



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 7 maggio 2007

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP:
DEPOSITATA AL REGISTRO DELLE IMPRESE
LA NUOVA DENOMINAZIONE SOCIALE.**

L'anno 2007 inizia con un incremento del 24% del fatturato nel primo trimestre.

CSP International Fashion Group S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant e abbigliamento intimo e moda con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, e distributrice di marchi internazionali, come Puma, Sergio Tacchini, Miss Sixty e Energie, comunica l'avvenuto deposito dell'atto di modifica della denominazione sociale al Registro delle Imprese.

1. Denominazione sociale

In data 27/04/2007, l'Assemblea degli Azionisti ha deliberato la variazione della denominazione sociale da CSP International Industria Calze S.p.A. a **CSP International Fashion Group S.p.A.**

“L'aggiornamento della denominazione sociale – commenta l'Amministratore Delegato Gianfranco Bossi – non è un'etichetta nuova applicata alla stessa azienda, ma sottolinea le profonde trasformazioni, organizzative e progettuali, intervenute negli ultimi anni, che hanno cambiato radicalmente l'impresa. L'evoluzione dalla produzione alla distribuzione e dai collant alla diversificazione merceologica, posiziona oggi il Gruppo nel mercato globale del Fashion.”

2. Ultimo bilancio

Ricordiamo i risultati di bilancio 2006, confrontati con l'anno precedente.

- Risultato netto di Gruppo, dopo le imposte, passato da una perdita di 7,2 milioni di Euro, a un utile di 2,7 milioni di Euro.
- Indebitamento verso il sistema bancario dimezzato, da 37,4 a 19,5 milioni di Euro.
- Patrimonio netto incrementato da 28,5 a 39,6 milioni di Euro.

3. Fatturato primo trimestre 2007

Il fatturato netto intercompany del primo trimestre 2007 è incrementato del 24%, rispetto al primo trimestre 2006.

In valore assoluto è cresciuto da 26,0 a 32,3 milioni di Euro, con un incremento di oltre 6 milioni di Euro, di cui metà dovuto al buon andamento delle marche proprie e metà alle nuove attività distributive per marchi di terzi.

(L'incremento del fatturato del mese di aprile, rispetto all'aprile 2006, è più elevato del 24% registrato nel primo trimestre.)

4. Mix di fatturato del primo trimestre 2007

La crescita del fatturato è scomponibile per aree geografiche, marche e merceologia.

Aree geografiche:	l'incidenza dell'Italia sul totale fatturato è salita dal 45,4% al 48,0% per effetto della distribuzione delle calze Puma, non prevista all'estero.
Marche:	le marche con maggiore marginalità registrano le quote di fatturato più importanti: Le Bourget con il 24,5%; Oroblù con il 20,5%; Lepel con il 19,2%; La marca a minore marginalità, Sanpellegrino, detiene il 18%. I marchi di terzi costituiscono il 9,2% del totale fatturato, mentre le marche private per la Grande Distribuzione contano per l'8,6%.
Merceologia:	la merceologia diversificata (cioè diversa dalle calze femminili) è salita dal 32,6% del 2006 al 41,1% del 2007.

5. Budget 2007

Come già annunciato a inizio anno, il Budget 2007 prevede:

- un fatturato in incremento, rispetto al 2006;
- un risultato positivo di utile netto, dopo le tasse, superiore a quello registrato nel 2006.

6. Prossimi eventi societari

DATA	CONTENUTO
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

CSP International Fashion Group

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 un gruppo industriale leader nella produzione e distribuzione di calze, collant, corsetteria, underwear, fashion e beachwear.

Il Gruppo, che ha realizzato un fatturato consolidato superiore a 100 milioni di Euro nel 2005, conta circa 1.000 dipendenti, ha insediamenti in Italia, Francia e Polonia, e distribuisce i propri prodotti in 50 paesi del mondo, realizzando oltre la metà del proprio fatturato all'estero.

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.

Il Gruppo distribuisce anche marchi di terzi:

- **Puma**: calze sportive per l'Italia;
- **Sergio Tacchini**: coordinati mare, polo e T-shirt per l'Europa;
- **Miss Sixty**: licenza di calze, intimo, mare a livello internazionale (target femminile);
- **Energie**: licenza di intimo e mare a livello internazionale (target maschile).

Di seguito, le tappe più significative nella vita recente 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 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, leader 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** - aumento di capitale e distribuzione di marchi di terzi con le collezioni Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty;
- 2007** - licenza Energie e nuova denominazione sociale CSP International Fashion Group.

CSP International Fashion Group ha la missione di innovare e produrre calze, collant, intimo, moda e costumi da bagno, distribuendo le collezioni sia con marchi propri che con marchi di terzi.

Per ulteriori informazioni:

CSP International S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it