



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 3 agosto 2006

**CONSOB RILASCIAM IL NULLA OSTA ALLA PUBBLICAZIONE
DEL PROSPETTO INFORMATIVO
PER L'OFFERTA IN OPZIONE AI SOCI DI CSP INTERNATIONAL INDUSTRIA CALZE S.P.A.**

***Offerta di n. 15.680.000 azioni ad un prezzo unitario di 0,96 Euro,
per un controvalore complessivo di circa 15 milioni di Euro***

CSP International Industria Calze S.p.A. ("CSP"), società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, abbigliamento intimo e costumi da bagno, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, informa che Consob ha rilasciato il nulla osta alla pubblicazione del Prospetto Informativo per l'offerta, in opzione ai soci, di azioni CSP di nuova emissione, rinvenienti dall'aumento di capitale descritto di seguito.

Termini e condizioni dell'aumento di capitale

Come deliberato dall'Assemblea di CSP del 28 aprile 2006 e, successivamente, dal Consiglio di Amministrazione del 13 giugno 2006, dalla stessa delegato a definire, tra l'altro, il prezzo di sottoscrizione delle nuove azioni, fermi il prezzo minimo e i criteri previsti dall'assemblea, è previsto che l'emissione abbia ad oggetto n. 15.680.000 nuove azioni ordinarie CSP, da offrire in opzione ai soci, ai termini e condizioni di seguito descritti.

L'aumento di capitale, scindibile e riservato in opzione ai soci:

- in caso di integrale sottoscrizione, avrà un controvalore complessivo (per valore nominale e sovrapprezzo) di 15 milioni di Euro circa, di cui Euro 8.153.600 a titolo di valore nominale;
- è motivato dall'opportunità di integrare le risorse finanziarie necessarie per lo sviluppo e, in particolare, per la gestione delle nuove attività distributive avviate dalla Società;
- avverrà a un prezzo complessivo unitario di Euro 0,96 costituito da valore nominale per azione pari a 0,52 Euro e sovrapprezzo pari a 0,44 Euro;
- prevede un rapporto di opzione nella misura di 16 azioni di nuova emissione per ogni 25 azioni possedute (godimento regolare: 1° gennaio 2006).

Gli azionisti di maggioranza di CSP International si sono impegnati a sottoscrivere l'aumento di capitale per complessivi 7,6 milioni di Euro circa, parte dei quali mediante l'integrale conversione a capitale del prestito obbligazionario di spettanza di alcuni di essi, pari a Euro 5.000.000,00 deliberato dall'assemblea della società in data 30 aprile 2004.

Si segnala, inoltre, che la società non ha stipulato con alcuna banca o investitore istituzionale un accordo di garanzia volto a garantire il buon esito dell'offerta (al netto della parte di aumento di capitale che i soci si sono impegnati a sottoscrivere).

Tempistica dell'aumento di capitale

Il calendario previsto per l'aumento di capitale è il seguente

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| - pubblicazione del Prospetto Informativo (disponibile presso Consob; sito Borsa Italiana, sito CSP International) | 3 agosto 2006 |
| - avviso di avvenuta pubblicazione del Prospetto Informativo su un quotidiano a diffusione nazionale (Italia Oggi) | 4 agosto 2006 |
| - inizio del periodo di offerta e del periodo di negoziazione dei diritti di opzione | 7 agosto 2006 |
| - ultimo giorno di negoziazione dei diritti di opzione | 25 agosto 2006 |
| - termine del periodo di offerta e termine ultimo per la sottoscrizione delle azioni di nuova emissione | 1 settembre 2006 |
| - comunicazione dei risultati dell'offerta in opzione, al termine del periodo di offerta, nonché comunicazione dei diritti di opzione non esercitati, che verranno offerti in borsa dalla Società ai sensi dell'art. 2441, comma terzo, cod. civ. | entro il 5 settembre 2006 |

In ogni caso, l'assemblea straordinaria di CSP del 28 aprile 2006 ha deliberato che l'aumento di capitale dovrà essere eseguito entro e non oltre il 30 settembre 2006.

Risultati primo trimestre 2006

Si ricorda che la Società ha realizzato nel primo trimestre 2006 un utile netto di 0,3 milioni di Euro, contro la perdita di 2,1 milioni del primo trimestre 2005.

L'Ebitda del primo trimestre 2006 è stato pari a 2,3 milioni di Euro (valore equivalente all'Ebitda dell'intero anno 2005) confrontato con un Ebitda di 0,9 milioni di Euro nel primo trimestre 2005.

L'attività distributiva CSP International

CSP International ha deciso di affiancare all'attività di consolidamento svolta sui marchi del Gruppo (Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget) anche l'attività distributiva per marchi di terzi, sia sotto la forma di mandati di vendita, che sotto la forma di accordi di licenza.

Questa attività distributiva ha un duplice obiettivo:

- sostenere il fatturato, con nuove fonti di business, oltre a quelle costituite dai marchi propri;
- sviluppare margini di contribuzione, che contribuiscano al miglioramento della redditività del Gruppo.

Nel selezionare le nuove attività distributive, sono state prese in considerazione solo collezioni che offrano margini uguali o superiori all'attuale core-business del Gruppo.

Commenti

L'Amministratore Delegato Gianfranco Bossi commenta l'esecuzione dell'aumento di capitale come segue: "L'aumento di capitale è un evento importante nella vita societaria, perché:

- offre nuove risorse finanziarie utili allo sviluppo;
- sostiene le nuove attività distributive avviate da CSP International;
- si inserisce nel piano aziendale per il ritorno alla redditività;
- vede gli azionisti di maggioranza sottoscrivere oltre la metà del controvalore dell'emissione oggetto dell'offerta, a conferma della fiducia nei piani che il Gruppo sta attuando".

Prossimi eventi societari

| Consiglio di Amministrazione | Contenuto |
|-------------------------------------|------------------------------|
| Mercoledì 13 settembre – Ore 9,00 | Risultati I semestre 2006 |
| Martedì 14 novembre – Ore 9,00 | Risultati III trimestre 2006 |

CSP International: Innovation in Hosiery and Underwear

CSP International è stata fondata nel 1973 a Ceresara, (MN) nel distretto della calzetteria, dove si realizzano i 2/3 della produzione europea di calze. CSP è alla guida di un gruppo industriale leader nella produzione e distribuzione di calze, collant, intimo (underwear) e beachwear, raggiungendo posizioni di rilievo nei rispettivi mercati di riferimento.

Il Gruppo, che ha realizzato un fatturato consolidato superiore a 100 milioni di Euro nel 2005 attraverso i suoi brand Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, conta circa 1.000 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 grazie al suo network distributivo altamente specializzato.

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;
- 2002** - fusione di Lepel per incorporazione in CSP International;
- 2003** - lancio dei collant cosmetici, con Sanpellegrino BioComplex L'Angelica e Oroblù BioAction Transvital;
- 2004** - attivazione di licenze in mercati complementari, come la maglieria intima, esterna e i costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva interna per la produzione collant e delocalizzazione per gli altri prodotti;
- 2006** - inizio attività distributiva per terzi con le collezioni Puma e Sergio Tacchini.

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 nello sportswear..

Per ulteriori informazioni:

CSP International S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it