



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 27 marzo 2006

CSP INTERNATIONAL: APPROVATO DAL CDA IL PROGETTO DI BILANCIO AL 31.12.2005

***Il Bilancio 2005 chiude con una perdita complessiva di 7,4 milioni € dopo le tasse,
ma il secondo semestre 2005 migliora i margini rispetto al secondo semestre 2004.***

***L'anno 2006 parte con la distribuzione di Puma e di Sergio Tacchini
e con la proposta di un aumento di capitale a supporto dello sviluppo.***

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant e abbigliamento intimo con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, ha approvato in data odierna il **Progetto di Bilancio Consolidato e di Bilancio di Esercizio relativo al 2005**. Il bilancio è stato redatto in conformità agli IAS. Per questa ragione, anche i riferimenti dei periodi precedenti sono stati riclassificati.

Risultati salienti del Bilancio 2005

Riportiamo i dati di sintesi della chiusura dell'anno 2005, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato.

- Il fatturato consolidato dell'anno 2005 è stato pari a 105,0 milioni di Euro. Si confronta con il fatturato di 122,8 milioni del 2004. Il decremento è pari al 14,5%.
- Il margine industriale del 2005 registra un'incidenza del 30,9% sul fatturato netto (31,9% nel 2004).
- L'Ebitda è pari a 2,3 milioni di Euro, contro 4,8 dell'anno precedente, con un'incidenza del 2,2% contro il 3,9% dell'anno precedente.
- L'Ebit è negativo per 4,2 milioni di Euro, mentre era negativo per 2,6 milioni di Euro l'anno precedente, con un'incidenza del -4,0% contro il -2,1% dell'anno precedente.
- Il risultato pre-tasse del 2005 è negativo per 6,4 milioni di Euro, contro la perdita di 5,3 milioni di Euro dell'anno precedente.
- Le imposte di competenza dell'esercizio sono pari a 0,8 milioni di Euro, di cui 0,6 per IRAP, contro imposte per 0,4 milioni dell'anno precedente.
- Il risultato netto di Gruppo del 2005 dopo le tasse è negativo per 7,2 milioni di Euro, contro una perdita di 5,7 milioni di Euro nel 2004.

Parametri gestionali

Dati in milioni di Euro	2002	2003	2004	2005	Diff. 2005/2004
Magazzino	58,0	47,1	40,6	26,8	- 13,8
Circolante	84,4	68,8	58,4	40,4	- 18,0
Indebitamento finanziario netto	83,7	69,6	59,1	37,4	- 21,7
Oneri finanziari	4,0	3,3	2,7	2,2	- 0,5
Costo del lavoro	33,8	32,0	29,0	26,8	- 2,2

I dati a partire dal 2004 sono redatti applicando gli IAS/IFRS e deconsolidando SP Polska

I dati del 2002 e 2003 derivano dall'applicazione dei precedenti principi contabili ed includono SP Polska

Segnaliamo, tra i diversi parametri, il drastico ridimensionamento dell'indebitamento e la costante riduzione del costo del lavoro.

Margini

Il margine industriale dell'anno 2005 è inferiore a quello dell'anno precedente. Tuttavia il margine del secondo semestre del 2005 segna un miglioramento di 4,6 punti percentuali rispetto al secondo semestre del 2004, essendo salito dal 27,1% al 31,7% e quindi ha invertito la tendenza, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tale tendenza, essendo dovuta a fatti strutturali e organizzativi, dovrebbe essere confermata anche nel 2006.

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, di cui 60 in CIGS, 71 in mobilità e 33 usciti dall'organico
Riduzioni 2006:	81 unità

Gli 81 esuberanti, in parte già in Cassa Integrazione Ordinaria da novembre 2005, entrano in Cassa Integrazione Straordinaria da marzo 2006 e in Mobilità da marzo 2007; la stima comprende 21 unità già uscite dall'organico nel primo trimestre 2006.

Capacità produttiva e outsourcing

La chiusura dei due stabilimenti produttivi di Poggio Rusco (corsetteria) e Rivarolo del Re (collant), avvenuta nel corso del 2005, consentirà all'azienda di operare con maggiore efficienza.

- Chiusura Poggio Rusco: il 90% dei reggiseni sono prodotti in outsourcing, mantenendo all'interno stile, progettazione, taglio, modellistica e campionatura; nel 2006 l'intera produzione sarà realizzata in outsourcing, sempre mantenendo all'interno il know-how progettuale; il risultato sarà un miglioramento nella competitività del rapporto costi/prezzi.
- Chiusura Rivarolo del Re: le macchine di tessitura sono state ridotte dalle oltre 900 dello scorso anno a 500 e la capacità produttiva annua da oltre 8 milioni di dozzine a 4 milioni di dozzine; ciò significa allineare la capacità produttiva al livello delle vendite, con benefici sul costo unitario di produzione, non più gravato da esuberanti costi indiretti.
- Gli effetti della riorganizzazione produttiva saranno pienamente recepiti nel Conto Economico dell'anno 2006.

Elementi salienti dopo la chiusura dell'esercizio 2005: aumento di capitale

Il 2 marzo 2006 è stato firmato un accordo con nove Istituti Bancari, per una manovra finanziaria, che prevede la stabilizzazione biennale dei fidi.

La manovra finanziaria prevede anche un aumento di capitale, scindibile e riservato in opzione ai soci, per assicurare all'Azienda nuove risorse finanziarie. Il CdA proporrà all'Assemblea degli Azionisti un aumento di capitale per un controvalore di circa 15 milioni di Euro. Gli elementi che saranno sottoposti all'approvazione dell'Assemblea sono i seguenti:

- un aumento di capitale 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;
- un prezzo costituito da un valore nominale di 0,52 Euro, integrato da un sovrapprezzo minimo di 0,44 Euro, per un prezzo minimo complessivo di 0,96 Euro per azione;
- un rapporto di opzione nella misura di 16 azioni di nuova emissione per ogni 25 azioni possedute;
- l'esecuzione dell'aumento di capitale entro il 30 settembre 2006.

Gli azionisti di maggioranza di CSP International si sono già impegnati a sottoscrivere l'aumento per 7,5 milioni di Euro, anche tramite utilizzo del prestito obbligazionario in essere per 5 milioni di Euro.

Attività distributive dopo la chiusura dell'esercizio

E' stato firmato un accordo che prevede la distribuzione delle collezioni di abbigliamento coordinato mare di Sergio Tacchini, per il triennio 2007-2009, per tutta l'Europa.

Questa attività distributiva per Sergio Tacchini, così come quella già avviata per Puma, costituisce

- una nuova fonte di business, per la stabilizzazione del fatturato;
- una fonte di margini, per accelerare il ritorno alla redditività;

con effetti per Puma nel secondo semestre 2006 e per Sergio Tacchini a partire dal primo semestre 2007.

Prospettive 2006

Il Piano Industriale, che è alla base del Piano Finanziario e dell'accordo sottoscritto tra Azienda e Istituti Bancari, prevede i seguenti aspetti salienti.

Gli obiettivi prioritari del Piano sono il contenimento delle perdite di Bilancio e il ritorno alla redditività della gestione.

Gli obiettivi saranno perseguiti attraverso le seguenti azioni principali:

- a) consolidamento dei marchi Oroblù e Lepel in Italia e all'estero; riposizionamento del marchio Sanpellegrino, nei canali Ingrosso e GDO; investimento su Le Bourget che, nell'ultimo anno, ha migliorato le sue quote di mercato in Francia, a scapito dei concorrenti;
- b) nuove fonti di business, costituite dalla distribuzione di prodotti per conto terzi: i modelli di riferimento sono gli accordi triennali per la distribuzione di collezioni Puma e Sergio Tacchini, che saranno seguiti da analoghe attività nel corso dell'anno
- c) razionalizzazione produttiva con riduzione degli organici, per 215 unità, realizzata nel corso del 2005 e con pieno effetto nel 2006; delocalizzazione in outsourcing per le altre merceologie diverse dai collant, per ottenere il miglior rapporto qualità/costo;
- d) miglioramento dei margini, attraverso il contenimento del costo di produzione, l'innovazione di prodotto, il miglioramento dell'efficienza, con un'incisiva riduzione dei costi operativi, generali e gestionali;
- e) vendita di cespiti non strategici.

Dividendi

In considerazione del risultato dell'esercizio 2005, non viene proposta alcuna distribuzione di dividendi.

Prossimi eventi societari

Assemblea Ordinaria e Straordinaria degli Azionisti: 28 aprile 2006.

Stato Patrimoniale - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 dicembre 2005	31 dicembre 2004
ATTIVITA' NON CORRENTI		
Attività immateriali:		
- Avviamento	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	1.556	2.213
Attività materiali:		
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	22.431	31.855
- Investimenti immobiliari di proprietà	70	70
Altre attività non correnti:		
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del	1.227	1.173
Altre partecipazioni	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	157	127
Attività per imposte anticipate	3.166	2.326
Totale attività non correnti	40.034	49.191
ATTIVITA' CORRENTI		
Rimanenze di magazzino	26.765	40.557
Crediti commerciali	46.007	51.547
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	1.214	2.974
Attività destinate alla vendita	0	0
Casse e altre disponibilità liquide equivalenti	1.057	3.708
Totale attività correnti	75.043	98.786
TOTALE ATTIVITA'	115.077	147.977

Stato Patrimoniale - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 dicembre 2005	31 dicembre 2004
PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:		
- Capitale sottoscritto e versato	12.740	12.740
- Altre riserve	18.496	24.587
- Riserve di rivalutazione	9.605	9.605
- Riserva utili (perdite) portati a nuovo	(5.155)	(5.617)
- Risultato del periodo	(7.198)	(5.664)
meno: Azioni proprie	0	0
TOTALE PATRIMONIO NETTO	28.488	35.651
PASSIVITA' NON CORRENTI		
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:		
- Prestito Obbligazionario	5.000	5.000
- Debiti verso banche	13.490	23.374
TFR e altri fondi relativi al personale	7.375	7.605
Fondi per rischi e oneri	2.711	1.806
Fondo imposte differite	4.407	3.411
Debiti vari e altre passività non correnti	25	25
Totale passività non correnti	33.008	41.221
PASSIVITA' CORRENTI		
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:		
- Debiti verso banche	19.974	34.470
Debiti commerciali	27.407	30.481
Debiti vari e altre passività	6.200	6.154
Totale passività correnti	53.581	71.105
TOTALE PASSIVITA'	86.589	112.326
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	115.077	147.977

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Esercizio al 31 dicembre 2005		Esercizio al 31 dicembre 2004	
Ricavi	105.019	100,0%	122.823	100,0%
Costo del venduto	(72.579)	-69,1%	(83.676)	-68,1%
Margine Industriale	32.440	30,9%	39.147	31,9%
Spese dirette di vendita	(10.169)	-9,7%	(11.701)	-9,6%
Margine commerciale lordo	22.271	21,2%	27.446	22,3%
Altri ricavi (spese) operativi	3.972	3,8%	3.831	3,1%
Spese commerciali e amministrative	(29.929)	-28,5%	(33.506)	-27,3%
Costi di ristrutturazione	(498)	-0,5%	(406)	-0,3%
Risultato operativo (EBIT)	(4.184)	-4,0%	(2.635)	-2,2%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	6	0,0%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	20	0,0%	97	0,1%
Altri proventi (oneri) finanziari	(2.247)	-2,1%	(2.745)	-2,2%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	(6.411)	-6,1%	(5.277)	-4,3%
Imposte sul reddito	(787)	-0,8%	(387)	-0,3%
Utile (perdita) netto prima del risultato netto relativo alle attività cessate	(7.198)	-6,9%	(5.664)	-4,6%
Utile (perdita) netto relativo alle attività cessate				
Utile (perdita) netto del Gruppo	(7.198)	-6,9%	(5.664)	-4,6%

EBITDA	2.325	2,2%	4.805	3,9%
---------------	--------------	-------------	--------------	-------------

Risultato per azione - base	Euro	(0,294)	(0,248)
------------------------------------	-------------	----------------	----------------

Risultato per azione - diluito	Euro	(0,294)	(0,248)
---------------------------------------	-------------	----------------	----------------

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, e opera nei mercati delle calze, dei collant e dell'abbigliamento intimo (underwear). Il Gruppo, che realizza un fatturato di circa 150 milioni di Euro, comprensivo delle licenze in atto, conta 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;
- 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