



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 14 febbraio 2005

**CSP INTERNATIONAL: APPROVATA DAL CDA
LA RELAZIONE TRIMESTRALE AL 31 DICEMBRE 2004**

***CSP International registra al 31 Dicembre 2004 una perdita di 8,9 milioni di euro,
di cui 8,6 milioni nell'ultimo trimestre dell'anno***

La società punta al pareggio nel 2005 attraverso una serie di azioni straordinarie

Il C.d.A. di CSP International S.p.A., società quotata al segmento STAR della Borsa Italiana, produttrice di calze, collant e abbigliamento intimo con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, ha approvato in data odierna la Relazione Trimestrale al 31 dicembre 2004, che presenta una perdita pre-tasse di 8,6 milioni di Euro, da confrontarsi con una perdita di 2,7 milioni di Euro nel IV trimestre 2003.

Il risultato del trimestre è la conseguenza dei seguenti principali fattori:

- una situazione meteorologica con una temperatura particolarmente elevata nel mese di ottobre con una conseguente riduzione significativa del consumo di calze in ottobre, ma anche in novembre/dicembre, con un vero e proprio crollo del mercato, imprevedibile nelle punte mensili, registrate dall'Istituto GFK, fino al -22%;
- un decremento del fatturato del 25% rispetto allo stesso trimestre del 2003 e del 33% nel mese di dicembre per la Capogruppo;
- una minore marginalità provocata dagli investimenti pubblicitari realizzati nell'ultimo trimestre dell'anno, superiori a quelli realizzati nel IV trimestre del 2003.

Riportiamo i risultati principali al 31 Dicembre 2004, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato, confrontati con i risultati dell'anno precedente:

- il fatturato dell'anno 2004 è stato pari a 126,8 milioni di Euro contro i 142,4 milioni del 2003. Il decremento è pari al 10,9%;
- il margine lordo del 2004 è pari a 40,5 milioni di Euro e si confronta con un margine di 46,0 milioni di Euro del 2003; l'incidenza passa dal 32,3% al 32,0%;
- il risultato pre-tasse del 2004 è stato negativo per 8,9 milioni di Euro, contro la perdita di 8,8 milioni di Euro dell'anno precedente;
- l'indebitamento finanziario netto è stato pari a 60,1 milioni di Euro, contro 69,6 milioni di Euro del 2003.

Il risultato del periodo gennaio-settembre 2004 presentava una perdita cumulata di 0,3 milioni di Euro contro la perdita di 5,8 milioni nello stesso periodo dell'anno precedente. La perdita totale annua è quindi quasi totalmente imputabile alla perdita dell'ultimo trimestre, nel quale ha avuto un ruolo determinante la caduta del fatturato sotto il punto di pareggio e la conseguente impossibilità di coprire i costi del trimestre.

Dobbiamo però segnalare, oltre ai problemi specifici relativi all'ultimo trimestre, anche gli altri fattori che hanno influito negativamente sull'intero anno:

- la cronica recessione del mercato calze/collant;
- la riduzione del fatturato dell'intimo seamless, la nuova tecnologia che, dopo aver raggiunto in un quinquennio di forte crescita l'incidenza di un quarto del totale mercato dell'intimo, ha fermato il suo sviluppo;
- la tendenza all'abbassamento dei prezzi, in particolare nel canale Ingrosso, nella merceologia seamless, per la saturazione dell'offerta, e nel mercato dei reggiseni, per l'entrata della produzione cinese a basso costo;
- l'emergere della concorrenza locale nel mercato russo, terzo per importanza, dopo Italia e Francia, per il Gruppo CSP International.

Parametri gestionali

Nonostante il risultato negativo, si sono registrati alcuni positivi risultati di natura gestionale, apprezzabili se inseriti in un contesto complessivamente molto difficile.

PARAMETRO	RISULTATI 2003 vs. 2002	RISULTATI 2004 vs. 2003
Magazzino	- 10,9 milioni Euro	- 4,1 milioni di Euro
Circolante	- 15,6 milioni di Euro	- 5,2 milioni di Euro
Indebitamento bancario	- 14,1 milioni di Euro	- 9,5 milioni di Euro
Oneri finanziari	- 0,7 milioni di Euro	- 0,7 milioni di Euro
Costo del lavoro	- 1,8 milioni di Euro	- 1,7 milioni di Euro
Altre spese	- 1,1 milioni di Euro	- 0,5 milioni di Euro

Razionalizzazione produttiva

Elenchiamo i principali interventi sull'organizzazione produttiva già realizzati e quelli attualmente in corso.

MERCEOLOGIA	UNITA' PRODUTTIVA	AZIONI	RIDUZIONE ORGANICI
Calze e collant	Le Bourget	- Capacità produttiva di tessitura azzerata e mantenimento del servizio logistico per il mercato francese	- 25 nel 2002 - 30 nel 2003 - 88 nel 2004
	Capogruppo	- Razionalizzazione 2 stabilimenti di Rivarolo del Re e Ceresara (gennaio 2005)	- 47 nel 2002 - 43 nel 2003 - 4 nel 2004 - 65 nel 2005
Corsetteria	Lepel	- Unificazione 2 stabilimenti di Carpi e Poggio Rusco (febbraio 2005)	- 7 nel 2003 - 10 nel 2004 - 50 nel 2005

Sono interventi organizzativi necessari per

- ridurre i costi industriali;
- abbreviare i tempi del ciclo produttivo;
- migliorare la qualità dei prodotti finiti;
- ottimizzare il servizio ai clienti;
- e, in sintesi, incrementare la competitività aziendale.

Come conseguenza di questi interventi, l'organico presenterà una riduzione di circa 115 unità nel 2005, costituita da 50 addetti in mobilità e 65 addetti in Cassa Integrazione Straordinaria

Operazioni straordinarie

Al risultato dell'anno contribuiscono proventi straordinari per 2,9 milioni di Euro. Si osserva che i proventi sono stati ottenuti senza la rinuncia a fattori di business di natura strategica.

Vi sono, inoltre, oneri straordinari per 0,4 milioni di Euro, relativi alla chiusura dello stabilimento Lepel di Poggio Rusco (corsetteria) e all'integrazione dei due stabilimenti di Ceresara e di Rivarolo del Re (collant):

- gli interventi decorrono da gennaio 2005 per gli stabilimenti collant e da febbraio 2005 per lo stabilimento corsetteria;
- i costi degli interventi, in quanto già deliberati nel 2004, sono attribuiti al bilancio 2004, anche se saranno sostenuti nel prossimo triennio;
- i risparmi derivanti dagli interventi, quantificabili in circa 2 milioni di Euro, andranno a vantaggio del bilancio 2005.

Licenze

Oltre alle licenze per calze uomo, già in vigore, nel 2004 sono state attivate 6 licenze per le merceologie della maglieria intima ed esterna, dei costumi da bagno e dell'abbigliamento tempo libero.

Queste licenze avranno effetti sull'anno 2005 e porteranno i proventi derivanti da royalties a raggiungere complessivamente il milione di Euro nel 2006.

Il consuntivo licenze del 2004 dà i seguenti risultati:

- fatturato pari a 7,1 milioni di Euro, non consolidato nel fatturato di Gruppo;
- royalties pari a 447.000 Euro, consolidate nel fatturato di Gruppo.

Prospettive 2005

L'obiettivo centrale dell'anno 2005 per il Gruppo CSP International è il pareggio di bilancio, che sarà ottenuto anche grazie a proventi straordinari.

Questi avranno un impatto positivo nel 2005, ma anche un effetto permanente di alleggerimento della struttura organizzativa, con benefici anche negli anni successivi, sulla gestione ordinaria.

La vendita di cespiti non strategici consentirà l'integrazione e il coordinamento di stabilimenti produttivi e, in particolare:

- la razionalizzazione della produzione interna per calze/collant;
- la delocalizzazione degli approvvigionamenti per la corsetteria.

Più in generale, le operazioni straordinarie, oltre a fornire proventi positivi per il bilancio 2005, consentiranno di abbassare il punto di pareggio .

Il Piano d'azione per il raggiungimento dell'obiettivo 2005 prevede:

- Stabilizzazione del fatturato sul livello 2004;
- snellimento dell'organizzazione produttiva;
- delocalizzazione di tutte le produzioni diverse dai collant;
- riduzione degli organici;
- riduzione dei costi operativi;
- contenimento della spesa di marketing nel 10% del fatturato;
- miglioramento dei margini attraverso i nuovi prodotti;
- riduzione dell'indebitamento ridimensionando il circolante;
- realizzazione di proventi straordinari, derivanti dalla lean production;
- risultato in pareggio.

A sostegno dell'obiettivo del pareggio di bilancio nel 2005 vi sono i seguenti fattori:.

PUNTI DI FORZA STORICI DELLA SOCIETA'	SPECIFICHE INIZIATIVE 2005
1. Capacità innovativa	Nuovi prodotti nella corsetteria e nella calzetteria
2. Riconosciuto livello qualitativo dei prodotti	Miglioramento margini attraverso l'alleggerimento della struttura produttiva

3. Ampia diversificazione merceologica	Valorizzazione delle 6 nuove licenze avviate nel 2004
4. Marchi consolidati, per conoscenza e immagine	Nuove campagne TV per Lepel, ritorno in TV per Sanpellegrino in Russia, valorizzazione dell'insegna Oroblù nella rete di negozi
5. Mix di produzione nel distretto (collant) e delocalizzata (tutto il resto)	Approvvigionamenti in Cina, con un miglior rapporto qualità/prezzo
6. Organizzazione distributiva italiana in sintonia con i canali più moderni	Contenimento dei costi operativi a parità di servizio
7. Copertura distributiva estera in 50 paesi e nei migliori Department Stores internazionali	Inserimento di nuovi distributori esteri per le nuove merceologie
8. Risultati gestionali integrati da proventi straordinari	Proventi straordinari derivanti da iniziative che abbassano il punto di pareggio

Il mix per il pareggio di bilancio

Sottolineiamo che le decisioni e le azioni relative a riduzioni di organici e di costi operativi sono già state prese e sono quindi già in atto. Il pareggio di Bilancio deriverà quindi da un mix costituito da miglioramenti gestionali e da proventi straordinari.

Andamento gennaio

Infine, il fatturato del mese di gennaio 2005, rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, è stato

- in incremento per la Capogruppo, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù e Lepel;
- in lieve decremento per Le Bourget e SP Polska;
- complessivamente in incremento a livello totale aggregato di Gruppo.

Il risultato di gennaio non può essere preso come rappresentativo, anche se ha interrotto la sequenza negativa degli ultimi tre mesi dell'anno precedente.

Anche la raccolta ordini di gennaio è partita in modo promettente, in particolare per la Capogruppo nei canali Dettaglio e Ingrosso, ove gli ordini raccolti sono più elevati di quelli dell'anno scorso, e nel canale Grande Distribuzione, ove siamo rientrati in due importanti catene nazionali.

Conclusioni

Dopo i risultati del IV trimestre 2004, la previsione del pareggio nel 2005 sarà accolta con scetticismo. Tuttavia, un bilancio in equilibrio nel 2005

- non è un vago auspicio;
- è un obiettivo praticabile;
- è il nostro piano;
- è ciò su cui lavoriamo.

Eventi societari 2005

Riportiamo il calendario degli eventi societari previsti per l'anno 2005.

Consigli di Amministrazione	CONTENUTO
Lunedì 14 febbraio 2005 – Ore 9,00	Risultati IV trimestre 2004
Mercoledì 30 marzo 2005 – Ore 15,30	Bilancio annuale 2004
Venerdì 13 maggio 2005 – Ore 9,00	Risultati I trimestre 2005
Venerdì 5 agosto 2005 – Ore 9,00	Risultati II trimestre 2005
Mercoledì 28 settembre 2005 – Ore 9,00	Risultati I semestre 2005
Venerdì 11 novembre 2005 – Ore 09,00	Risultati III trimestre 2005

Assemblee degli Azionisti	CONTENUTO
Venerdì 29 aprile 2005 – Ore 9,00	Approvazione Bilancio 2004

Conto Economico Riclassificato
(importi in migliaia di Euro)

	Trimestre 01/10 - 31/12 2004 CONSOLIDATO	Trimestre 01/10 - 31/12 2003 CONSOLIDATO	Periodo al 31 dicembre 2004 CONSOLIDATO	Periodo al 31 dicembre 2003 CONSOLIDATO
Ricavi netti	33.477	39.277	126.358	141.840
Royalties attive	137	103	447	543
RICAVI NETTI	33.614	39.380	126.805	142.383
COSTO DEL VENDUTO				
Acquisti	6.192	10.906	40.516	41.511
Costo del lavoro	3.697	4.525	16.286	18.154
Prestazioni di servizi	1.929	2.929	12.407	13.195
Ammortamenti	1.473	1.588	6.011	6.621
Altri costi	1.526	1.908	6.658	6.681
(Aumento) Diminuzione delle rimanenze	11.590	6.273	4.422	10.201
	26.407	28.129	86.300	96.363
MARGINE LORDO	7.207	11.251	40.505	46.020
COSTI DI VENDITA, GENERALI ED AMMINISTRATIVI				
Costo del lavoro	4.018	3.543	14.066	13.854
Spese pubblicitarie	5.325	4.443	15.522	16.401
Provvigioni	772	849	3.033	3.475
Ammortamenti	1.292	1.097	4.906	4.269
Altre spese	3.406	3.498	12.012	12.473
	14.813	13.430	49.539	50.472
RISULTATO OPERATIVO	(7.606)	(2.179)	(9.034)	(4.452)
Oneri (proventi) finanziari netti	785	814	2.594	3.257
Svalutazione (rivalutazioni) di partecipazioni	0	0	0	0
Altri (proventi) e oneri	(205)	(308)	(213)	(128)
	580	506	2.381	3.129
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE E DI POSTE STRAORDINARIE	(8.186)	(2.685)	(11.415)	(7.581)
Oneri e (proventi) straordinari	371	7	(2.559)	1.191
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	(8.557)	(2.692)	(8.856)	(8.772)
Imposte sul reddito (*)	0	0	0	(1.523)
RISULTATO NETTO DEL PERIODO	(8.557)	(2.692)	(8.856)	(10.295)
RISULTATO DI PERTINENZA DI TERZI	5	170	(7)	365
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	(8.552)	(2.522)	(8.863)	(9.930)
EBITDA (Risultato operativo+ammortamenti)	(4.841)	506	1.883	6.438

(*) I dati trimestrali e al 31 dicembre 2004 non comprendono le imposte sul reddito.

Stato Patrimoniale Riclassificato - Attività

(importi in migliaia di Euro)

	31 dicembre 2004 CONSOLIDATO	30 settembre 2004 CONSOLIDATO	31 dicembre 2003 CONSOLIDATO
ATTIVITA' CORRENTI			
Cassa e banche	3.751	986	1.065
Crediti verso clienti	51.885	53.310	55.131
Crediti verso società collegate e controllate	0	39	100
Altri crediti	4.728	5.760	2.899
Rimanenze di magazzino	43.046	54.458	47.141
Ratei e risconti attivi	1.195	1.268	1.297
Azioni proprie	0	1.596	3.316
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI	104.605	117.417	110.949
IMMOBILIZZAZIONI			
Attività finanziarie:			
Crediti finanziari	180	235	241
Partecipazioni	124	145	11
Totale attività finanziarie	304	380	252
Immobilizzazioni materiali	32.417	33.997	38.792
Immobilizzazioni immateriali	12.244	12.876	14.988
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	44.965	47.253	54.032
TOTALE ATTIVITA'	149.570	164.670	164.981

Stato Patrimoniale Riclassificato - Passività e Patrimonio Netto

(importi in migliaia di Euro)

	31 dicembre 2004 CONSOLIDATO	30 settembre 2004 CONSOLIDATO	31 dicembre 2003 CONSOLIDATO
PASSIVITA' CORRENTI			
Debiti verso banche a breve	28.770	25.630	42.787
Quota a breve dei debiti a medio-lungo termine	6.515	7.739	11.604
Debiti commerciali verso terzi	30.970	37.774	30.328
Debiti commerciali verso soc. controll./collegate	0	0	0
Debiti tributari	831	585	2.071
Altri debiti	5.099	6.130	5.086
Ratei e risconti passivi	330	403	324
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	72.515	78.261	92.200
PASSIVITA' A MEDIO-LUNGO TERMINE			
Finanziamenti a medio lungo-termine, al netto delle quote correnti	23.578	24.842	16.278
Prestito obbligazionario	5.000	5.000	0
Trattamento di fine rapporto	7.450	7.352	7.239
Altri fondi	5.552	5.329	5.224
TOTALE PASSIVITA' A MEDIO LUNGO TERMINE	41.580	42.523	28.741
TOTALE PASSIVITA'	114.095	120.784	120.941
CAPITALE E RISERVE DI TERZI	1.085	1.017	935
PATRIMONIO NETTO			
Capitale sociale	12.740	12.740	12.740
Riserva legale	1.359	1.359	1.359
Fondo sovrapprezzo azioni	18.076	18.076	18.076
Altre riserve	11.078	11.005	20.860
Risultato netto del periodo (*)	(8.863)	(311)	(9.930)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	34.390	42.869	43.105
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	149.570	164.670	164.981

(*) I dati al 31 dicembre 2004 e al 30 settembre 2004 non comprendono le imposte sul reddito.

CSP International: Innovation in Hosiery and Underwear

CSP International S.p.A. è nata nel 1973 a Ceresara (Mantova), nel distretto della calzetteria, dove si realizzano i due terzi della produzione europea, è a capo di un Gruppo leader nel settore calze, collant e abbigliamento intimo (underwear), che si posiziona al terzo posto in Europa e all'ottavo nel mondo, per fatturato, nel proprio mercato di riferimento. Il Gruppo, che realizza un fatturato di circa 150 milioni di Euro, comprensivo delle licenze in atto, conta oltre 1.100 dipendenti, ha insediamenti in Italia, Francia e Polonia, e distribuisce i propri prodotti in 50 paesi del mondo, realizzando la metà del proprio fatturato all'estero.

Il Gruppo CSP International produce collant, calze da donna e da uomo, intimo femminile e maschile realizzato con la tecnologia seamless (senza cuciture), corsetteria, lingerie e costumi da bagno.

I suoi marchi si rivolgono a diversi target del mercato:

- **Sanpellegrino:** il marchio storico, offre prodotti funzionali con il miglior rapporto qualità/prezzo;
- **Oroblù:** il marchio con la qualità e l'immagine più elevata, presente nei migliori Grandi Magazzini internazionali;
- **Le Bourget:** il marchio più prestigioso della calzetteria francese, specializzato sui trend modali;
- **Lepel:** marchio leader della corsetteria in Italia, offre comfort ed eleganza al prezzo più favorevole.

Di seguito, le tappe più significative dell'ultimo decennio nella vita del Gruppo CSP International:

- 1994** - Entrata nel mercato russo;
- 1995** - lancio del collant Brazil Effect – Shock Up;
- 1996** - pubblicità Sanpellegrino con Antonio Banderas e Valeria Mazza come testimonials;
- 1997** - quotazione al listino ufficiale di Borsa Italiana;
- 1998** - costituzione di Sanpellegrino Polska, joint-venture paritetica (50%) con un partner polacco;
- 1999** - acquisizione del 100% di Le Bourget, terzo produttore di collant in Francia;
 - avvio della diversificazione nell'intimo, con la tecnologia seamless;
- 2000** - acquisizione del 55% di Lepel, prima tappa per la diversificazione nel mercato della corsetteria;
- 2001** - acquisizione del restante 45% di Lepel;
 - ammissione al segmento STAR della Borsa Italiana;
- 2002** - approvazione del progetto di fusione di Lepel per incorporazione in CSP International;
- 2003** - lancio di collant innovativi di posizionamento cosmetico, con Sanpellegrino BioComplex L'Angelica e Oroblù BioAction Transvital;
- 2004** - attivazione di licenze in mercati complementari, come la maglieria intima ed esterna e i costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva.

CSP International ha la missione di produrre e distribuire i migliori prodotti, nel segmento di mercato della qualità, innovando nel core business dei collant e diversificando nell'intimo e nell'abbigliamento.

Per ulteriori informazioni:

CSP International S.p.A.

Simone Ruffoni
Head of Investor Relations
Telefono: 0376-8101
info.investors@cspinternational.it

Mirella Villa Comunicazione S.r.l.

Francesca Baldini, Serena Battiloro
Tel. 02 4980162
Cell. 335 7357147 – 335 7541847
francesca.baldini@villacomunicazione.it
serena.battiloro@villacomunicazione.it