



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 14 novembre 2007

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP
APPROVATA DAL CDA LA RELAZIONE TRIMESTRALE AL 30.09.2007:**

- ***Il fatturato incrementa del 18,8%,***
- ***l'Ebitda sale del 64%, da 5,9 a 9,7 milioni di Euro;***
- ***l'Ebit quadruplica da 1,7 a 7 milioni di Euro;***
- ***l'utile netto dopo le tasse balza da 0,06 a 5,5 milioni di Euro***

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International Fashion Group S.p.A., società quotata alla Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, intimo, costumi da bagno e maglieria esterna, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel e Le Bourget, e distributrice dei marchi Puma, Sergio Tacchini, Miss Sixty ed Energie, ha approvato in data odierna la Relazione Trimestrale al 30.09.2007.

1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del terzo trimestre 2007, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente:

- il fatturato consolidato è stato pari a 83,2 milioni di Euro e si confronta con 70 milioni di Euro del 2006: l'incremento è del 18,8%;
- il margine industriale è pari a 35,8 milioni di Euro e si confronta con 28 milioni di Euro del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato sale dal 39,9% dello scorso anno al 43,0%;
- l'Ebitda (risultato operativo al lordo degli ammortamenti) è pari a 9,7 milioni di Euro e si confronta con 5,9 milioni di Euro del 2006: l'incidenza percentuale sale dall'8,4% del 2006 all'11,6%;
- l'Ebit (risultato operativo) è pari a 7 milioni di Euro e si confronta con 1,7 milioni di Euro del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato netto sale dal 2,4% del 2006 all'8,4%;
- il risultato prima delle imposte è pari a 5,7 milioni di Euro e si confronta con 0,4 milioni del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato netto sale dallo 0,5% del 2006 al 6,9%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari 5,5 milioni di Euro e si confronta con 0,06 milioni del 2006: l'incidenza percentuale sul fatturato balza dallo 0,1% al 6,7% (si può notare che il risultato netto dei primi nove mesi dell'anno è il doppio di quello dell'intero esercizio precedente);
- l'indebitamento verso il sistema bancario è pari a 24 milioni di Euro, in linea con i 24 milioni al 30.09.2006;
- il patrimonio netto è salito da 36,9 milioni al 30.09.2006 a 45,1 milioni di Euro.

2. Il mix del fatturato

- L'incremento di fatturato realizzato nei primi 9 mesi dell'anno, pari a oltre 13 milioni di Euro, è dovuto per 8 milioni alle nuove attività distributive e per 5 milioni ai marchi propri. Al 30.09.2007, l'incidenza dei marchi di terzi, in licenza o in distribuzione, è pari all'11,5% del fatturato totale. Cresce l'incidenza delle marche a redditività più elevata (Oroblù, Le Bourget e Lepel) e diminuisce quella della marca con marginalità più contenuta (Sanpellegrino).
- Il mix per categorie di prodotto, nei primi nove mesi del 2007, mostra che la diversificazione merceologica (con intimo, costumi da bagno e maglieria esterna) si avvicina alla metà del giro d'affari, con il 43,5% di incidenza sul fatturato totale.
- Il mix Italia/Estero dei primi 9 mesi del 2007 è pari al 51,5% per l'Italia e il 48,5% per l'estero.
- Nei tre principali mercati la crescita di fatturato, rispetto ai corrispondenti 9 mesi dell'esercizio precedente, è stata la seguente:

Italia (51% del totale)	+ 29%
Francia (24% del totale)	+ 2%
Russia (5% del totale)	+ 20%

3. Margini

Continua il trend di miglioramento del margine industriale, come indicato dalla seguente sequenza:

Secondo semestre 2004:	27,1%
Anno 2005:	30,9%
Anno 2006:	40,3%
Gen./Set. 2006:	39,9%
Gen./Set. 2007:	43,0%

4. Innovazione

L'incidenza dei nuovi prodotti (intendiamo per nuovi prodotti gli articoli lanciati nel periodo di riferimento e nell'anno precedente) della Capogruppo (senza comprendere le marche in distribuzione o in licenza) è salita a quasi un terzo del fatturato totale, come indica la tabella seguente:

PERIODO	INCIDENZA %	
	IN QUANTITA'	IN VALORE
Totale anno 2005	9,1	22,4
Totale anno 2006	11,2	24,1
Gen./Set. 2006	10,0	27,8
Gen./Set. 2007	12,1	33,4

Il prezzo medio dei nuovi prodotti è stato, nei primi nove mesi del 2007, tre volte più elevato di quello dei prodotti già esistenti.

5. Pubblicità

- Il rilancio di Belseno Lepel è stato sostenuto da una campagna TV con Megan Gale come testimonial.
- La diversificazione di Le Bourget nella lingerie è stata supportata da un'affissione in Francia.
- Le collezioni di costumi da bagno sono state sostenute da due campagne stampa per Le Bourget e Miss Sixty, nel corso dell'estate 2007.
- Il nuovo prodotto Sanpellegrino In&Out ha in corso una campagna TV, che promette "pancia in dentro e sedere in fuori".

6. Operazioni straordinarie

Nell'ambito delle nuove priorità strategiche, che privilegiano le attività distributive, rispetto a quelle produttive, CSP International Fashion Group ha dismesso il ramo d'azienda costituito dal Reparto Torcitura.

Questi i termini dell'iniziativa:

- la controparte dell'operazione è Contifibre S.p.A., un primario operatore nel mercato europeo del trattamento industriale dei filati;
- la dismissione del macchinario comporta anche il trasferimento dell'organico del reparto, costituito da 18 unità, da CSP International a Contifibre;
- la produzione del reparto verrà sostituita da approvvigionamenti sul mercato, in particolare presso Contifibre, a prezzi competitivi;
- la vendita prevede un prezzo di realizzo di 1 milione di Euro, con una plusvalenza di circa 0,9 milioni di Euro, non ancora contabilizzata al 30 settembre 2007.

Il timing dell'operazione è il seguente:

- l'accordo è stato firmato il 27 luglio 2007 e il contratto preliminare di vendita il 26 settembre 2007;
- il trasferimento del ramo d'azienda, costituito da organico e macchinario, sarà completato nel quarto trimestre dell'anno.

7. Eventi successivi alla chiusura del trimestre

Sanpellegrino Polska

CSP International ha deciso di cedere la partecipazione nella società Sanpellegrino Polska, della quale detiene una quota del 50%. La quota sarà ceduta al socio polacco che detiene l'altro 50%. Il prezzo di cessione è stato concordato in 1,3 milioni di Euro, sostanzialmente equivalenti al valore a libro della partecipazione.

La transazione si inserisce nella strategia aziendale, tesa a liberarsi di vincoli produttivi, per avere il massimo di flessibilità nel perseguire il miglior rapporto qualità/prezzo, nella produzione all'interno del Gruppo e/o in outsourcing. I termini dell'operazione dovrebbero essere perfezionati in un rogito previsto entro l'anno 2007.

Sito produttivo dismesso

Si sta negoziando la vendita del fabbricato di Poggio Rusco (MN), precedentemente adibito a sito produttivo Lepel e attualmente non più operativo.

8. Fonti di business

CSP International Fashion Group si propone il seguente mix di fatturato:

MIX	OBIETTIVI
Geografico	Impulso ai mercati extra-Italia (48,5% al 30.09.2007)
Merceologico	Sviluppo della diversificazione con intimo, mare e fashion (43,5% al 30.09.2007)
Marche proprie	Sostegno alle marche ad alta marginalità (Oroblù, Le Bourget e Lepel: 62,8% al 30.09.2007)
Marche di terzi	Crescita delle marche di terzi (11,5% al 30.09.2007)

Il perseguimento di questi obiettivi sta rendendo il business

- più equilibrato, perché bilancia il peso della calzetteria;
- più redditizio, perché estero, diversificazione, marchi propri nell'alto di gamma e marchi in distribuzione hanno margini industriali più elevati della media.

9. Priorità

- A. Sostenere le marche proprie con innovazione e pubblicità:
- B. Sfruttare tutto il potenziale degli accordi distributivi, portandoli a regime nel 2008-2009.
- C. Ricercare un'ulteriore licenza o distribuzione, da attivare entro il biennio.
- D. Ridurre ulteriormente l'indebitamento, per favorire la prospettiva di un'eventuale acquisizione.

10. Previsioni

Si può prevedere, per l'anno in corso:

- un incremento di fatturato a due cifre, rispetto al 2006;
- un utile netto più che doppio, rispetto a quello registrato nel 2006.

In prospettiva, si prevede per il prossimo triennio:

- una crescita di fatturato più equilibrata di quella del 2007;
- un graduale miglioramento dell'Ebitda.

Nota

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del decreto legislativo del 24 febbraio 1998, n. 58 (Testo Unico della Finanziaria) che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006	30 settembre 2006
ATTIVITA' NON CORRENTI				
Attività immateriali:				
- Avviamento	11.416	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	421	504	584	885
Attività materiali:				
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	15.746	16.224	17.668	18.660
- Investimenti immobiliari di proprietà	0	70	70	70
Altre attività non correnti:				
Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto	1.293	1.294	1.227	1.259
Altre partecipazioni	11	11	11	11
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	142	149	147	147
Attività per imposte anticipate	3.140	3.176	3.045	3.160
Totale attività non correnti	32.169	32.844	34.168	35.608
ATTIVITA' CORRENTI				
Rimanenze di magazzino	37.467	38.795	26.897	27.680
Crediti commerciali	43.649	34.709	43.248	40.778
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.425	3.516	1.669	668
Attività destinate alla vendita	0	0	0	949
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	4.506	4.783	8.168	3.964
Totale attività correnti	88.047	81.803	79.982	74.039
TOTALE ATTIVITA'	120.216	114.647	114.150	109.647

Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006	30 settembre 2006
PATRIMONIO NETTO				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	21.546	21.548	18.842	18.770
- Riserve di rivalutazione	758	758	758	758
- Risultato del periodo	5.541	1.636	2.685	60
TOTALE PATRIMONIO NETTO	45.140	41.237	39.580	36.883
PASSIVITA' NON CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Prestito Obbligazionario	0	0	0	0
- Debiti verso banche	11.210	13.535	16.907	16.884
TFR e altri fondi relativi al personale	5.615	5.626	6.698	6.988
Fondi per rischi e oneri	2.132	2.072	2.109	2.574
Fondo imposte differite	3.860	4.034	4.361	4.015
Debiti vari e altre passività non correnti	50	41	23	18
Totale passività non correnti	22.867	25.308	30.098	30.479
PASSIVITA' CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	17.271	6.688	10.743	11.103
Debiti commerciali	27.950	34.719	27.962	24.825
Debiti vari e altre passività	6.196	6.169	5.507	6.357
Debiti per imposte correnti	792	526	260	-
Totale passività correnti	52.209	48.102	44.472	42.285
TOTALE PASSIVITA'	75.076	73.410	74.570	72.764
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	120.216	114.647	114.150	109.647

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre 01/07 - 30/09 2007		Trimestre 01/07 - 30/09 2006		Periodo al 30 settembre 2007		Periodo al 30 settembre 2006		Esercizio al 31 dicembre 2006	
Ricavi	29.905	100,0%	28.929	100,0%	83.218	100,0%	70.036	100,0%	100.438	100,0%
Costo del venduto	(16.014)	-53,5%	(15.766)	-54,5%	(47.395)	-57,0%	(42.085)	-60,1%	(59.983)	-59,7%
Margine Industriale	13.891	46,5%	13.163	45,5%	35.823	43,0%	27.951	39,9%	40.455	40,3%
Spese dirette di vendita	(2.802)	-9,4%	(2.286)	-7,9%	(8.214)	-9,9%	(6.268)	-8,9%	(8.992)	-9,0%
Margine commerciale lordo	11.089	37,1%	10.877	37,6%	27.609	33,2%	21.683	31,0%	31.463	31,3%
Altri ricavi (spese) operativi	200	0,7%	241	0,8%	281	0,3%	264	0,4%	2.395	2,4%
<i>- di cui ricavi (spese) non ricorrenti</i>	0		0		0		0		1.426	
Spese commerciali e amministrative	(6.756)	-22,6%	(7.425)	-25,7%	(20.924)	-25,1%	(20.268)	-28,9%	(28.273)	-28,1%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Risultato operativo (EBIT)	4.533	15,2%	3.693	12,8%	6.966	8,4%	1.679	2,4%	5.585	5,6%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	(112)	-0,1%
Quota dei risultati delle partecipazioni valutate secondo il metodo del patrimonio netto	(48)	-0,2%	(7)	0,0%	(2)	0,0%	2	0,0%	40	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	(453)	-1,5%	(335)	-1,2%	(1.228)	-1,5%	(1.330)	-1,9%	(1.851)	-1,8%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	4.032	13,5%	3.351	11,6%	5.736	6,9%	351	0,5%	3.662	3,6%
Imposte sul reddito	(127)	-0,4%	(94)	-0,3%	(195)	-0,2%	(291)	-0,4%	(977)	-1,0%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3.905	13,1%	3.257	11,3%	5.541	6,7%	60	0,1%	2.685	2,7%

Risultato per azione - base	Euro	0,117	0,119	0,167	0,002	0,098
------------------------------------	------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Risultato per azione - diluito	Euro	0,117	0,119	0,167	0,002	0,098
---------------------------------------	------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

EBITDA	5.363	17,9%	5.038	17,4%	9.674	11,6%	5.859	8,4%	11.024	11,0%
---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	---------------	--------------

GRUPPO CSP

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO al 30 settembre 2007 e 30 settembre 2006 (importi in migliaia di Euro)

	30 settembre 2007 9 mesi	30 settembre 2006 9 mesi
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività operative:		
Risultato Operativo (EBIT)	6.966	1.679
Ammortamenti	2.757	4.180
(Plusvalenze)/Minusvalenza e altre poste non monetarie	(70)	(63)
Valutazione ad equity	(49)	(1)
Differenze cambio di conversione	30	(3)
Incremento (decremento) fondi rischi e oneri	23	(137)
Variazione TFR e altri fondi relativi al personale	(1.277)	(588)
Variazione delle imposte differite	0	0
Imposte pagate	(607)	(181)
Interessi pagati su C/C	(255)	(485)
Flusso di cassa prima delle variazioni di capitale circolante	7.518	4.401
<i>Variazione del capitale circolante netto:</i>		
(Incremento) decremento delle rimanenze	(10.570)	(915)
(Incremento) decremento dei crediti commerciali	(401)	5.229
Incremento (decremento) dei debiti commerciali	(12)	(2.582)
Incremento (decremento) dei debiti vari e altre passività	570	(526)
(Incremento) decremento dei crediti finanziari, crediti vari e altre attività	(408)	727
Totale variazione CCN	(10.821)	1.933
A. Totale flusso di cassa netto da attività operative	(3.303)	6.334
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività di investimento:		
(Investimenti) in immobilizzazioni materiali	(561)	(496)
(Investimenti) in immobilizzazioni immateriali	(132)	(191)
Realizzo della vendita di immobilizzazioni materiali	161	63
Realizzo della vendita di immobilizzazioni immateriali	0	0
Variazione crediti finanziari	5	10
B. Flusso di cassa netto da attività di investimento	(527)	(614)
Disponibilità generate (assorbite) dalle attività di finanziamento:		
Variazione netta debiti finanziari a medio lungo termine	(74)	(1.556)
Interessi pagati su debiti finanziari	(663)	(640)
Aumenti/(rimborsi) di capitale proprio	0	3.306
C. Flusso di cassa netto da attività di finanziamento	(737)	1.110
D. Flusso di cassa netto del periodo (A+B+C)	(4.567)	6.830
DISPONIBILITA' LIQUIDE ED EQUIVALENTI ALL'INIZIO DEL PERIODO	(2.398)	(13.779)
DISPONIBILITA' LIQUIDE ED EQUIVALENTI ALLA FINE DEL PERIODO	(6.965)	(6.949)

Dettaglio della composizione dell'Indebitamento finanziario netto al:	30 settembre 2007	30 settembre 2006
Disponibilità liquide	4.506	3.964
Debiti verso banche esigibili entro 12 mesi	(11.471)	(10.913)
Disponibilità liquide ed equivalenti	(6.965)	(6.949)
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	(5.800)	(190)
Indebitamento netto a breve termine	(12.765)	(7.139)
Debiti obbligazionari	0	0
Debiti verso banche esigibili oltre 12 mesi	(11.210)	(16.884)
Indebitamento netto a medio/lungo termine	(11.210)	(16.884)
Indebitamento finanziario netto totale	(23.975)	(24.023)

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 International opera 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 2006, conta circa 750 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in 50 paesi del mondo, realizzando circa metà del 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 nei mercati complementari della maglieria intima, esterna e dei 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