



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 11 novembre 2010

CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP IL CDA APPROVA IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2010

- *Continua il recupero del fatturato*
- *Cresce ancora l'incidenza del margine industriale*
 - *Utile netto pari a 2,5 milioni di Euro*
- *Completata l'acquisizione del gruppo francese Well*

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, maglieria e *bodywear*, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel, Le Bourget e Liberti, e distributrice sul mercato italiano delle calze sportive a marchio Puma, ha approvato in data odierna il resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010.

1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi al 30 settembre 2010, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto ed in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato dei primi nove mesi è stato pari a 68,9 milioni di Euro. Si confronta con 71,2 milioni di Euro del 2009 (- 3,1%). Per ciò che riguarda il solo terzo trimestre, il fatturato è passato da 27,2 a 27,4 milioni di Euro (+ 0,7%);
- il margine industriale è pari a 30,8 milioni di Euro. Si confronta con 30,6 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato è passata dal 43,0% al 44,6%;
- l'Ebitda (risultato operativo al lordo degli ammortamenti) è pari a 4,9 milioni di Euro. Si confronta con 4,6 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 6,5% al 7,1%;
- l'Ebit (risultato operativo) è pari a 3,5 milioni di Euro. Si confronta con 3,3 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 4,6% al 5,0%;
- il risultato prima delle imposte è pari a 3,3 milioni di Euro. Si confronta con 2,7 milioni di Euro. L'incidenza passa dal 3,8% al 4,8% del fatturato;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è pari a 2,5 milioni di Euro, come al 30 settembre 2009. L'incidenza passa dal 3,5% al 3,6% del fatturato. Segnaliamo che l'utile netto del solo terzo trimestre 2010 è pari a 3,1 milioni di Euro e si confronta con 5,1 milioni di Euro del terzo trimestre del 2009;
- l'indebitamento finanziario netto è pari a 10,4 milioni di Euro. Si confronta con 10,3 milioni di Euro al 30 settembre 2009;
- il patrimonio netto è salito da 52,2 a 55,9 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati

Anche le vendite del terzo trimestre 2010 rilevano un incremento seppur modesto del fatturato rispetto a quelle dello stesso trimestre del 2009, consentendo di contenere il gap di fatturato rispetto ai primi nove mesi del 2009 al 3,1% (il decremento del fatturato al 30 giugno era del 5,5% rispetto al primo semestre 2009). L'andamento dei ricavi è in linea con i dati di settore, che, come illustrato al successivo paragrafo 1.3, evidenziano un terzo trimestre in modesta ripresa il che consente di ridurre il calo di consumi sull'anno terminante a settembre. Da rilevare inoltre che a parità di marchi trattati, il fatturato complessivo del Gruppo evidenzia una crescita di circa il 2%.

A livello geografico, continua l'incremento dei ricavi in Italia, si evidenzia un recupero del gap dei mercati del Nord Europa e del resto del mondo, mentre si mantiene stabile la flessione dei mercati dell'est Europa.

Confortante è il continuo incremento del margine industriale, la cui incidenza sul fatturato sale dal 43% dei primi nove mesi del 2009 al 44,6%. Questo ha consentito, pur in presenza di investimenti pubblicitari superiori di circa 1 milione di Euro rispetto a quelli dello scorso anno e di un maggior carico fiscale di circa 0,6 milioni di Euro, di ottenere un risultato netto sostanzialmente in linea con quello dei primi nove mesi dello scorso esercizio.

La posizione finanziaria netta è in linea con quella al 30 settembre 2009; l'assorbimento di cassa di circa 10 milioni rispetto al 30 giugno 2010 è dovuto in parte al tipico andamento stagionale del business ed in parte alla scelta strategica di aumentare in maniera significativa le scorte di magazzino.

3. Eventi successivi alla chiusura del trimestre

Acquisizione del Gruppo Well: in data 27 ottobre 2010 è stata perfezionata l'operazione di acquisizione del Gruppo Well, con un esborso finanziario di 16 milioni di Euro, finanziato parzialmente con una nuova operazione a medio/lungo termine del valore di 10 milioni di Euro, conclusa con BNL e per i residui 6 milioni di Euro, con l'erogazione della seconda trincea dei finanziamenti già sottoscritti a fine 2009 con tre istituti bancari (MPS, BPE e Banca Intesa).

L'acquisizione ha avuto per oggetto la holding Well Enterprise SAS che controlla il 100% della società operativa Textiles Well SA..

Nella definizione del corrispettivo di acquisizione si è tenuto conto anche di un beneficio fiscale di oltre 4 milioni di Euro derivante dall'utilizzo delle perdite pregresse del Gruppo Well, di cui il Gruppo CSP potrà beneficiare una volta apportata la società Le Bourget SA all'interno della holding neo-acquisita, la cui denominazione è stata cambiata in CSP Paris Fashion Group SAS.

Le informazioni relative all'operazione di acquisizione sono compiutamente illustrate nel Documento informativo che CSP ha redatto ai sensi dell'art. 71 del Regolamento di attuazione del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 adottato con Delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche e al quale si rimanda per un'approfondita disamina degli aspetti tecnico/strategici dell'operazione.

Il Documento informativo verrà messo a disposizione del pubblico presso la sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. entro il giorno 12 novembre 2010. Sarà altresì consultabile nella sezione IR del sito internet della Società : www.cspinternational.it.

Rammentiamo qui brevemente che l'acquisizione di Well permetterà a CSP International di rafforzare significativamente la propria quota di mercato in Francia, divenendo, con i marchi Well e Le Bourget, che detengono rispettivamente una quota di mercato di circa il 20% e del 10%, il secondo player del mercato francese e, unitamente agli altri marchi del Gruppo, Orobù e Sanpellegrino, uno dei principali protagonisti del mercato della calzetteria a livello Europeo sfruttando vantaggi competitivi, strategici e di complementarietà.

Il mercato francese della calzetteria, verso il quale si rivolge l'80% del fatturato realizzato dall'acquisita, presenta elementi di stabilità e profittabilità che lo rendono il contesto ideale nel quale rafforzare ed accrescere la presenza del Gruppo CSP.

4. Evoluzione prevedibile della gestione

Permane ancora una situazione di mercato non particolarmente brillante ma il Gruppo, grazie alle scelte di razionalizzazione, concentrazione sul core business e promozione dei marchi propri, continua a realizzare incoraggianti risultati economici e patrimoniali, confermando le proprie aspettative.

I risultati finali del 2010 dipenderanno in gran parte dall'andamento dei consumi del quarto trimestre, che almeno dal punto di vista climatico dovrebbe essere più favorevole di quello dello scorso anno.

I prossimi mesi saranno densi di impegni organizzativi ed operativi al fine di implementare nel più breve termine possibile l'integrazione del neo-acquisito Gruppo Well e sfruttare in maniera sinergica e complementare i vantaggi competitivi che negli anni CSP ha saputo evidenziare, al fine di accrescere la massa critica, che è un prerequisito fondamentale per fare emergere compiutamente i benefici dell'impegnativo lavoro di contenimento e razionalizzazione dei costi e assicurare uno sviluppo duraturo all'intero Gruppo.

Dichiarazione del Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi del comma 2 dell'articolo 154- bis del Decreto legislativo del 24 febbraio 1998, n. 58 che l'informativa contabile contenuta nel presente resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2009 corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Il documento può contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo CSP. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.

Deposito Resoconto

Si rende noto che il resoconto intermedio di gestione del Gruppo - verrà messo a disposizione del pubblico presso la sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. entro il giorno 12 novembre 2010. Sarà altresì consultabile nella sezione IR del sito internet della Società : www.cspinternational.it.

Schemi di bilancio e schemi riclassificati

Si precisa che gli schemi di bilancio previsti dalla legge, così come gli eventuali schemi riclassificati contengono dati che non sono stati oggetto di verifica da parte della società di revisione.

GRUPPO CSP

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Attività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2010	30 giugno 2010	31 dicembre 2009	30 settembre 2009
ATTIVITA' NON CORRENTI				
Attività immateriali:				
- Avviamento	11.416	11.416	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	2.482	2.484	2.154	2.132
Attività materiali:				
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	17.288	17.139	16.606	15.770
Altre attività non correnti:				
Altre partecipazioni	8	8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	42	45	52	74
Attività per imposte anticipate	3.431	4.107	3.476	3.044
Totale attività non correnti	34.667	35.199	33.712	32.444
ATTIVITA' CORRENTI				
Rimanenze di magazzino	30.659	32.169	26.059	27.859
Crediti commerciali	33.757	22.425	32.377	35.449
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	1.846	2.675	1.956	1.613
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	5.327	10.519	10.597	3.333
Totale attività correnti	71.589	67.788	70.989	68.254
Attività non correnti destinate alla vendita	0	0	0	197
TOTALE ATTIVITA'	106.256	102.987	104.701	100.895

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2010	30 giugno 2010	31 dicembre 2009	30 settembre 2009
PATRIMONIO NETTO				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sociale	17.295	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	35.506	35.519	31.301	31.797
- Riserve di rivalutazione	758	758	758	758
- Risultato del periodo	2.510	(629)	5.857	2.480
meno: Azioni proprie	(125)	(125)	(125)	(125)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	55.944	52.818	55.086	52.205
PASSIVITA' NON CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Debiti verso banche	11.677	10.154	10.737	5.351
TFR e altri fondi relativi al personale	4.491	4.516	4.506	4.318
Fondi per rischi e oneri	1.834	1.843	1.869	1.951
Fondo imposte differite	2.203	2.248	2.208	2.306
Totale passività non correnti	20.205	18.761	19.320	13.926
PASSIVITA' CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	4.041	760	654	8.316
Debiti commerciali	19.294	24.583	23.847	20.273
Debiti vari e altre passività	6.232	6.018	5.699	6.000
Debiti per imposte correnti	540	47	95	175
Totale passività correnti	30.107	31.408	30.295	34.764
TOTALE PASSIVITA'	50.312	50.169	49.615	48.690
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	106.256	102.987	104.701	100.895

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre 01/07 - 30/09 2010		Trimestre 01/07 - 30/09 2009		Periodo al 30 settembre 2010		Periodo al 30 settembre 2009		Esercizio al 31 dicembre 2009	
Ricavi	27.421	100,0%	27.231	100,0%	68.931	100,0%	71.152	100,0%	99.310	100,0%
Costo del venduto	(14.490)	-52,8%	(14.232)	-52,3%	(38.169)	-55,4%	(40.590)	-57,0%	(56.369)	-56,8%
Margine Industriale	12.931	47,2%	12.999	47,7%	30.762	44,6%	30.562	43,0%	42.941	43,2%
Spese dirette di vendita	(2.309)	-8,5%	(2.660)	-9,7%	(6.899)	-10,0%	(7.892)	-11,1%	(11.329)	-11,4%
Margine commerciale lordo	10.622	38,7%	10.339	38,0%	23.863	34,6%	22.670	31,9%	31.612	31,8%
Altri ricavi (spese) operativi	114	0,4%	296	1,1%	641	0,9%	420	0,7%	1.896	1,9%
<i>- di cui ricavi (spese) non ricorrenti</i>	<i>0</i>		<i>0</i>		<i>0</i>		<i>350</i>		<i>1.457</i>	
Spese commerciali e amministrative	(6.225)	-22,7%	(5.291)	-19,4%	(21.046)	-30,5%	(19.794)	-27,8%	(27.391)	-27,5%
Risultato operativo (EBIT)	4.511	16,4%	5.344	19,6%	3.458	5,0%	3.296	4,6%	6.117	6,2%
Altri proventi (oneri) finanziari	(247)	-0,9%	(218)	-0,8%	(157)	-0,2%	(597)	-0,8%	(705)	-0,7%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	4.264	15,5%	5.126	18,8%	3.301	4,8%	2.699	3,8%	5.412	5,5%
Imposte sul reddito	(1.125)	-4,1%	(12)	0,0%	(791)	-1,2%	(219)	-0,3%	445	0,4%
Utile (perdita) netto del Gruppo	3.139	11,4%	5.114	18,8%	2.510	3,6%	2.480	3,5%	5.857	5,9%

Risultato per azione - base	Euro	0,095	0,154	0,076	0,075	0,176
------------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Risultato per azione - diluito	Euro	0,095	0,154	0,076	0,075	0,176
---------------------------------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------



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 ha realizzato nel 2009 un fatturato consolidato di 99,3 milioni di Euro, conta circa 700 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in 52 paesi del mondo. Oltre metà del fatturato è realizzato all'estero e quasi metà in merceologie diversificate, diverse dai collant.

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;
- **Liberti:** lo specialista di corsetteria e mare di gamma elevata.

Il Gruppo distribuisce anche marchi di terzi:

- **Puma:** calze sportive per l'Italia.

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** - diversificazione nel mercato dei costumi da bagno;
- 2005** - razionalizzazione produttiva interna per l'ottimizzazione del rapporto qualità/costi;
- 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;
- 2008** - acquisizione del marchio Liberti nel mercato della corsetteria di gamma elevata;
- 2009** - costituzione della filiale commerciale Oroblù USA LLC per le vendite al mercato americano e on line, con il sito www.oro blu.com
- 2010** - Acquisizione del Gruppo WELL (47 mln di Euro di fatturato, 20% di quota di mercato calzetteria in Francia)

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

Per ulteriori informazioni:

CSP International Fashion Group S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it

Il Comunicato è presente sul sito Internet www.cspinternational.it