



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 14 novembre 2006

CSP INTERNATIONAL: IL CDA APPROVA LA RELAZIONE TRIMESTRALE AL 30.09.2006

- *Ritorno all'utile netto di Bilancio, nei nove mesi gennaio/settembre 2006.*
- *Riprende a crescere il fatturato nel III trimestre 2006 rispetto al 2005.*
- *Partite le attività distributive per Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty.*
 - *Previsto in pareggio il Bilancio annuo 2006.*

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International Industria Calze S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, abbigliamento intimo e costumi da bagno, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, e distributrice di importanti marchi internazionali, come Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty, ha approvato in data odierna la Relazione Trimestrale al 30.09.2006.

1. Risultati del III trimestre 2006

Il terzo trimestre 2006 ha realizzato un fatturato netto di 28,9 milioni di Euro, in incremento del 5,5% rispetto ai 27,4 milioni del terzo trimestre 2005.

- L'incremento è dovuto a Puma, presente per la prima volta dal 1 luglio 2006, con un fatturato di 1,6 milioni di Euro.
- Le Bourget è passato dai 9,2 milioni del 2005 ai 9,0 milioni del 2006.
- Le 3 marche della Capogruppo, nel trimestre indicato, hanno complessivamente migliorato il fatturato rispetto al pari periodo 2005, con Sanpellegrino in decremento, Lepel stabile e Oroblù in incremento.
- E' la prima volta, dopo 4 anni, precisamente dopo il 2002, che un trimestre presenta un fatturato in incremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.
- L'incremento di fatturato è anche collegato alla favorevole accoglienza riservata dal mercato alle nuove collezioni presentate negli scorsi mesi e, in particolare, alle seguenti:
 - o Oroblù: Collezione Kids
 - o Sanpellegrino: Collezione Sollievo
 - o Lepel: Collezione Miss Lepel
 - o Le Bourget: Collezione Les Dessous Chic

Il positivo andamento del fatturato, combinato con la crescita del margine industriale e l'ulteriore riduzione dei costi, ha portato a un utile trimestrale, dopo le imposte, pari a 3,3 milioni di Euro, che ha più che bilanciato la perdita di 3,2 milioni del I semestre.

2. Risultati salienti dei 9 mesi chiusi al 30 settembre 2006

Riportiamo i dati di sintesi, espressi in valore e in percentuale sul fatturato e confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente:

- il fatturato netto consolidato è stato pari a 70 milioni di Euro, contro i 77,2 del pari periodo dell'anno scorso, con un decremento del 9,3 %;
- il margine industriale (differenza tra ricavi netti e costo del venduto) è stato pari a 28,0 milioni di Euro, contro i 24,5 milioni del 2005: l'incidenza percentuale è pari al 39,9%, contro il 31,7% del 2005;
- sono stati rilevati ammortamenti per 4,2 milioni di Euro, contro i 5,0 milioni dell'anno precedente;
- il risultato prima delle imposte è stato positivo per 0,4 milioni di Euro, contro una perdita di 3,3 milioni di Euro di utile registrata nel 2005;

- il risultato dopo le imposte è positivo per 0,1 milioni di Euro, contro una perdita di 3,9 milioni di Euro;
- l'Ebit è passato da un negativo di 1,7 milioni di Euro a un positivo di 1,7 milioni di Euro (da -2,2% a +2,4%);
- l'Ebitda è passato da 3,4 a 5,9 milioni di Euro (da 4,4% a 8,4%);
- l'indebitamento finanziario netto è diminuito dai 35,5 milioni del 30 settembre 2005 ai 24,0 milioni al 30 settembre 2006;
- il patrimonio netto è pari a 36,9 milioni di Euro.

Segnaliamo che il risultato di utile netto del 2006 non comprende il contributo di alcuna operazione straordinaria, mentre il periodo al 30 settembre 2005 si chiudeva con una perdita di 3,9 milioni di Euro nonostante proventi straordinari per 3,2 milioni di Euro.

3. Parametri gestionali

Dati in milioni di Euro	2002	2003	2004	2005	30/09/ 2005	30/09/ 2006	Diff. 30/09/ 2005/2006
Magazzino	58,0	47,1	40,6	26,8	33,9	27,7	- 6,2
Circolante	84,4	68,8	58,4	40,4	39,5	37,9	- 1,6
Indebitamento finanziario netto	83,7	69,6	59,1	37,4	35,5	24,0	- 11,5
Costo del lavoro	33,8	32,0	29,0	26,8	20,0	17,8	- 2,2

Continua il miglioramento dei principali parametri gestionali, con

- un positivo alleggerimento del Magazzino e del Circolante;
- una drastica riduzione dell'indebitamento;
- un costante contenimento del costo del lavoro.

4. Margini

Segnaliamo il trend di miglioramento che caratterizza il margine industriale (differenza tra fatturato netto e costo di produzione) espresso in percentuale sul fatturato.

- Secondo semestre 2004: 27,1%
- Secondo semestre 2005: 31,7% (miglioramento di 4,6 punti percentuali)
- Primi 9 mesi 2005: 31,7%
- Primi 9 mesi 2006: 39,9% (miglioramento di 8,2 punti percentuali)

5. Organici

Complessivamente, gli interventi sugli organici sono stati i seguenti:

Riduzioni 2002:	72 unità
Riduzioni 2003:	80 unità
Riduzioni 2004:	102 unità
Riduzioni 2005:	164 unità
Riduzioni 2006:	81 unità

6. Comunicazione pubblicitaria

La collezione di lingerie Le Bourget "Les Dessous Chic" è stata sostenuta da un'affissione nel mercato francese in aprile e nuovamente in novembre.

Un'ulteriore affissione è stata realizzata per la collezione di intimo moda Lepel, nel mese di settembre, con Megan Gale come testimonial.

Una campagna stampa è in corso nell'ultimo trimestre dell'anno, per la nuova gamma di collant Sollievo, a marchio Sanpellegrino.

7. Nuove attività distributive

CSP International ha deciso di affiancare all'attività 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.

CSP International opera attualmente con i seguenti mandati:

- per il Sixty Group cura la progettazione, produzione e distribuzione di abbigliamento intimo, con il marchio Miss Sixty, sulla base di un contratto di licenza internazionale. Le collezioni Miss Sixty comprendono calze, collant, lingerie, corsetteria, maglieria intima e costumi da bagno;
- per Sergio Tacchini cura la distribuzione delle collezioni di coordinati mare, costituiti da costumi da bagno, T-shirt, polo e accessori, per tutta l'Europa;
- per Puma cura la distribuzione delle collezioni di calze sportive per il mercato italiano.

8. Aumento di capitale

L'aumento di capitale è stato perfezionato nel corso del mese di settembre. Complessivamente è stato sottoscritto capitale per 8,4 milioni di Euro, di cui 7,6 milioni di Euro da parte degli azionisti di maggioranza.

Attualmente il capitale sociale è costituito da 33.259.328 azioni da nominali 0,52 Euro cadauna, per un valore totale pari a 17.294.851 Euro.

9. Prospettive

L'obiettivo prioritario del Piano aziendale è il ritorno all'utile di bilancio.

L'obiettivo è perseguito spostando le priorità dalla Produzione alla Distribuzione, attraverso le seguenti azioni principali:

- a) razionalizzazione produttiva per la merceologia collant, con riduzione degli organici, per 245 unità, realizzata nel corso del 2005 e con pieno effetto nel 2006;
- b) delocalizzazione in outsourcing per le merceologie diverse dai collant, con il mantenimento della progettazione all'interno;
- c) miglioramento dei margini, attraverso il contenimento del costo di produzione e l'innovazione di prodotto;
- d) consolidamento dei marchi Orobù e Lepel; diversificazione di Le Bourget nella lingerie; riposizionamento del marchio Sanpellegrino;
- e) distribuzione di marchi di terzi;
- f) vendita di cespiti non strategici.

In considerazione

- dell'ottimo risultato del terzo trimestre 2006;
- del bilancio cumulativamente in utile dopo le imposte al 30 settembre 2006;
- del fatturato di ottobre 2006, superiore all'ottobre 2005;

riteniamo che l'obiettivo di un bilancio annuo in pareggio sia raggiungibile già nell'esercizio in corso.

“I risultati” – commenta l'Amministratore Delegato Gianfranco Bossi – “confermano la validità delle azioni strategiche, organizzative e distributive intraprese. Tuttavia, smettere di perdere è solo la prima parte del compito che ci attende: la seconda e determinante parte è tornare a produrre reddito in misura significativa.”

10. Calendario eventi societari anno 2007

Consiglio di Amministrazione	CONTENUTO
Lunedì 26 marzo – Ore 14,30	Progetto Bilancio annuale 2006
Lunedì 14 maggio – Ore 9,00	Risultati I trimestre 2007
Giovedì 13 settembre – Ore 9,00	Risultati I semestre 2007
Mercoledì 14 novembre – Ore 9,00	Risultati III trimestre 2007

Assemblea degli Azionisti	CONTENUTO
Venerdì 27 aprile – Ore 9,00	Approvazione Bilancio 2006

Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2006	30 giugno 2006	31 dicembre 2005	30 settembre 2005
ATTIVITA' NON CORRENTI				
Attività immateriali:				
- Avviamento	11.416	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	885	1.065	1.556	1.537
Attività materiali:				
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	18.660	19.610	22.431	23.733
- Investimenti immobiliari di proprietà	70	70	70	70
Altre attività non correnti:				
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto	1.259	1.241	1.227	1.175
Altre partecipazioni	11	11	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	147	150	157	134
Attività per imposte anticipate	3.160	3.157	3.166	2.091
Totale attività non correnti	35.608	36.720	40.034	40.167
ATTIVITA' CORRENTI				
Rimanenze di magazzino	27.680	30.571	26.765	33.878
Crediti commerciali	40.778	28.174	46.007	44.311
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	668	1.498	1.214	742
Attività destinate alla vendita	949	968	0	0
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	3.964	1.631	1.057	1.959
Totale attività correnti	74.039	62.842	75.043	80.890
TOTALE ATTIVITA'	109.647	99.562	115.077	121.057

Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2006	30 giugno 2006	31 dicembre 2005	30 settembre 2005
PATRIMONIO NETTO				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	12.740	12.740	12.740
- Altre riserve	18.771	14.996	13.341	13.303
- Riserve di rivalutazione	757	757	9.605	9.605
- Risultato del periodo	60	(3.197)	(7.198)	(3.930)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	36.883	25.296	28.488	31.718
PASSIVITA' NON CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Prestito Obbligazionario	0	5.000	5.000	5.000
- Debiti verso banche	16.884	16.876	13.490	14.260
TFR e altri fondi relativi al personale	6.988	6.979	7.375	7.326
Fondi per rischi e oneri	2.574	2.633	2.711	1.738
Fondo imposte differite	4.015	4.137	4.407	3.331
Debiti vari e altre passività non correnti	18	18	25	18
Totale passività non correnti	30.479	35.643	33.008	31.673
PASSIVITA' CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	11.103	8.359	19.974	18.245
Debiti commerciali	24.825	24.147	27.407	30.864
Debiti vari e altre passività	6.357	6.117	6.200	8.557
Totale passività correnti	42.285	38.623	53.581	57.666
TOTALE PASSIVITA'	72.764	74.266	86.589	89.339
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	109.647	99.562	115.077	121.057

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre 01/07 - 30/09 2006		Trimestre 01/07 - 30/09 2005		Periodo al 30 settembre 2006		Periodo al 30 settembre 2005		Esercizio al 31 dicembre 2005	
Ricavi	28.929	100,0%	27.432	100,0%	70.036	100,0%	77.213	100,0%	105.019	100,0%
Costo del venduto	(15.766)	-54,5%	(17.953)	-65,4%	(42.085)	-60,1%	(52.732)	-68,3%	(72.579)	-69,1%
Margine Industriale	13.163	45,5%	9.479	34,6%	27.951	39,9%	24.481	31,7%	32.440	30,9%
Spese dirette di vendita	(2.286)	-7,9%	(2.221)	-8,1%	(6.268)	-8,9%	(7.318)	-9,5%	(10.169)	-9,7%
Margine commerciale lordo	10.877	37,6%	7.258	26,5%	21.683	31,0%	17.163	22,2%	22.271	21,2%
Altri ricavi (spese) operativi	241	0,8%	2.592	9,4%	264	0,4%	3.744	4,8%	3.972	3,8%
Spese commerciali e amministrative	(7.425)	-25,7%	(6.352)	-23,2%	(20.268)	-28,9%	(22.516)	-29,2%	(29.929)	-28,5%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	(8)	0,0%	0	0,0%	(53)	-0,1%	(498)	-0,5%
Risultato operativo (EBIT)	3.693	12,8%	3.490	12,7%	1.679	2,4%	(1.662)	-2,2%	(4.184)	-4,0%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	(7)	0,0%	(2)	0,0%	2	0,0%	1	0,0%	20	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	(335)	-1,2%	(811)	-3,0%	(1.330)	-1,9%	(1.650)	-2,1%	(2.247)	-2,1%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	3.351	11,6%	2.677	9,8%	351	0,5%	(3.311)	-4,3%	(6.411)	-6,1%
Imposte sul reddito	(94)	-0,3%	240	0,9%	(291)	-0,4%	(619)	-0,8%	(787)	-0,7%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3.257	11,3%	2.917	10,6%	60	0,1%	(3.930)	-5,1%	(7.198)	-6,9%

Risultato per azione - base	Euro	0,119	0,119	0,002	(0,160)	(0,294)
------------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	----------------	----------------

Risultato per azione - diluito	Euro	0,119	0,119	0,002	(0,160)	(0,294)
---------------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	----------------	----------------

EBITDA	5.038	17,4%	5.178	18,9%	5.859	8,4%	3.378	4,4%	2.325	2,2%
---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	-------------	--------------	-------------

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 di marchi di terzi con le collezioni Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty.

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