







# 2001 STAR Company results



*Milano, 27 Febbraio 2002*



# Indice

-  **Chi siamo: missione**
-  **Chi siamo: il Gruppo**
-  **Chi siamo: punti di forza**
-  **Dati economico-finanziari**
-  **Obiettivi**
-  **Strategie**
-  **Allegati**



# *Chi siamo*

## **Missione**

**“Produrre e distribuire i migliori prodotti al mondo per rapporto qualità/prezzo attraverso l’innovazione nel core business dei collant e la diversificazione nell’intimo”**

# *Chi siamo*

## **Il Gruppo**

**CSP INTERNATIONAL S.p.A.**

*50%*

**Sanpellegrino  
Polska**

*100%*

**Le Bourget S.A.**

*Settembre 1999*

*100%*

**Lepel S.r.l.**

*Giugno 2000*

*55%*

*+*

*Giugno 2001*

*45%*

**Secondi in Italia  
Terzi in Europa  
Ottavi nel mondo**



# Chi siamo

## CSP capogruppo - overview

### Marchi



**Sanpellegrino**

- il miglior rapporto qualità/prezzo nel segmento medio del mercato dei collant
- tre differenti canali di vendita (rivenditori all'ingrosso, GDO, rivenditori al dettaglio)





**OROBLU**

- il livello più elevato di qualità e immagine
- i migliori grandi magazzini e le boutique di prima classe

	<u>2001</u>	<u>2000</u>
	in milioni di euro	
<b>Ricavi</b>	108,412 <i>100%</i>	95,980 <i>100%</i>
<b>Ebitda</b>	15,274 <i>14,09%</i>	15,990 <i>16,66%</i>
<b>Ebit</b>	7,408 <i>6,83%</i>	8,196 <i>8,54%</i>
<b>Ebt</b>	0,958 <i>0,88%</i>	4,148 <i>4,32%</i>

# *CSP Capogruppo*

## **Il futuro**

-  **Ricerca e sviluppo dell'innovazione del Gruppo in**
  - calzetteria**
  - intimo seamless**
  
-  **Rafforzamento dei propri marchi Sanpellegrino e Oroblù, sia a livello nazionale che internazionale, attraverso la crescita delle quote di mercato nella calzetteria e la diversificazione nell'intimo**



# *Chi siamo*

## **Le Bourget - overview**



**Anno di acquisizione: 1999**

➤ **La società**

**Costituita nel 1927**

**Il terzo produttore di collant in Francia**

➤ **Obiettivi dell'acquisizione**

**Consolidare una presenza diretta in Francia (il terzo mercato europeo dei collant dopo Italia e Germania)**

**Beneficiare delle sinergie distributive implementate da Le Bourget**

**Sfruttare le sinergie produttive**

➤ **Costo dell'operazione**

**13,2 milioni di euro**

# Chi siamo

## Le Bourget - overview

LE BOURGET  
● ● ● PARIS ● ● ●



	<u>2001</u>	<u>2000</u>
	in milioni di euro	
Ricavi	48,573 <i>100%</i>	43,769 <i>100%</i>
Ebitda	2,894 <i>5,96%</i>	0,956 <i>2,18%</i>
Ebit	1,940 <i>3,99%</i>	- 0,128 <i>-0,29%</i>
Ebt	1,008 <i>2,08%</i>	-1,236 <i>-2,82%</i>

### ➤ Marchi

Le Bourget (segmento di mercato medio-alto)

BOMO (segmento del primo prezzo)

Unità vendute: 35 milioni di collant

### ➤ Posizionamento

Terza marca del mercato francese: quota di mercato 6%

Esportazione: 10% del fatturato totale in 40 paesi esteri



Produttore di marche private (dal 2001)

(Carrefour, Auchan, Leclerc, SystèmeU, ...)



# *Le Bourget*

## **Il futuro**

-  **Concentrazione sulla marca Le Bourget primariamente nella calzetteria, oltre che sulla diversificazione dell'intimo seamless**
-  **Massimo sfruttamento della propria capacità produttiva attraverso l'allargamento delle forniture di private label alla grande distribuzione**

# *Chi siamo*

## **Sanpellegrino Polska - overview**



	<u>2001</u>	<u>2000</u>
	in milioni di euro	
<b>Ricavi</b>	9,265 <i>100%</i>	6,119 <i>100%</i>
<b>Ebitda</b>	0,959 <i>10,35%</i>	0,258 <i>4,22%</i>
<b>Ebit</b>	0,709 <i>7,65%</i>	0,056 <i>0,92%</i>
<b>Ebt</b>	0,648 <i>6,99%</i>	0,142 <i>2,32%</i>

### ◀ La società:

Costituita nel 1998



Joint Venture con partner locale

E' l'azienda polacca del Gruppo specializzata in produzione labour-intensive



# *SP Polska*

## **Il futuro**

-  **Massimo sfruttamento della capacità produttiva nella fornitura al Gruppo di prodotti a basso costo**
-  **Forte sviluppo dei prodotti a marchi CSP sul territorio polacco nelle calze e nell'intimo**

# *Chi siamo*

## **Lepel - overview**



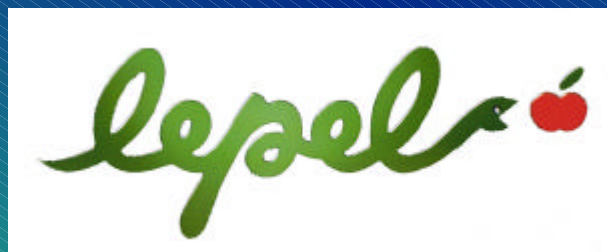
Anno di acquisizione: 2000 (il 100% è stato raggiunto nel giugno 2001)

- La società  
Costituita nel 1956  
Lepel è tra le aziende leader in Italia nella produzione di lingerie
- Obiettivi  
Accelerare il processo di diversificazione di CSP avviato nel 1997  
Acquisizione di know-how nello sviluppo e nella produzione di lingerie (in particolare, di reggiseni)  
Completare l'assortimento di prodotti per soddisfare la domanda
- Costo dell'operazione  
21,04 milioni di euro (di cui, 11,46 milioni euro nel 2000 e 9,58 milioni di euro nel 2001)



# Chi siamo

## Lepel - overview



	<u>2001</u>	<u>2000</u>
	in milioni di euro	
Ricavi	22,799 <i>100%</i>	26,696 <i>100%</i>
Ebitda	2,061 <i>9,04%</i>	2,405 <i>9,01%</i>
Ebit	0,774 <i>3,39%</i>	1,088 <i>4,08%</i>
Ebt	0,815 <i>3,57%</i>	1,254 <i>4,70%</i>

### Marchi

Lepel: distribuita all'ingrosso e attraverso il canale GDO

Claudia Lemes: la marca del segmento primo prezzo

### Posizionamento

Quota di mercato: 8% del totale mercato in Italia

Tra i primi operatori nella distribuzione nei Super e negli Ipermercati

# *Lepel*

## **Il futuro**



**Rilancio della marca sul mercato italiano attraverso l'introduzione di prodotti innovativi sia nell'intimo tradizionale che nel seamless**






**Sfruttamento delle competenze tecniche di settore per accelerare il processo di diversificazione nell'intimo di tutte le marche del gruppo**



# *Chi siamo*

## **Punti di forza**

-  **Tecnologia produttiva**
-  **Copertura distributiva**
-  **Copertura efficace dei segmenti di mercato**

**Calze**

**Intimo**

# *Chi siamo*

## **Punti di forza: tecnologia produttiva**

- ✍ **Gli impianti sono tra i più moderni al mondo**
- ✍ **I sistemi di produzione sono flessibili**
- ✍ **L'intero ciclo produttivo è automatizzato**
- ✍ **Ogni singolo capo è sottoposto al controllo della qualità**
- ✍ **Gli stabilimenti sono localizzati nel Polo di Castel Goffredo che offre numerosi vantaggi:**
  - know-how
  - manodopera specializzata
  - terzisti
  - fornitori di macchine



# *Chi siamo*

## **Punti di forza: copertura distributiva**

### **SEGMENTAZIONE DEI CANALI DISTRIBUTIVI**

Marchi	Boutiques	Centri commerciali	Rivenditori al dettaglio	Rivenditori all'ingrosso	Super e Ipermercati	Grandi magazzini
Oroblù	X	X	X			X
Le Bourget	X	X	X		X	X
Sanpellegrino				X	X	
Lepel				X	X	

# *Chi siamo*

## Punti di forza: copertura efficace dei segmenti di mercato

### CALZE

	Prezzo - livello basso	Prezzo - livello medio	Prezzo - livello alto
Qualità - livello basso	Private labels Bomo		
Qualità - livello medio		Sanpellegrino	
Qualità - livello alto			Le Bourget Oroblù



# *Chi siamo*

**Punti di forza: copertura efficace dei segmenti di mercato**

**INTIMO**

*Seamless*

*Lingerie*

**DONNA**

**UOMO**

**DONNA**

**Oroblù  
Sanpellegrino  
Le Bourget  
Lepel (dal 2002)**

**Oroblù Man  
Sanpellegrino Man**

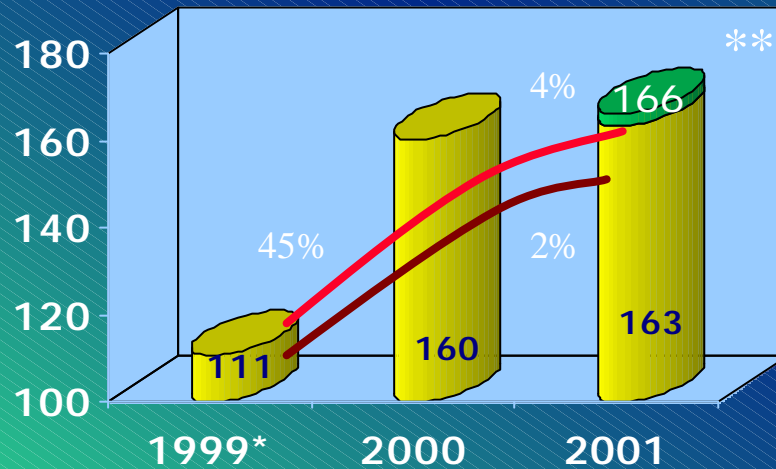
**Lepel  
Claudia Lemes  
Sanpellegrino  
Oroblù (dal 2002)**

# Grupppo CSP

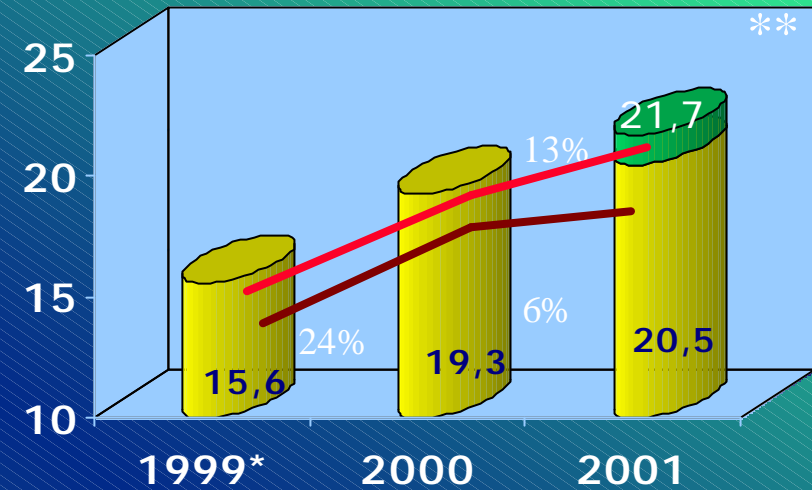
## Dati economico-finanziari consolidati

(in milioni di euro)

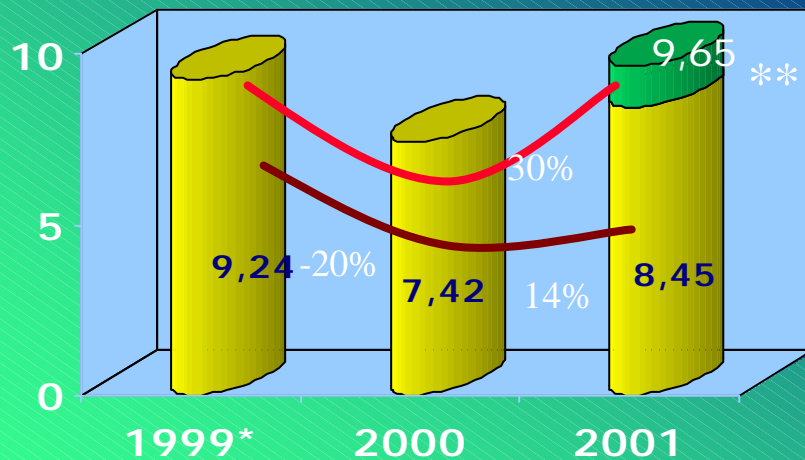
### FATTURATO



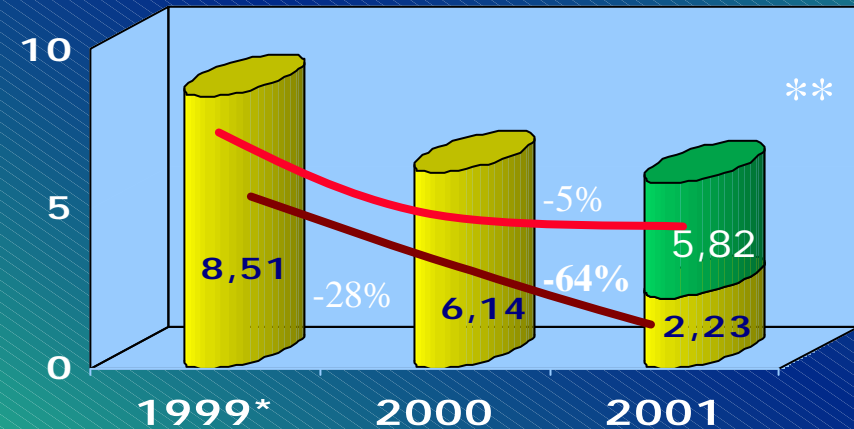
### EBITDA



### EBIT



### EBT

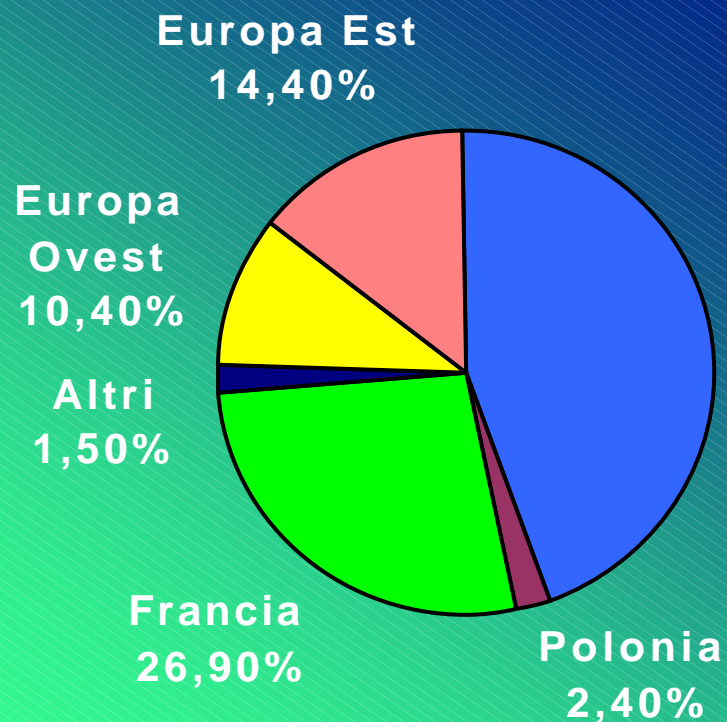


\* Nel 1999 area di consolidamento diversa \*\* in verde dati rettificati

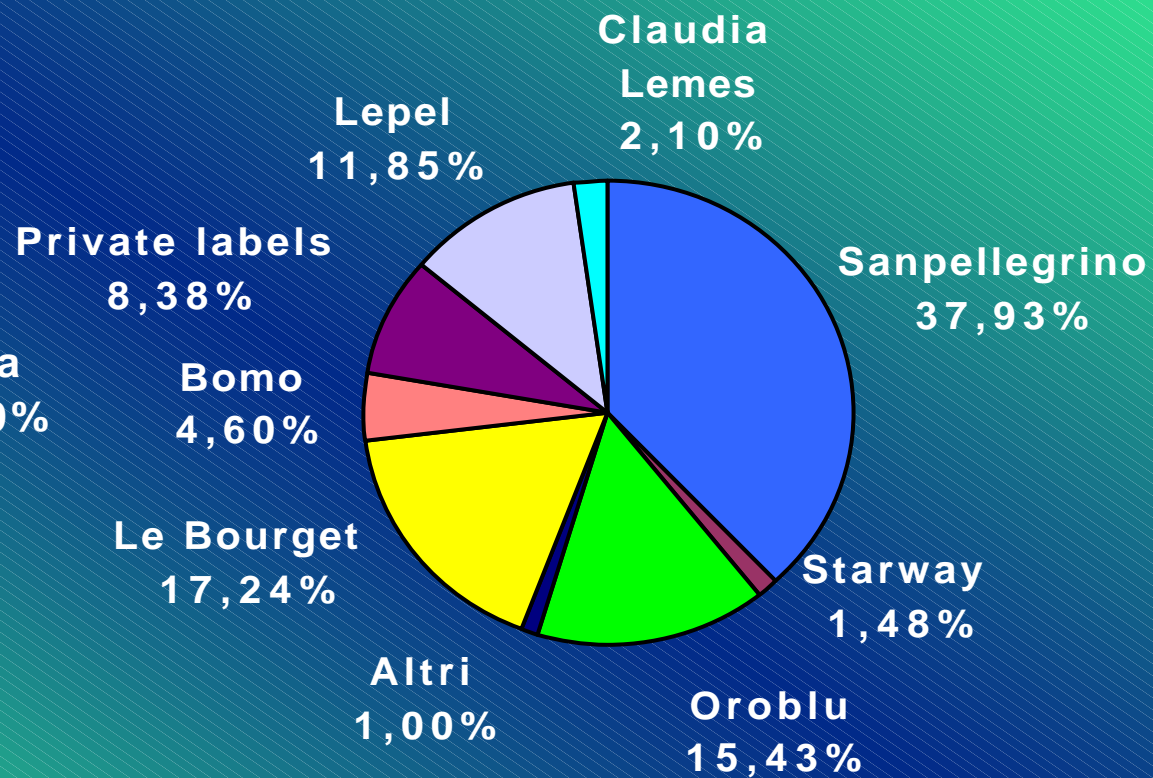


# Vendite nette consolidate al 31 dicembre 2001

## Vendite per area geografica



## Vendite per brand

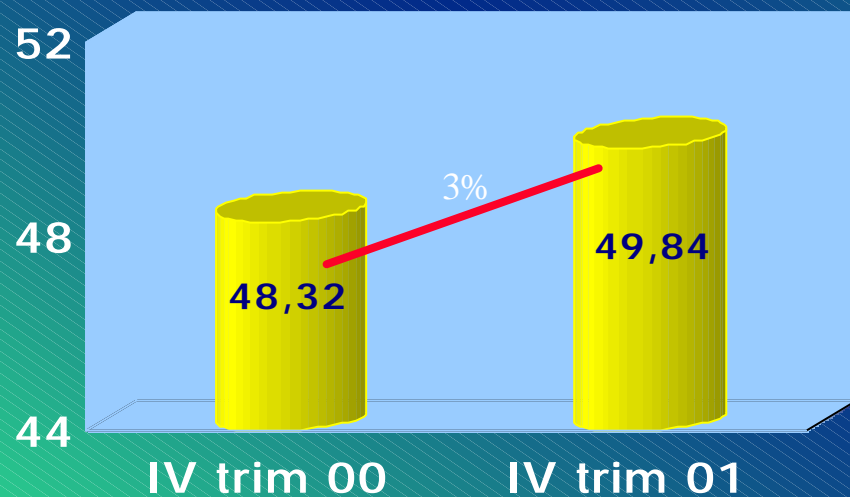


# Gruppo CSP

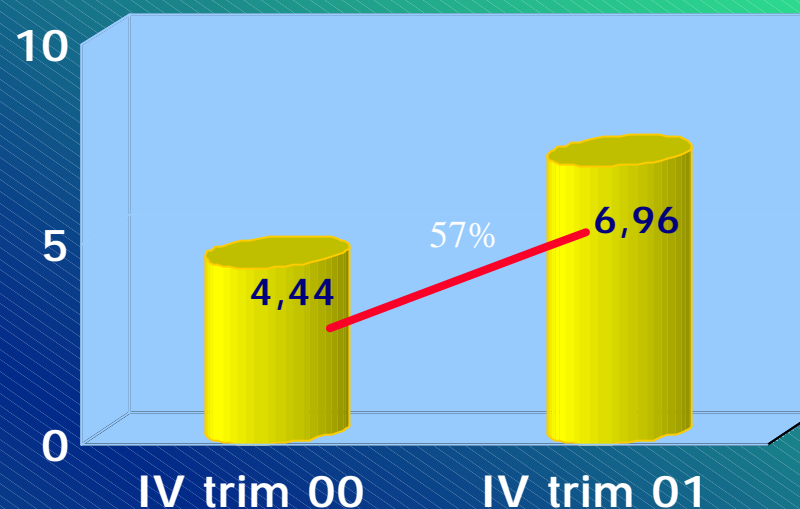
## Dati economico-finanziari su base trimestrale

(in milioni di euro)

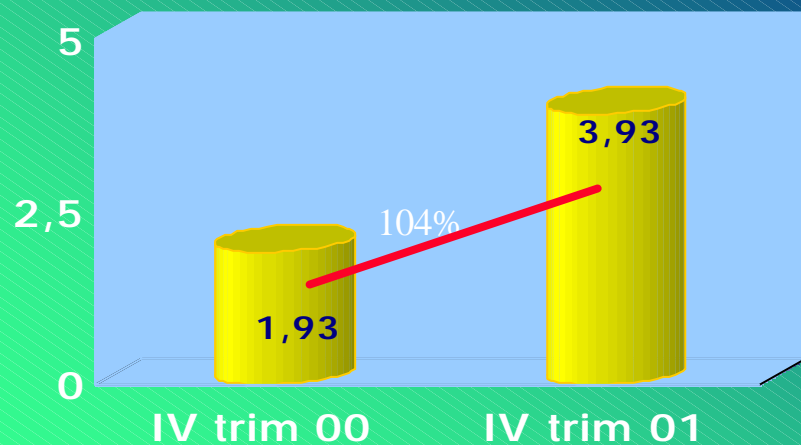
### FATTURATO



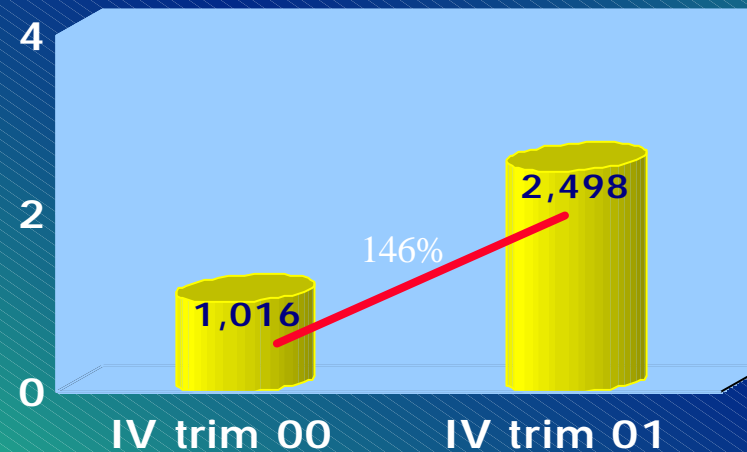
### EBITDA



### EBIT



### EBT





# *Dati economico-finanziari*

## **Il conto economico rettificato: le poste rilevanti**

- ✍ **Costi straordinari in relazione alla riorganizzazione distributiva del canale GD (1,20 milioni di euro)**
- ✍ **Svalutazione di azioni proprie valutate al prezzo di mercato (prezzo medio dicembre 2001 = 2,524 euro) per un totale di 2,39 milioni di euro. Il buy-back è iniziato nel marzo 1999 ed è stato rinnovato con la delibera dell'assemblea del 17 dicembre 2001**

# *Dati economico-finanziari*

## **Il conto economico rettificato**

<b>Conto economico consolidato</b> (milioni di euro)	31 dicembre 2001	31 dicembre 2000	31 dicembre 2001 rettificato
<b>Ricavi netti</b>	163,347	160,340	166,204
<b>Margine lordo</b>	61,742	57,756	62,942
<b>Ebitda</b>	20,501	19,288	21,701
<b>Risultato operativo</b>	8,449	7,415	9,649
<b>Risultato prima delle imposte</b>	2,232	6,139	5,818



# *Dati economico-finanziari*

## **Stato patrimoniale consolidato**

31 dicembre

(milioni di euro)

2001

2000

Patrimonio netto (\*)

62,294

61,444

Capitale e riserve di terzi

1,765

7,572

Indebitamento finanziario lordo

86,198

69,272

Altre passività

57,180

59,845

**Totale passività  
e patrimonio netto**

**207,437**

**198,133**

Immobilizzazioni

70,027

73,506

Attività correnti

131,052

122,614

Cassa e banche

6,358

2,013

**Totale attività**

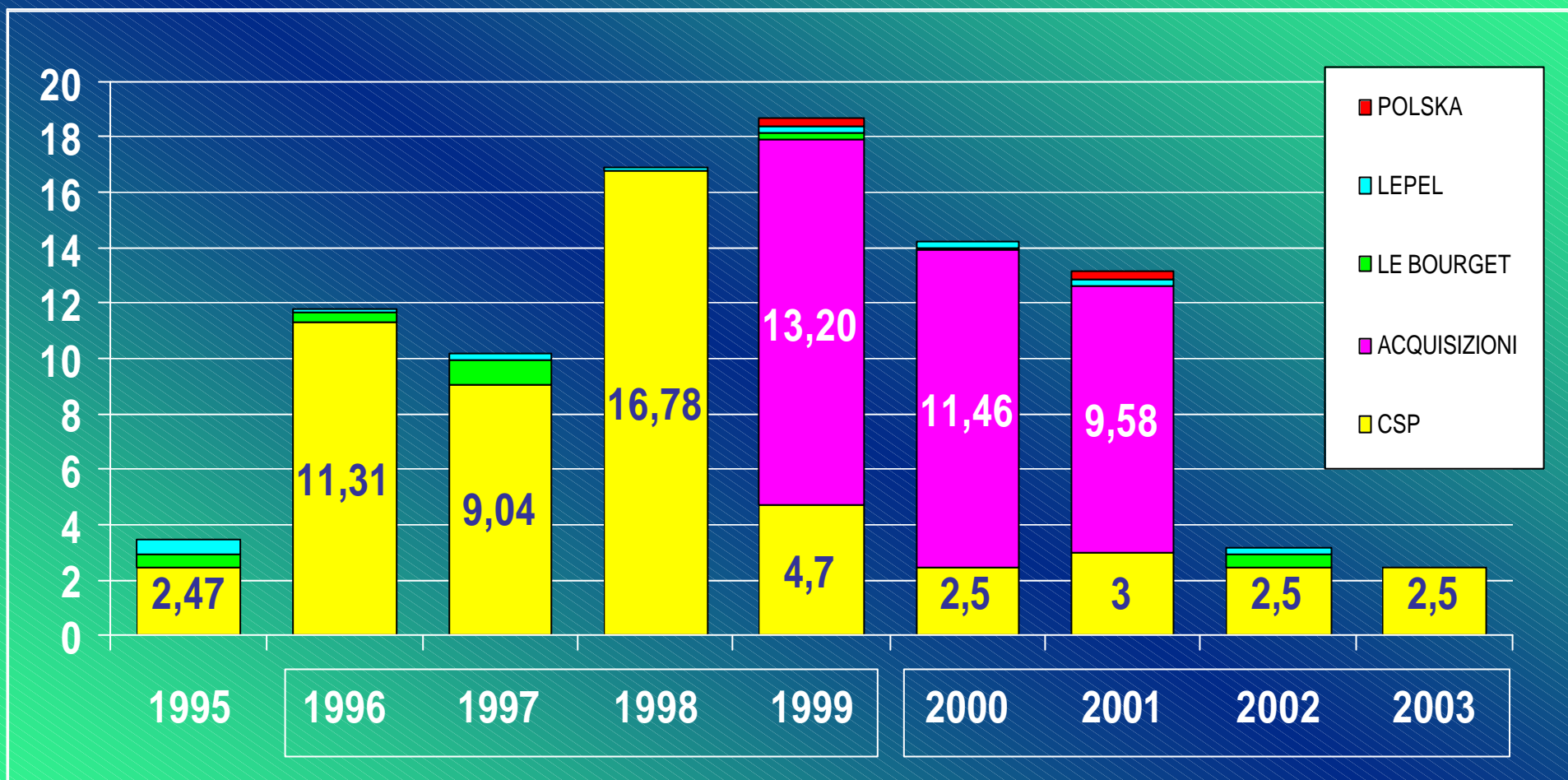
**207,437**

**198,133**

(\*) Il PN. al 31 Dic. 2001 include l'utile ante imposte

# *Dati economico-finanziari*

## milioni di euro **Piano di investimenti**



Automazione  
ciclo produttivo

Tecnologia  
Seamless






# *Obiettivi*

**“Da produttore di collant ad azienda innovativa nel segmento dell’intimo”**

-  **Aumentare la quota di mercato**
-  **Accelerare la diversificazione nell’intimo**
-  **Migliorare i margini**

# *Aumentare la quota di mercato*

## **Strategie**

-  **Meno marche, più forti:  
Sanpellegrino, Oroblù, Le Bourget**
-  **Focus investimenti**
-  **Nuova strategia di comunicazione**
-  **Obiettivo 2002 CSP: +1 punto quota consumi  
calze (2001: 10% quota consumi)**





# *Accelerare la diversificazione nell'intimo*

## **Strategie**

- ✍ **Brand extension dalle calze all'intimo**
- ✍ **Dal seamless all'intimo tradizionale, e viceversa**
- ✍ **Assortimenti adeguati alle richieste dei diversi paesi ed alle nuove richieste del mercato italiano**
- ✍ **Entro il 2005 circa la metà del fatturato del Gruppo sarà costituito dall'intimo (2001: intimo = 23% del fatturato)**

# *Migliorare i margini*

## **Strategie**

-  **Massimo sfruttamento della capacità produttiva**
-  **Razionalizzazione marche ed assortimenti**
-  **Massima efficienza logistica**
-  **Aumento dell'Ebit Margin dell'1% all'anno**





**Più innovazione e più efficienza  
per dare più forza  
alla crescita**

# ***ALLEGATI***

- **Chi siamo – Milestones**
- **Strategie**
- **Dati economico-finanziari - Conto Economico consolidato**
- **Dati economico-finanziari - Conto Economico consolidato: Breakdown per società**
- **Dati economico-finanziari – Capitale circolante consolidato**
- **Dati economico-finanziari – Rendiconto finanziario consolidato**



# *Chi siamo* **Milestones**

- ✦ **Fondata nel 1973**
- ✦ **Circa 30 anni di eccellenti tassi di crescita del fatturato**
- ✦ **1996: viene inaugurata la strategia di investimenti finalizzata a incrementare la capacità produttiva e ridurre il peso dell'outsourcing**
- ✦ **1997: inizia la diversificazione nel mercato dell'intimo, soprattutto con il marchio Oroblù**
- ✦ **1998: viene costituita Sanpellegrino Polska, una unità produttiva con sede in Polonia**
- ✦ **1999-2000: inizia la campagna di acquisizione, con l'acquisizione di Le Bourget Group, in ordine di grandezza, la terza fabbrica di collant in Francia**
- ✦ **2000: acquisizione di una quota del 55% in Lepel, azienda leader nel mercato italiano della lingerie**
- ✦ **2001: acquisizione di un'ulteriore quota del 45% in Lepel**
- ✦ **9 luglio 1997: CSP viene quotata alla Borsa di Milano**
- ✦ **2 aprile 2001: immediata ammissione al nuovo segmento STAR**

# *Strategie*

**Diversificazione merceologica e di target:  
Forte marketing orientation**

 Calze da donna

 Intimo seamless

**Donna**

Le Bourget, Oroblù, Sanpellegrino

**Uomo**

Oroblù, Sanpellegrino

 Intimo tradizionale

Lepel, Oroblù, Sanpellegrino



# *Dati economico-finanziari*

## **Conto economico consolidato**

<b>(milioni di euro)</b>	<u>IV trimestre</u>		<u>31 Dicembre</u>	
	<b>2001</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>
<b>Ricavi netti</b>	<b>49,839</b>	<b>48,320</b>	<b>163,347</b>	<b>160,340</b>
<b>EBITDA</b>	<b>6,958</b>	<b>4,436</b>	<b>20,501</b>	<b>19,288</b>
<b>EBIT</b>	<b>3,925</b>	<b>1,931</b>	<b>8,449</b>	<b>7,415</b>
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>2,498</b>	<b>1,016</b>	<b>2,232</b>	<b>6,139</b>
	<i>13,96%</i>	<i>9,18%</i>	<i>12,55%</i>	<i>12,03%</i>
	<i>7,88%</i>	<i>4,00%</i>	<i>5,17%</i>	<i>4,62%</i>
	<i>5,01%</i>	<i>2,10%</i>	<i>1,37%</i>	<i>3,83%</i>

# *Dati economico-finanziari*

## **Conto economico consolidato: breakdown per società\***

(milioni di euro)

	Gruppo	CSP	Le Bourget	SP Pòlska	Lepel
--	--------	-----	------------	-----------	-------

Ricavi netti	163,347	108,412	48,573	9,265	22,799
EBITDA	20,501	15,274	2,894	0,959	2,061
EBIT	8,449	7,408	1,940	0,709	0,774
<i>EBIT %</i>	<i>5,17%</i>	<i>6,83%</i>	<i>3,99%</i>	<i>7,65%</i>	<i>3,39%</i>
Risultato prima delle imposte	2,232	0,958	1,008	0,648	0,815

\* al 31 Dicembre 2001



# *Dati economico-finanziari*

## **Capitale circolante consolidato**

**31 dicembre**

**(milioni di euro)**

**2001**

**2000**

**Crediti commerciali**

**64,80**

**66,87**

**Altri crediti**

**6,75**

**6,21**

**Rimanenze**

**54,13**

**46,17**

**Debiti verso fornitori**

**- 38,79**

**-40,03**

**Altri debiti**

**- 8,46**

**-9,96**

**Capitale circolante**

**78,43**

**69,26**

*incidenza sul fatturato netto*

**48,0%**

**43,2%**

*fatturato netto*

**163,35**

**160,34**

# *Dati economico-finanziari*

## **Rendiconto finanziario consolidato**

**31 dicembre**

<b>(milioni di euro)</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>	<b>1999</b>
<b>Indebitamento netto iniziale (totale)</b>	<b>-67,26</b>	<b>-55,14</b>	<b>-45,70</b>
Flusso dell'attività di esercizio prima della variazione del capitale circolante	16,40	14,45	13,68
Variazione del capitale circolante	-13,50	-6,06	14,37
Flusso monet. da (per) attività di esercizio	2,90	8,39	28,05
Flusso monet. da (per) att. di investimento	-15,14	-17,27	-18,63
Flusso monet. da (per) att. finanziarie	-0,34	-5,09	-0,47
Flusso monet. dell'esercizio	-12,58	-13,97	8,95
Liquidità (indebitamento) netto delle soc. acquisite alla data di acquisizione	0,00	1,85	-18,39
<b>Indebitamento netto finale (totale)</b>	<b>-79,84</b>	<b>-67,26</b>	<b>-55,14</b>



# Grazie per l'attenzione

## Contatti:

Massimiliano Retta, *Direttore Generale*

Arturo Tedoldi, *Direttore Amministrativo e Finanziario*

Simone Ruffoni, *Head of Investor Relations*

+39 0376 8101

[info.investors@cspinternational.it](mailto:info.investors@cspinternational.it)

[www.cspinternational.it](http://www.cspinternational.it)