7%.

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>	31 marzo 2007	31 marzo 2006	31 dicembre 2006
Attività operative a breve	75,35	67,44	71,81
Passività operative a breve	(39,23)	(31,68)	(33,73)
Capitale circolante operativo netto	36,12	35,76	38,08
Partecipazioni	1,25	1,28	1,24
Altre attività non correnti	3,17	3,32	3,19
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	28,91	34,43	29,74
CAPITALE INVESTITO	69,45	74,79	72,25
Altre passività a medio e lungo termine	(12,27)	(14,11)	(13,19)
CAPITALE INVESTITO NETTO	57,18	60,68	59,06
Indebitamento finanziario netto	14,45	31,83	19,48
Patrimonio netto	42,73	28,85	39,58
TOTALE	57,18	60,68	59,06

2.2.1. Capitale circolante - Il capitale circolante operativo netto al 31 marzo 2007, pari a 36,1 milioni di Euro, è sostanzialmente in linea con il 31 marzo al 2006. L'incremento delle rimanenze di magazzino, per effetto dell'introduzione di nuovi articoli con marchi di terzi, e dei crediti commerciali, correlati alla crescita del fatturato, è stato sostanzialmente compensato dall'aumento dei debiti verso fornitori conseguente al maggior volume di attività.

2.2.2. Capitale investito - Il capitale investito passa da 74,8 a 69,5 milioni di Euro, principalmente per effetto della 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, si è ridotto di 17,4 milioni di Euro rispetto al 31 marzo 2006, soprattutto per effetto dell'estinzione anticipata del prestito obbligazionario di 5,0 milioni di Euro, del correlato aumento di capitale sociale e dei flussi derivanti dalla vendita dello stabilimento di Carpi.

La posizione finanziaria netta risulta così composta:

<i>(in milioni di Euro)</i>	31 marzo 2007	31 marzo 2006	31 dicembre 2006
Debiti verso banche a breve	7,86	14,07	10,57
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	2,35	0,83	0,18
Cassa e banche attive	(10,34)	(4,94)	(8,17)
Indebitamento finanziario netto a breve	(0,13)	9,96	2,57
Finanziamenti a medio lungo termine al netto delle quote correnti	14,58	16,87	16,91
Prestito obbligazionario	0,00	5,00	0,00
Indebitamento finanziario netto	14,45	31,83	19,48

3. ANDAMENTO DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO

3.1. Capogruppo

La Capogruppo comprende i marchi Sanpellegrino, Oroblù e Lepel e realizza anche un fatturato intercompany.

La Capogruppo ha realizzato un fatturato netto intercompany pari a 22,4 milioni di Euro. Si confronta con 17,2 milioni del primo trimestre 2006. L'incremento è pari al 30,6%.

La Capogruppo ha realizzato un utile, prima delle tasse, di 3,1 milioni di Euro. Tale risultato si confronta con un utile di 0,2 milioni di Euro del primo trimestre 2006.

L'Ebitda è salito al 16,4% e l'Ebit al 12,9%.

3.2. Le Bourget

La controllata francese ha registrato un fatturato netto intercompany di 9,9 milioni di Euro. Si confronta con 8,9 milioni del primo trimestre 2006. L'incremento è pari al 11,8%.

Il risultato netto del primo trimestre 2007 è un utile pari a 243.000 Euro, contro i 54.000 Euro del primo trimestre 2006.

4. PRINCIPALI ATTIVITÀ

4.1. Razionalizzazione produttiva

La chiusura dei due stabilimenti produttivi di Poggio Rusco (corsetteria) e Rivarolo del Re (collant) ha consentito al Gruppo di operare a partire dal 2006 con maggiore efficienza, rispetto al passato.

- Collant: la capacità produttiva, precedentemente frazionata tra Francia, Rivarolo del Re e Ceresara, è attualmente concentrata nello stabilimento di Ceresara, ed è coerente con il livello delle vendite, con benefici sul costo unitario di produzione, non più gravato da esuberanti costi indiretti.
- 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 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:

PERIODO	INCIDENZA	
	IN QUANTITÀ	IN VALORE
Totale anno 2005	9,1%	22,4%
Totale anno 2006	11,2%	24,1%
Primo trimestre 2006	10,1%	27,4%
Primo trimestre 2007	12,1%	32,6%

Il prezzo medio dei nuovi prodotti è stato, nel primo trimestre 2007, tre volte più elevato di quello dei prodotti già esistenti (intendiamo per nuovi prodotti gli articoli non presenti nel fatturato dell'anno precedente).

4.3. 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.

GRUPPO CSP

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.

Brand Distribution channel	OWNED BRAND				DISTRIBUTIONS		LICENSING	
	Sanpellegrino	OROBLU	Lepel	LE BOURGET	PUMA	SERGIO TACCHINI	MISS SIXTY	ENERGIE
Retailers		✓		✓	✓	✓	✓	✓
Department stores		✓		✓			✓	✓
Wholesalers	✓		✓			✓		
Super-Hypermarket	✓		✓	✓	✓			
Sport specialists					✓	✓		
Monobrand stores		✓	✓					

4.4. Negozi monomarca

Il Gruppo ha negozi propri in Italia (8), Francia (3) e Polonia (23).

I negozi presenti in altri paesi sono di proprietà dei distributori locali.

Complessivamente i negozi attivi 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.

4.5. Eventi successivi alla chiusura del trimestre

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.

Nuovi prodotti

Nel mese di aprile 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.

Nuova denominazione sociale

Il 9 maggio 2007 è stata registrata la nuova denominazione sociale, modificata da CSP International Industria Calze S.p.A. a **CSP International Fashion Group S.p.A.**

L'aggiornamento della denominazione sociale non è un'etichetta nuova applicata alla stessa azienda, ma sottolinea le profonde trasformazioni organizzative e progettuali, intervenute negli ultimi anni, che hanno cambiato radicalmente l'impresa. L'evoluzione dalla produzione alla distribuzione e dai collant alla diversificazione merceologica, posiziona oggi il Gruppo nel mercato globale del Fashion.

5. PROSPETTIVE

5.1. Trend in atto

Dal primo semestre 2006: margini in incremento.

Dal secondo semestre 2006: fatturato in incremento.

Dal 2006: bilancio in utile.

Dal primo trimestre 2007: incremento del fatturato a due cifre.

Il mese di aprile 2007 ha registrato un significativo incremento di fatturato, rispetto all'aprile 2006.

5.2. Previsioni 2007

Il budget 2007 prevede un fatturato in incremento e un positivo risultato di utile netto dopo le tasse.

Si sottolinea che l'utile netto del primo trimestre 2007 è superiore all'utile netto dell'intero anno 2006 che, peraltro, era dovuto, per 1,4 milioni di Euro, a proventi non ricorrenti, non presenti nel primo trimestre 2007.

Facciamo comunque presente che il peso dei 4 trimestri non è omogeneo, a causa della stagionalità.

5.3. Azioni 2007

Il 2007 sarà dedicato a numerose azioni, tra le quali:

- nuovi prodotti innovativi, nello spirito del Gruppo, storicamente dedicato all'innovazione (vedi Sanpellegrino In&Out);
- nuove collezioni, per presidiare ogni segmento significativo di mercato (vedi Oroblù Couture);
- nuove campagne pubblicitarie per le marche proprie, in stampa, affissione e televisione (Lepel e Le Bourget già realizzate e Sanpellegrino in programma);
- sviluppo dell'attività sui marchi in distribuzione o in licenza, costituiti da Puma, Sergio Tacchini, Miss Sixty e Energie.

5.4. Prospettive

Le priorità operative sono indicate in tabella.

MIX	OBIETTIVI
Geografico	Impulso ai mercati extra-Italia (attualmente il 52% del totale)
Merceologico	Sviluppo della diversificazione con intimo, mare e fashion (attualmente il 40,1%)
Marche	Crescita delle marche in distribuzione (attualmente il 9,2%)

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;
- 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 e marchi in distribuzione hanno margini più elevati del core-business della calzetteria.

Ceresara, 14 maggio 2007

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
Francesco Bertoni

GRUPPO CSP

Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2007	31 marzo 2006	31 dicembre 2006
ATTIVITA' NON CORRENTI			
Attività immateriali:			
- Avviamento	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	524	1.315	584
Attività materiali:			
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	16.896	21.630	17.668
- Investimenti immobiliari di proprietà	70	70	70
Altre attività non correnti:			
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto	1.235	1.272	1.227
Altre partecipazioni	11	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	147	157	147
Attività per imposte anticipate	3.028	3.167	3.045
Totale attività non correnti	33.327	39.038	34.168
ATTIVITA' CORRENTI			
Rimanenze di magazzino	30.661	25.627	26.897
Crediti commerciali	42.500	40.751	43.248
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.190	1.059	1.669
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	10.344	4.943	8.168
Totale attività correnti	85.695	72.380	79.982
TOTALE ATTIVITA'	119.022	111.418	114.150

Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2007	31 marzo 2006	31 dicembre 2006
PATRIMONIO NETTO			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	12.740	17.295
- Altre riserve	25.397	18.496	25.397
- Riserve di rivalutazione	758	9.605	758
- Riserva utili (perdite) portati a nuovo	(3.881)	(12.314)	(6.555)
- Risultato del periodo	3.159	328	2.685
TOTALE PATRIMONIO NETTO	42.728	28.855	39.580
PASSIVITA' NON CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:			
- Prestito Obbligazionario	0	5.000	0
- Debiti verso banche	14.582	16.869	16.907
TFR e altri fondi relativi al personale	6.102	7.126	6.698
Fondi per rischi e oneri	2.021	2.673	2.109
Fondo imposte differite	4.126	4.289	4.361
Debiti vari e altre passività non correnti	24	18	23
Totale passività non correnti	26.855	35.975	30.098
PASSIVITA' CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:			
- Debiti verso banche	10.209	14.906	10.743
Debiti commerciali	32.494	24.831	27.962
Debiti vari e altre passività	6.121	6.851	5.507
Debiti per imposte correnti	615	0	260
Totale passività correnti	49.439	46.588	44.472
TOTALE PASSIVITA'	76.294	82.563	74.570
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	119.022	111.418	114.150

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre al 31 marzo 2007		Trimestre al 31 marzo 2006		Esercizio al 31 dicembre 2006	
Ricavi	32.315	100,0%	26.010	100,0%	100.438	100,0%
Costo del venduto	(18.227)	-56,4%	(16.115)	-62,0%	(59.983)	-59,7%
Margine Industriale	14.088	43,6%	9.895	38,0%	40.455	40,3%
Spese dirette di vendita	(3.017)	-9,3%	(2.358)	-9,0%	(8.992)	-9,0%
Margine commerciale lordo	11.071	34,3%	7.537	29,0%	31.463	31,3%
Altri ricavi (spese) operativi	68	0,2%	122	0,5%	2.395	2,4%
Spese commerciali e amministrative	(7.382)	-22,8%	(6.816)	-26,2%	(28.273)	-28,1%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Risultato operativo (EBIT)	3.757	11,7%	843	3,3%	5.585	5,6%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	0	0,0%	(112)	-0,1%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	19	0,0%	6	0,0%	40	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	(481)	-1,5%	(514)	-2,0%	(1.851)	-1,8%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	3.295	10,2%	335	1,3%	3.662	3,6%
Imposte sul reddito	(136)	-0,4%	(7)	0,0%	(977)	-1,1%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3.159	9,8%	328	1,3%	2.685	2,7%

Risultato per azione - base	Euro	0,095	0,013	0,098
Risultato per azione - diluito	Euro	0,095	0,013	0,098

GRUPPO CSP

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

al 31 marzo 2006 e 31 marzo 2007

(importi in migliaia di Euro)

	31 marzo 2007 (3 mesi)	31 marzo 2006 (3 mesi)
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività operative:		
Risultato Operativo (EBIT)	3.757	843
Ammortamenti	989	1.453
(Plusvalenze)/Minusvalenze e altre poste non monetarie	(3)	(27)
Differenze cambio di conversione	4	4
Incremento/(decremento) fondi rischi e oneri	(88)	(38)
Variazione TFR e altri fondi relativi al personale	(735)	(388)
Variazione delle imposte differite	0	144
Debiti per imposte	(353)	(256)
Interessi pagati su C/C	(137)	(233)
Flusso di cassa prima delle variazioni di capitale circolante	3.434	1.502
<i>Variazione del capitale circolante netto:</i>		
(Incremento)/decremento delle rimanenze	(3.764)	1.138
(Incremento)/decremento dei crediti commerciali	747	5.256
Incremento/(decremento) dei debiti commerciali	4.532	(2.576)
Incremento/(decremento) dei debiti vari e altre passività	470	(55)
(Incremento)/decremento dei crediti finanziari, crediti vari e altre attività	(167)	397
Totale variazione CCN	1.818	4.160
A. Totale flusso di cassa netto da attività operative	5.253	5.662
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività di investimento:		
(Investimenti) in immobilizzazioni materiali	(133)	(371)
(Investimenti) in immobilizzazioni immateriali	(25)	(40)
Realizzo della vendita di immobilizzazioni materiali	4	27
Variazione crediti finanziari	0	0
B. Flusso di cassa netto da attività di investimento	(154)	(384)
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività di finanziamento:		
Variazione netta debiti finanziari a medio/lungo termine	(152)	(931)
Interessi pagati su debiti finanziari	(64)	297
Aumenti/(rimborsi) di capitale proprio	0	0
C. Flusso di cassa netto da attività di finanziamento	(216)	(634)
D. Flusso di cassa netto del periodo (A+B+C)	4.883	4.644
DISPONIBILITA' LIQUIDE ED EQUIVALENTI ALL'INIZIO DEL PERIODO	(2.398)	(13.779)
DISPONIBILITA' LIQUIDE ED EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO	2.485	(9.134)

Dettaglio della composizione dell'Indebitamento finanziario netto al:	31 marzo 2007	31 marzo 2006
Disponibilità liquide	10.344	4.943
Debiti verso banche esigibili entro 12 mesi	(7.859)	(14.076)
Disponibilità liquide ed equivalenti	2.485	(9.133)
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	(2.350)	(830)
Indebitamento netto a breve termine	135	(9.963)
Debiti obbligazionari	0	(5.000)
Debiti verso banche esigibili oltre 12 mesi	(14.582)	(16.869)
Indebitamento netto a medio/lungo termine	(14.582)	(21.869)
Indebitamento finanziario netto totale	(14.447)	(31.832)

GRUPPO CSP

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI NEI CONTI DI PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

dal 1 gennaio 2006 al 31 marzo 2007

(in migliaia di Euro)

Descrizione	Capitale Sociale	Sovrapprezzo azioni	Azioni proprie	Riserve di rivalutazione	Riserva legale	Altre riserve	Utile (Perdita) dell'esercizio	Totale patrimonio netto
Saldi al 01.01.2006	12.740	18.076	0	9.605	1.359	(6.094)	(7.198)	28.488
Copertura Perdita d'esercizio 2005								0
- Utilizzo Riserve				(8.848)		1.650	7.198	0
Aumento di capitale	4.555	3.780						8.335
Effetto variazione dei cambi da conversione						72		72
Risultato al 31 dicembre 2006							2.685	2.685
Saldi al 31.12.2006	17.295	21.856	0	757	1.359	(4.372)	2.685	39.580
Risultato dell'esercizio precedente						2.685	(2.685)	0
Effetto variazione dei cambi da conversione						(11)		(11)
Risultato 31 marzo 2007							3.159	3.159
Saldi al 31.03.2007	17.295	21.856	0	757	1.359	(1.698)	3.159	42.728

CONTENUTO E FORMA DEI PROSPETTI CONTABILI CONSOLIDATI

La relazione trimestrale consolidata al 31 marzo 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 tre 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 31 marzo 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 nelle tabelle sotto riportate 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 31 marzo 2007 e al 31 marzo 2006:

Dati al 31.03.07	CALZE	SEAMLESS	CORSETTERIA	Altri	Non allocati	Rettifiche	GRUPPO
(Valori in migliaia di Euro)	31.03.2007	31.03.2007	31.03.2007	31.03.2007	31.03.2007	31.03.2007	CSP International 31.03.2007
Conto economico							
Ricavi esterni	23.867	2.730	7.230	3.139	0	(4.617)	32.349
Costo del venduto	(15.625)	(1.408)	(4.037)	(1.694)	0	4.537	(18.227)
Margine Lordo	8.242	1.323	3.193	1.445	0	(80)	14.122
Pubblicità	(1.415)	(182)	(670)	(280)	0	9	(2.537)
Provvigioni	(256)	(146)	(242)	(163)	0	0	(807)
Trasporti/Logistica	(1.089)	(106)	(362)	(216)	0	0	(1.773)
Spese commerciali dirette	(1.163)	(75)	(66)	(153)	0	0	(1.458)
Perdite su crediti	(76)	(23)	(25)	0	0	0	(124)
Costi di settore	(4.000)	(532)	(1.365)	(812)	0	9	(6.699)
Risultato di settore (Margine Commerciale)	4.243	791	1.828	632	0	(71)	7.424
Spese corporate non allocate	0	0	0	0	(3.719)	0	(3.719)
Quota di risultato di soc. valutate a p.n.	19	0	0	0	0	0	19
Altri proventi/oneri	0	0	0	22	30	0	53
Proventi/Oneri finanziari	0	0	0	0	(481)	0	(481)
Utile (Perdita) prima delle imposte	4.262	791	1.828	655	(4.170)	(71)	3.295
Imposte sul reddito dell'esercizio	0	0	0	0	(136)	0	(136)
Utile (Perdita) d'esercizio	4.262	791	1.828	655	(4.306)	(71)	3.159

GRUPPO CSP

Dati al 31.03.06	CALZE	SEAMLESS	CORSETTERIA	Altri	Non allocati	Rettifiche	GRUPPO
<i>(Valori in migliaia di Euro)</i>							
	31.03.2006	31.03.2006	31.03.2006	31.03.2006	31.03.2006	31.03.2006	CSP International 31.03.2006
Conto economico							
Ricavi esterni	20.243	2.584	6.041	61	0	(2.858)	26.071
Costo del venduto	(13.359)	(1.404)	(4.340)	0	0	2.987	(16.115)
Margine Lordo	6.884	1.181	1.701	61	0	130	9.956
Publicità	(989)	(125)	(312)	0	0	(31)	(1.458)
Provvigioni	(311)	(126)	(195)	0	0	0	(631)
Trasporti/Logistica	(1.045)	(122)	(252)	0	0	0	(1.419)
Spese commerciali dirette	(1.052)	(84)	(66)	0	0	0	(1.203)
Perdite su crediti	(88)	(23)	11	0	0	0	(100)
Costi di settore	(3.485)	(480)	(814)	0	0	(31)	(4.811)
Risultato di settore (Margine Commerciale)	3.398	701	887	61	0	99	5.145
Spese corporate non allocate	0	0	0	0	(4.302)	0	(4.302)
Quota di risultato di soc. valutate a p.n.	6	0	0	0	0	0	6
Altri proventi/oneri	0	0	0	(9)	9	0	(1)
Proventi/Oneri finanziari	0	0	0	0	(514)	0	(514)
Utile (Perdita) prima delle imposte	3.405	701	887	52	(4.808)	99	334
Imposte sul reddito dell'esercizio	0	0	0	0	(6)	0	(6)
Utile (Perdita) d'esercizio	3.405	701	887	52	(4.814)	99	328

Settore secondario

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

<i>valori in migliaia di Euro</i>	31/03/07	31/03/05
Italia	15.535	11.859
Francia	9.292	8.319
Europa dell'Ovest	4.325	2.963
Europa dell'Est	2.735	2.449
Resto del mondo	462	481
Totale	32.349	26.071

Ceresara, 14 maggio 2007

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
Francesco Bertoni