

CSP*

INTERNATIONAL FASHION GROUP

**RESOCONTO INTERMEDIO
DI GESTIONE
AL 31 MARZO 2015
CONSOLIDATO**

GRUPPO CSP

CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

| | | |
|-----------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Presidente | Francesco | BERTONI (*) |
| Vice Presidente | Maria Grazia | BERTONI (*) |
| Consiglieri | Giorgio Mario Umberto | BARDINI BERTONI LERCARI |

Collegio Sindacale

| | | |
|-------------------|------------------|------------------------|
| Presidente | Silvia | LOCATELLI |
| Sindaci effettivi | Marco Guido | MONTESANO TESCAROLI |
| Sindaci supplenti | Antonio Vanna | PAVESI STRACCIARI |

(*) Note sull'esercizio dei poteri: con attribuzione di specifiche deleghe per l'ordinaria e straordinaria amministrazione, fatte salve le limitazioni previste per legge, statuto o deliberazione consiliare.

Relazione intermedia sulla gestione del Gruppo al 31 marzo 2015

La presente Relazione finanziaria al 31 marzo 2015 (Resoconto intermedio di gestione ai sensi dell'art. 154-ter del D. Lgs. 58/1998) è redatta in osservanza del citato Decreto Legislativo e successive modifiche, nonché del Regolamento emittenti emanato dalla Consob.

La presente Relazione è stata predisposta nel rispetto dei Principi Contabili Internazionali ("IFRS") emessi dall'International Accounting Standards Board ("IASB") e omologati dall'Unione Europea.

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 effetti sui risultati di ciascun trimestre.

In particolare, la fatturazione dei prodotti della stagione Primavera/Estate (che include anche il beachwear), è concentrata nei mesi di gennaio, febbraio e marzo. Il secondo trimestre, che precede l'estate, stagione pressoché priva di consumi di calzetteria, è caratterizzato da fatturati sensibilmente inferiori.

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

1. DATI DI SINTESI

1.1. Dati economico/patrimoniali

Riportiamo i dati di sintesi del primo trimestre 2015, confrontati con il pari periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 33,0 milioni di Euro. Si confronta con 34,6 milioni di Euro. Il decremento è pari al 4,6%;
- il margine industriale è pari a 15,4 milioni di Euro. Si confronta con 16,8 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 48,7% al 46,6%;
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte e ammortamenti) è pari a 2,6 milioni di Euro. Si confronta con 5,3 milioni di Euro. L'incidenza percentuale passa dal 15,4% all'8,0% del fatturato;
- l'EBIT (risultato operativo prima di oneri finanziari e imposte) è stato pari a 2,0 milioni di Euro. Si confronta con 4,6 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 13,4% al 6,1%;
- il risultato pre-tasse è pari a 1,8 milioni di Euro. Si confronta con 4,6 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato è del 5,4% rispetto al 13,3%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo è pari a 1,0 milioni di Euro, rispetto a 3,0 milioni del primo trimestre del 2014. L'incidenza percentuale passa dall'8,8% al 3,1% del fatturato;
- la posizione finanziaria netta verso il sistema bancario è positiva per 10,0 milioni di Euro e si confronta con una posizione positiva di 11,7 milioni del primo trimestre dell'anno precedente.
- il patrimonio netto è passato da 71,1 a 72,5 milioni di Euro.

1.2. Valutazione dei risultati

I risultati del primo trimestre risentono in maniera sensibile del quadro generale dei consumi che permane incerto, soprattutto in Italia, dove non si intravedono ancora significativi segni di ripresa. Si registra inoltre una contrazione dei consumi sul mercato francese in particolare per la nostra merceologia di riferimento, la calzetteria, che ha sensibilmente penalizzato le vendite a marchio Well. Anche il trade evidenzia segnali di difficoltà e un approccio agli ordinativi molto cauto. A livello internazionale la situazione economica non è favorevole alla ripresa delle vendite ed in particolare in Russia si registrano pesanti ripercussioni sul mercato interno a livello distributivo e di consumi.

Tutto questo ha portato ad una flessione dei ricavi del 4,6% con conseguente riduzione del margine industriale che risente del minor assorbimento dei costi fissi e delle maggiori svalutazioni delle collezioni precedenti.

Gli indicatori di marginalità intermedi soffrono il venir meno di proventi non ricorrenti, relativi alla cessione di macchinari, l'incremento delle spese promo pubblicitarie ed i maggiori oneri finanziari principalmente legati all'andamento sfavorevole del cambio nei confronti del dollaro.

GRUPPO CSP

Il primo trimestre si chiude quindi con un utile netto di un milione di Euro in un contesto di estrema incertezza dei consumi e con una pressione promo pubblicitaria in aumento rispetto al trimestre di confronto.

La posizione finanziaria netta è diminuita per 1,8 milioni di Euro rispetto al primo trimestre del 2014, soprattutto per effetto dell'investimento relativo all'acquisizione della società tedesca Oroblu Germany GmbH e del temporaneo aumento del capitale circolante in Francia.

2. ANDAMENTO DEL GRUPPO

2.1. Dati sintetici di conto economico

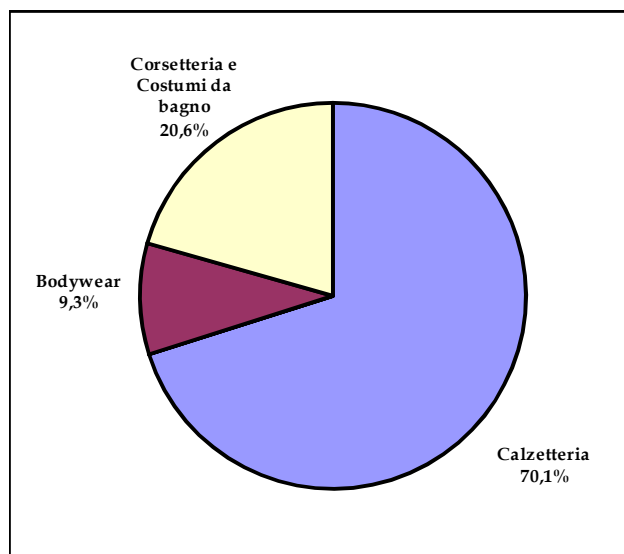
| (in milioni di Euro) | Trimestre al 31 marzo 2015 | | Trimestre al 31 marzo 2014 | | Esercizio al 31 dicembre 2014 | |
|--------------------------------------|-------------------------------|--------------|-------------------------------|--------------|----------------------------------|--------------|
| | valore | % | valore | % | valore | % |
| Ricavi | 32,95 | 100,0% | 34,56 | 100,0% | 127,03 | 100,0% |
| Costo del venduto | (17,60) | -53,4% | (17,75) | -51,3% | (66,58) | -52,4% |
| Margine Industriale | 15,35 | 46,6% | 16,81 | 48,7% | 60,45 | 47,6% |
| Spese dirette di vendita | (2,51) | -7,6% | (2,57) | -7,4% | (9,87) | -7,8% |
| Margine commerciale lordo | 12,84 | 39,0% | 14,24 | 41,3% | 50,58 | 39,8% |
| Spese commerciali e amministrative | (10,91) | -33,1% | (10,20) | -29,5% | (42,94) | -33,8% |
| Altri ricavi (spese) operativi | 0,08 | 0,2% | 0,59 | 1,7% | 1,68 | 1,3% |
| Costi di ristrutturazione | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | (0,11) | -0,1% |
| Risultato operativo | 2,01 | 6,1% | 4,64 | 13,4% | 9,21 | 7,3% |
| Proventi (oneri) finanziari netti | (0,22) | -0,7% | (0,05) | -0,1% | (0,03) | 0,0% |
| Risultato prima delle imposte | 1,79 | 5,4% | 4,59 | 13,3% | 9,18 | 7,3% |
| Imposte sul reddito | (0,76) | -2,3% | (1,54) | -4,5% | (3,83) | -3,0% |
| Utile netto del Gruppo | 1,03 | 3,1% | 3,05 | 8,8% | 5,35 | 4,2% |

| | | | | | | |
|--------|------|------|------|-------|-------|------|
| EBITDA | 2,64 | 8,0% | 5,32 | 15,4% | 12,00 | 9,4% |
|--------|------|------|------|-------|-------|------|

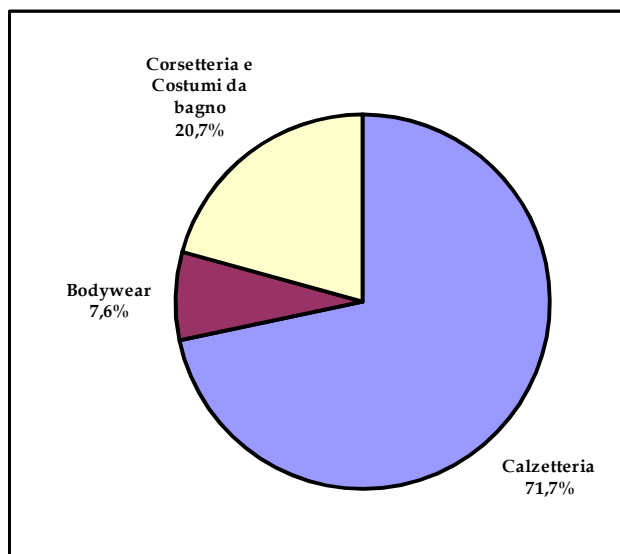
2.1.1. Ricavi netti - I ricavi netti del primo trimestre 2015 sono passati da 34,6 a 33,0 milioni di Euro con un decremento del 4,6% rispetto al corrispondente trimestre dell'esercizio precedente.

I seguenti grafici illustrano la composizione dei ricavi per merceologia, per marca e per area geografica del primo trimestre 2015 confrontati con il primo trimestre 2014:

MERCEOLOGIA: fatturato % al 31.03.2015



MERCEOLOGIA: fatturato % al 31.03.2014



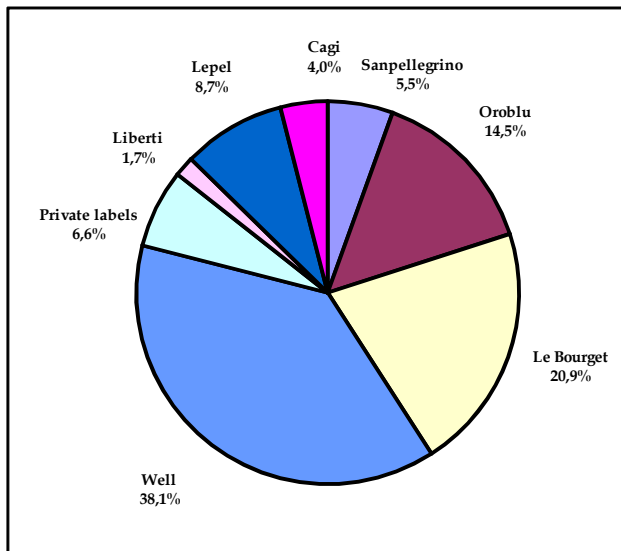
GRUPPO CSP

Nei primi tre mesi del 2015 il fatturato della calzetteria ha registrato un decremento di 1,7 milioni di Euro (-6,9%) rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente; l'incidenza della merceologia sul fatturato totale è passata dal 71,7% al 70,1%.

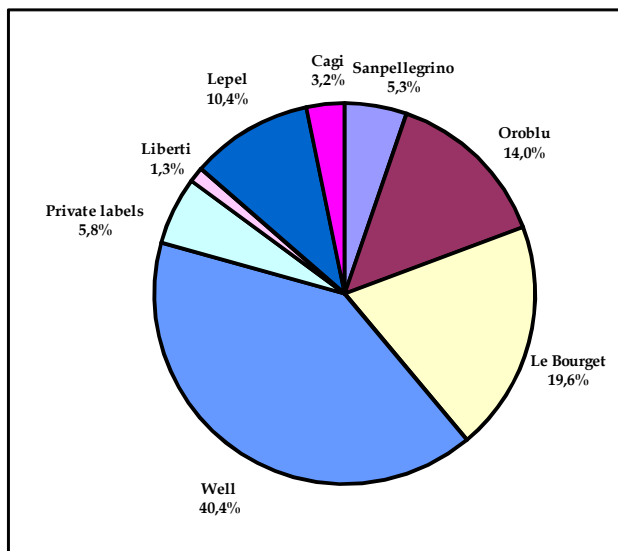
Le vendite di corsetteria, che comprendono anche i costumi da bagno, passano da 7,1 a 6,8 milioni di Euro con un decremento del 4,8%.

I prodotti di bodywear hanno registrato nel periodo in esame un incremento del 17,1%, passando da 2,6 a 3,1 milioni di Euro.

MARCHE: fatturato % al 31.03.2015



MARCHE: fatturato % al 31.03.2014



Le vendite per marchio del periodo in esame hanno evidenziato un andamento disomogeneo.

Risultati positivi si rilevano per Le Bourget che ha registrato un fatturato di 6,9 milioni di Euro (+1,3% rispetto al primo trimestre del 2014).

Well, l'altro marchio del Gruppo che opera sul mercato francese e rappresenta il primo marchio per volumi di vendita del Gruppo, ha evidenziato un decremento delle vendite pari al 10,3%, passando da 14,0 a 12,5 milioni di Euro di fatturato.

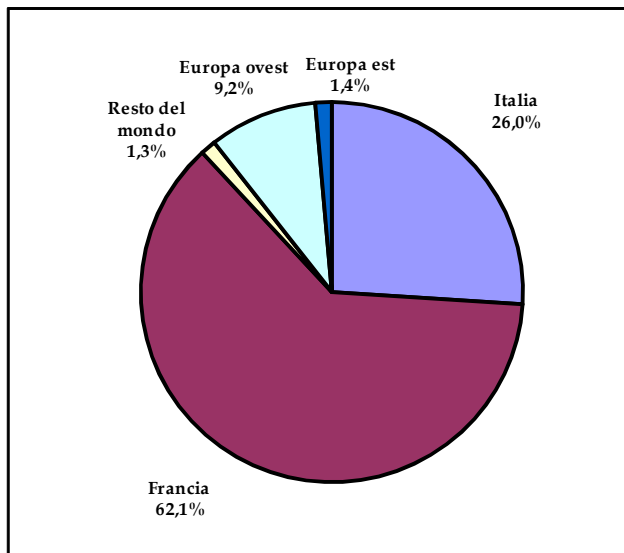
I ricavi di Oroblu e Sanpellegrino, rispettivamente pari a 4,8 e 1,8 milioni di Euro, sono sostanzialmente in linea con quelli del corrispondente periodo del 2014.

I marchi Liberti e Cagi hanno registrato buoni risultati, con fatturati in incremento rispettivamente del 26,7% e 18,0% rispetto al primo trimestre del 2014.

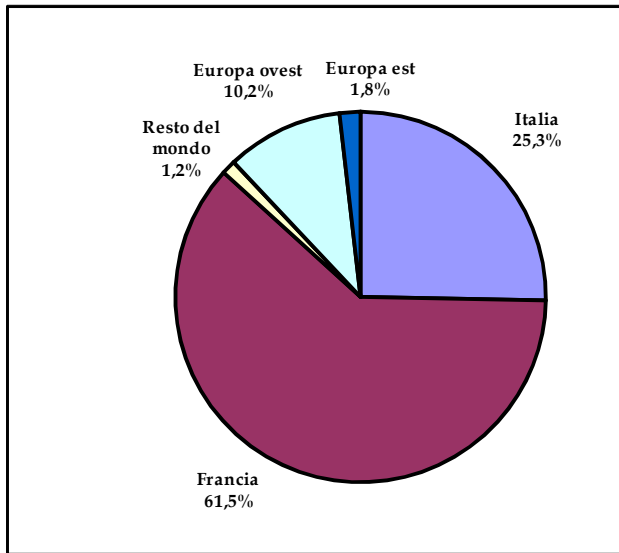
Le vendite di prodotti a marchio Lepel sono passate da 3,6 a 2,9 milioni di Euro (-19,8%).

I ricavi delle marche private sono passati da 2,0 a 2,2 milioni di Euro (+9,6%).

AREE: fatturato % al 31.03.2015



AREE: fatturato % al 31.03.2014



Per quanto riguarda i ricavi per area geografica, in Italia si registra un decremento del 2,0% rispetto al corrispondente trimestre dell'esercizio 2014.

La Francia, primo mercato per importanza nell'ambito del Gruppo, registra ricavi pari a 20,4 milioni di Euro, con un decremento del 3,7% rispetto al corrispondente periodo del 2014.

Nell'Europa dell'ovest il fatturato registra un decremento del 13,8%, passando da 3,5 a 3,0 milioni di Euro, mentre nell'Europa dell'est il fatturato passa da 0,6 a 0,5 milioni di Euro.

Nel resto del mondo, si evidenzia un incremento del fatturato del 3,0%.

2.1.2. Margine industriale - L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti è pari al 46,6% rispetto al 48,7% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente.

Il peggioramento del margine è dovuto principalmente alla riduzione dei volumi di vendita ed al diverso mix delle vendite, nonché alle maggiori svalutazioni delle collezioni precedenti i cui risultati di vendita si sono rivelati inferiori alle attese.

2.1.3. Spese dirette di vendita - Le spese dirette di vendita sono pari a 2,5 milioni di Euro, sostanzialmente invariate rispetto al primo trimestre del 2014, mentre la loro incidenza sul fatturato netto passa dal 7,4% al 7,6%.

2.1.4. Spese commerciali e amministrative - Tali spese sono pari a 10,9 milioni di Euro rispetto a 10,2 milioni di Euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. L'incremento è dovuto principalmente ai maggiori investimenti promo-pubblicitari sostenuti nel primo trimestre del 2015 (0,5 milioni di Euro).

2.1.5. Altri ricavi (spese) operativi - Tale voce è pari a 0,1 milioni di Euro e si confronta con 0,6 milioni di Euro del 2014. La differenza si riferisce principalmente a minori plusvalenze relative a vendite di macchinari.

2.1.6. Risultato Operativo - Il risultato operativo al 31 marzo 2015 è pari a 2,0 milioni di Euro, rispetto a 4,6 milioni di Euro del primo trimestre 2014. La differenza è dovuta principalmente al decremento del margine industriale, ai maggiori investimenti pubblicitari ed alle minori plusvalenze realizzate.

2.1.7. Proventi (oneri) finanziari netti - Il risultato della gestione finanziaria è un onere che comprende, oltre agli interessi relativi ai rapporti bancari, anche le differenze cambio e la componente finanziaria del TFR. Nel trimestre in esame si rileva un onere di 223 mila Euro, rispetto a 47 mila Euro dello stesso periodo dell'esercizio precedente. La differenza è principalmente attribuibile all'andamento negativo dei cambi.

2.1.8. Imposte sul reddito - Le imposte sul reddito passano da 1,5 a 0,8 milioni di Euro. Le imposte correnti ammontano a 0,7 milioni di Euro mentre quelle differite sono pari a 0,1 milioni di Euro.

2.1.9. EBITDA - L'EBITDA (risultato operativo al lordo degli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali ed immateriali) è pari a 2,6 milioni di Euro, rispetto a 5,3 milioni di Euro del primo trimestre 2014, con un'incidenza sui ricavi passata dal 15,4% all'8,0%.

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 2015 | 31 marzo 2014 | 31 dicembre 2014 |
|--|----------------------|----------------------|-------------------------|
| Attività operative a breve | 63,65 | 59,61 | 64,18 |
| Passività operative a breve | (29,69) | (28,79) | (33,52) |
| Capitale circolante operativo netto | 33,96 | 30,82 | 30,66 |
| Partecipazioni | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| Altre attività non correnti | 4,51 | 4,23 | 4,45 |
| Immobilizzazioni materiali ed immateriali | 35,89 | 35,80 | 34,92 |
| CAPITALE INVESTITO | 74,37 | 70,86 | 70,04 |
| Altre passività a medio e lungo termine | (11,83) | (11,46) | (11,76) |
| CAPITALE INVESTITO NETTO | 62,54 | 59,40 | 58,28 |
| Posizione finanziaria netta | (9,95) | (11,74) | (13,14) |
| Patrimonio netto | 72,49 | 71,14 | 71,42 |
| TOTALE | 62,54 | 59,40 | 58,28 |

2.2.1. Capitale circolante - Il capitale circolante operativo netto al 31 marzo 2015, pari a 34,0 milioni di Euro, è incrementato di 3,1 milioni di Euro rispetto al 31 marzo 2014. La differenza è principalmente imputabile alla variazione dei crediti commerciali dovuti a fenomeni legati alla dinamica temporale delle vendite in Francia; tale divario si è comunque riallineato già nel mese di aprile.

2.2.2. Capitale investito - Il capitale investito passa da 70,9 a 74,4 milioni di Euro, principalmente per effetto della sopra menzionata variazione del capitale circolante.

2.2.3. Posizione finanziaria netta - La posizione finanziaria netta, come illustrato nella tabella seguente, continua ad evidenziare un consistente saldo a credito anche se registra un decremento di 1,8 milioni di Euro rispetto al 31 marzo 2014.

L'incremento dei finanziamenti a medio-lungo termine, rispetto al 31 dicembre 2014, è dovuto alla sottoscrizione da parte della Capogruppo di un nuovo mutuo chirografario di 5 milioni di Euro, controbilanciato dall'estinzione anticipata della quota residua di 3 milioni di Euro di un altro finanziamento.

La posizione finanziaria netta risulta così composta:

| <i>(in milioni di Euro)</i> | 31 marzo 2015 | 31 marzo 2014 | 31 dicembre 2014 |
|---|----------------------|----------------------|-------------------------|
| Debiti verso banche a breve | 0,02 | 0,33 | 0,02 |
| Quota a breve dei debiti a medio lungo termine | 3,48 | 3,05 | 3,05 |
| Cassa e banche attive | (26,00) | (29,01) | (27,47) |
| Posizione finanziaria netta a breve | (22,51) | (25,63) | (24,40) |
| Finanziamenti a medio lungo termine al netto delle quote correnti | 12,56 | 13,89 | 11,26 |
| Posizione finanziaria netta | (9,95) | (11,74) | (13,14) |

GRUPPO CSP

3. ANDAMENTO DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO

Riportiamo la struttura attuale del Gruppo, variata rispetto al precedente esercizio per effetto dell'acquisizione della Società tedesca Oroblu Germany GmbH:



Si segnala che alla fine dell'esercizio è stata effettuata la fusione tra tutte le società francesi, con l'incorporazione di Le Bourget SA e Textile Well SA in CSP Paris Fashion Group SAS, con effetti contabili e fiscali a partire dal 1° gennaio 2014.

Di seguito si forniscono i risultati delle società del Gruppo.

3.1. Capogruppo

La Capogruppo ha conseguito un fatturato di 14,9 milioni di Euro rispetto a 16,0 milioni del primo trimestre 2014 (- 7,1%). Il fatturato al netto delle vendite intercompany è passato da 12,5 a 11,5 milioni di Euro, con un decremento del 7,5%.

La Società ha realizzato una perdita, dopo le imposte, di 0,3 milioni di Euro. Tale risultato si confronta con un utile di 0,7 milioni di Euro del primo trimestre 2014.

3.2. Csp Paris Fashion Group

Le società operative Le Bourget e Well sono state incorporate per fusione nella società CSP Paris Fashion Group S.A.S. che ne deteneva la totalità delle azioni nel 2014.

Tale processo fa seguito alle azioni già avviate da alcuni anni che hanno portato all'unificazione delle forze vendite Well e Le Bourget.

La controllata francese ha registrato un fatturato di 20,9 milioni di Euro, in calo del 5,4% rispetto all'esercizio precedente; tuttavia entrambi i marchi presentano risultati migliori rispetto al mercato di riferimento delle grandi superfici in Francia, che ha evidenziato una riduzione del 9,3% in valore nel trimestre.

L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti è passata dal 49,1% al 47,5%.

La Società ha conseguito un utile netto dopo le imposte di 1,2 milioni di Euro, rispetto ad un utile di 2,3 milioni di Euro del 2014.

3.3. Oroblù USA

La società statunitense ha realizzato nel primo trimestre 2015 un fatturato di 91 mila Euro, in linea con quello del corrispondente periodo del 2014.

Il risultato netto passa da una perdita di 3 mila Euro ad una perdita di 49 mila Euro.

Sui risultati pesano in maniera consistente i contributi promozionali sulla stagione autunno inverno e i maggiori investimenti marketing e vendite.

3.4. Oroblù Germany GmbH

Il fatturato della società tedesca, di recente acquisizione, risulta in decremento di circa il 20%, per effetto di un andamento della stagione primavera estate in sensibile contrazione rispetto al precedente esercizio. Le vendite di questa prima parte dell'anno non beneficiano degli investimenti marketing e delle azioni promo pubblicitarie che saranno implementate nei prossimi mesi per il rilancio del brand Oroblù sul mercato tedesco. Al contrario, il risultato netto finale che riporta una perdita di 32 mila Euro (che si confronta con un

utile di 7 mila Euro del primo trimestre 2014) risente dell'avvio degli investimenti di cui sopra, i cui effetti comunque si vedranno nel medio termine.

4. ALTRE INFORMAZIONI

4.1. Rapporti infragruppo e con parti correlate

Per quanto concerne le operazioni effettuate con parti correlate, ivi comprese le operazioni infragruppo, si precisa che le stesse non sono qualificabili né come atipiche né come inusuali, rientrando nel normale corso di attività delle società del Gruppo. Dette operazioni sono regolate a condizioni di mercato, tenuto conto delle caratteristiche dei beni e dei servizi prestati. Come previsto dal combinato disposto dell'art. 6 e 7 dell'apposita procedura per le operazioni con parti correlate, approvata dal consiglio di amministrazione in data 1 dicembre 2010, tutte le operazioni con le società controllate sono concluse a condizioni equivalenti a quelle di mercato o standard.

4.2. Rischi e incertezze

Un'articolata disamina dei rischi aziendali è presente nella documentazione resa pubblica con l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2014. La presente relazione deve essere pertanto letta unitamente all'informativa fornita nel bilancio annuale, che include, tra l'altro, un approfondimento sui rischi e le incertezze che possono influire sui nostri risultati operativi o sulla situazione finanziaria.

Riteniamo comunque che, oltre a quanto citato nei documenti sopra richiamati, esista la possibilità che l'attuale incertezza sulla domanda di mercato possa portare a risultati che, nonostante i correttivi attuati, differiscano anche in modo sostanziale da quelli auspicati. Tra tali rischi e incertezze rientrano, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, l'acutizzarsi del trend di decremento dei consumi, ulteriori shock finanziari e valutari e condizioni climatiche particolarmente sfavorevoli nelle stagioni caratterizzate da maggior consumo.

4.3. Azioni proprie

Le Azioni proprie al 31 marzo 2015 sono costituite da n. 1.000.000 azioni ordinarie acquistate per un costo complessivo di 888 migliaia di Euro. Nel primo trimestre del 2015 non sono state acquistate azioni proprie.

5. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO ED EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Il prosieguo dell'esercizio non si mostra privo di incertezze e di fattori di rischio che potrebbero penalizzare e/o ritardare l'ottenimento degli auspicati ritorni in termini di vendite e profittabilità derivanti dall'implementazione delle azioni intraprese.

Il Gruppo non cesserà di reagire alle avverse condizioni di mercato, cercando di migliorare la proposta di collezioni dei marchi dedicati al canale del dettaglio specializzato e intensificando gli sforzi di razionalizzazione della struttura distributiva e gli investimenti marketing per agevolare la ripresa e l'espansione sul mercato tedesco.

Siamo purtroppo in una fase caratterizzata da scenari di mercato e da fattori congiunturali non tutti rientranti nella sfera di controllo del Gruppo che non consentono quindi la formulazione di previsioni attendibili.

Considerata la pressione sulla marginalità esercitata dalla riduzione dei ricavi, rimarrà comunque centrale la tensione al contenimento ed alla razionalizzazione dei costi; parte dei risparmi generati continueranno ad essere investiti nello sviluppo prodotto, nel marketing e nell'ottimizzazione della struttura commerciale in modo da poterne cogliere i benefici non appena le condizioni economiche generali consentiranno un'auspicabile ripresa dei consumi.

I risultati raggiunti nel primo trimestre 2015 non sono sicuramente in linea con le nostre aspettative ma costituiscono uno stimolo per ricercare con rinnovata intensità tutte le potenzialità ancora inesprese per i nostri marchi e accelerare la fase di razionalizzazione ed efficientamento della nostra struttura distributiva.

Ceresara, 14 maggio 2015

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
Francesco Bertoni

Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi del comma 2 dell'articolo 154-bis del Decreto legislativo del 24 febbraio 1998, n. 58 che l'informativa contabile contenuta nella presente relazione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

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

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> | 31 marzo 2015 | 31 marzo 2014 | 31 dicembre 2014 |
|---|------------------|------------------|---------------------|
| ATTIVITA' NON CORRENTI | | | |
| Attività immateriali: | | | |
| - Avviamento | 11.854 | 11.416 | 11.416 |
| - Altre attività immateriali | 6.440 | 6.011 | 5.855 |
| Attività materiali: | | | |
| - Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà | 17.593 | 18.377 | 17.646 |
| Altre attività non correnti: | | | |
| Altre partecipazioni | 8 | 8 | 8 |
| Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti | 38 | 28 | 29 |
| Attività per imposte anticipate | 4.470 | 4.206 | 4.419 |
| Totale attività non correnti | 40.403 | 40.046 | 39.373 |
| ATTIVITA' CORRENTI | | | |
| Rimanenze di magazzino | 30.415 | 29.828 | 32.658 |
| Crediti commerciali | 30.827 | 27.246 | 28.491 |
| Crediti finanziari, crediti vari e altre attività | 2.403 | 2.539 | 3.036 |
| Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti | 25.999 | 29.014 | 27.468 |
| Totale attività correnti | 89.644 | 88.627 | 91.653 |
| TOTALE ATTIVITA' | 130.047 | 128.673 | 131.026 |

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i> | 31 marzo 2015 | 31 marzo 2014 | 31 dicembre 2014 |
|---|------------------|------------------|---------------------|
| PATRIMONIO NETTO | | | |
| Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo: | | | |
| - Capitale sottoscritto e versato | 17.295 | 17.295 | 17.295 |
| - Altre riserve | 54.298 | 50.929 | 48.904 |
| - Riserve di rivalutazione | 758 | 758 | 758 |
| - Risultato del periodo | 1.028 | 3.048 | 5.352 |
| meno: Azioni proprie | (888) | (888) | (888) |
| TOTALE PATRIMONIO NETTO | 72.491 | 71.142 | 71.421 |
| PASSIVITA' NON CORRENTI | | | |
| Debiti verso banche oltre 12 mesi | 12.555 | 13.885 | 11.265 |
| TFR e altri fondi relativi al personale | 6.854 | 6.372 | 6.954 |
| Fondi per rischi e oneri | 1.812 | 1.725 | 1.722 |
| Fondo imposte differite | 3.156 | 3.368 | 3.079 |
| Totale passività non correnti | 24.377 | 25.350 | 23.020 |
| PASSIVITA' CORRENTI | | | |
| Debiti verso banche entro 12 mesi | 3.492 | 3.385 | 3.064 |
| Debiti commerciali | 18.265 | 17.298 | 21.873 |
| Debiti vari e altre passività | 10.945 | 11.051 | 11.372 |
| Debiti per imposte correnti | 477 | 447 | 276 |
| Totale passività correnti | 33.179 | 32.181 | 36.585 |
| TOTALE PASSIVITA' | 57.556 | 57.531 | 59.605 |
| TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA' | 130.047 | 128.673 | 131.026 |

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i> | Trimestre al 31 marzo 2015 | | Trimestre al 31 marzo 2014 | | Esercizio al 31 dicembre 2014 | |
|--------------------------------------|-------------------------------|--------------|-------------------------------|--------------|----------------------------------|--------------|
| Ricavi | 32.955 | 100,0% | 34.561 | 100,0% | 127.033 | 100,0% |
| Costo del venduto | (17.605) | -53,4% | (17.746) | -51,3% | (66.584) | -52,4% |
| Margine Industriale | 15.350 | 46,6% | 16.815 | 48,7% | 60.449 | 47,6% |
| Spese dirette di vendita | (2.510) | -7,6% | (2.573) | -7,4% | (9.867) | -7,8% |
| Margine commerciale lordo | 12.840 | 39,0% | 14.242 | 41,3% | 50.582 | 39,8% |
| Altri ricavi (spese) operativi | 80 | 0,2% | 594 | 1,7% | 1.683 | 1,3% |
| Spese commerciali e amministrative | (10.911) | -33,1% | (10.198) | -29,5% | (42.944) | -33,8% |
| Costi di ristrutturazione | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | (115) | -0,1% |
| Risultato operativo (EBIT) | 2.009 | 6,1% | 4.638 | 13,4% | 9.206 | 7,3% |
| Altri proventi (oneri) finanziari | (223) | -0,7% | (46) | -0,1% | (25) | 0,0% |
| Risultato prima delle imposte | 1.786 | 5,4% | 4.592 | 13,3% | 9.181 | 7,3% |
| Imposte sul reddito | (758) | -2,3% | (1.544) | -4,5% | (3.829) | -3,0% |
| Utile netto del Gruppo | 1.028 | 3,1% | 3.048 | 8,8% | 5.352 | 4,2% |

| | | | | |
|------------------------------------|------|-------|-------|-------|
| Risultato per azione - base | Euro | 0,031 | 0,092 | 0,161 |
|------------------------------------|------|-------|-------|-------|

| | | | | |
|---------------------------------------|------|-------|-------|-------|
| Risultato per azione - diluito | Euro | 0,031 | 0,092 | 0,161 |
|---------------------------------------|------|-------|-------|-------|