



Ceresara (MN), 26 febbraio 2007

## **CSP INTERNATIONAL: PRECONSUNTIVO 2006 POSITIVO E BUONE PROSPETTIVE PER IL 2007**

*Fatturato annuo in leggera flessione, ma con inversione di tendenza dal secondo semestre 2006.*

*Migliorano i margini.*

*Previsto un bilancio 2006 con un risultato positivo.*

*Prospettive 2007 con fatturato in incremento e utile netto dopo le tasse.*

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 marchi internazionali, come Puma, Sergio Tacchini, Miss Sixty e Energie, presenta alcuni dati preconsuntivi dell'anno 2006.

### **1. Il fatturato**

L'anno 2006 si è chiuso con un fatturato di 100 milioni di Euro (105 milioni il risultato dell'anno precedente). Nonostante il fatturato, su base annua, sia ancora in flessione, si è manifestata una positiva inversione di tendenza, a partire dal II semestre 2006:

- il fatturato del primo semestre 2006 aveva segnato un decremento del 17% nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente;
- il secondo semestre 2006 ha segnato invece un incremento del 10% verso lo stesso periodo dell'anno precedente.

### **2. I risultati più significativi**

I dati più significativi sono i seguenti:

- dal mese di giugno in poi, in ogni mese il fatturato è stato superiore a quello dell'anno precedente;
- l'incremento di fatturato è dovuto solo marginalmente alle nuove attività distributive, e soprattutto al buon andamento delle marche proprie;
- i margini sono incrementati, rispetto all'anno precedente;
- il conto economico aziendale al 30 settembre 2006 è tornato in utile;
- la Borsa ha cominciato a riconoscere il cambiamento di trend, con significativi incrementi del valore del titolo CSP International.

### **3. Dati preconsuntivi 2006**

Alla luce dei risultati riassunti al punto precedente, pur essendo i dati ancora in fase di perfezionamento, possiamo indicare i seguenti preconsuntivi:

- l'ultimo trimestre dell'anno si chiuderà con un risultato in utile;
- il bilancio annuale, dopo alcuni anni di difficoltà, presenterà un utile netto.

### **4. Prospettive 2007**

Il primo trimestre dell'anno 2007 sarà in positivo incremento, rispetto al pari periodo dell'anno precedente, grazie alla buona tenuta delle nostre marche, alle nuove attività distributive, non presenti nel I semestre 2006

e grazie alle collezioni di costumi da bagno;

- per l'anno 2007 si prevede
  - un fatturato in incremento, dopo alcuni anni di recessione;
  - una positiva tenuta dei margini, dopo il miglioramento conseguito nel 2006;
  - un risultato di utile netto, dopo le tasse.

#### **5. Le iniziative 2007**

Il 2007 sarà dedicato al consolidamento della positiva inversione di tendenza con numerose azioni: eccone una breve sintesi:

- nuovi prodotti, nello spirito dell'Azienda, storicamente dedicata all'innovazione;
- nuove collezioni, per presidiare ogni segmento significativo di mercato;
- nuove campagne pubblicitarie per le marche proprie;
- attività sui marchi in distribuzione o in licenza: a Puma, Sergio Tacchini e Miss Sixty, sui quali già operiamo, si è aggiunto il marchio Energie, a livello internazionale, per l'intimo maschile.

#### **6. Allegato**

Scheda informativa aziendale.

#### **7. Calendario eventi societari anno 2007**

(Nessuna variazione rispetto alla precedente comunicazione)

<b>Consiglio di Amministrazione</b>	<b>CONTENUTO</b>
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

<b>Assemblea degli Azionisti</b>	<b>CONTENUTO</b>
Venerdì 27 aprile – Ore 9,00	Approvazione Bilancio 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 un gruppo industriale leader nella produzione e distribuzione di calze, collant, corsetteria, intimo (underwear) 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 per tutto il mondo (target femminile);
- **Energie:** licenza di intimo e mare per tutto il mondo (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.

*CSP International ha la missione di innovare e produrre calze, collant, intimo 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