



**RELAZIONE TRIMESTRALE
CONSOLIDATA
AL
30 SETTEMBRE 2002**

GRUPPO CSP

CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Enzo	BERTONI (*)
Amministratore Delegato	Francesco	BERTONI (*)
Consiglieri	Massimo	ARMANINI
	Carlo	BERTONI
	Maria Grazia	BERTONI
	Gianfranco	BOSSI
	Arturo	TEDOLDI

Collegio Sindacale

Presidente	Vanna	STRACCIARI
Sindaci effettivi	Marco	MONTESANO
	Luca	SAVOIA
Sindaci supplenti	Paolo	BERTOCCO
	Luca	GASPARINI

(*) Note sull'esercizio dei poteri: poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, salvo quelli che per legge o statuto sono riservati al Consiglio di Amministrazione, a firma singola

RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULL'ANDAMENTO GESTIONALE DEL GRUPPO

Il generalizzato rallentamento dei consumi, sia sul mercato italiano che sui mercati esteri, sta provocando nella distribuzione un diffuso atteggiamento di cautela negli acquisti. Questo comportamento dovrebbe ragionevolmente provocare una significativa riduzione degli stock in questa parte della filiera, creando così lo spazio per una ripresa importante una volta esaurito l'attuale ciclo negativo, la cui fine è attesa per il secondo semestre del 2003.

Il Gruppo CSP nei primi nove mesi del 2002 ha registrato un fatturato di 116,51 milioni di Euro con una crescita su pari periodo 2001 del 2,6% ed un miglioramento dell'utile operativo, passato da 4,52 milioni di Euro a 7,58 milioni di Euro, con un'incidenza cresciuta dal 4,0% al 6,5%.

Tali tassi di sviluppo sono inferiori, come si ricorderà, a quelli registrati al 30 giugno di quest'anno avendo risentito dei risultati meno brillanti conseguiti nel terzo trimestre. In tale periodo, rispetto al corrispondente 2001, infatti, il fatturato è passato da 42,29 milioni di Euro a 41,16 milioni di Euro, il risultato operativo da 5,48 milioni di Euro a 4,01 milioni di Euro ed il risultato ante imposte da 3,33 milioni di Euro a 2,57 milioni di Euro.

Le cause principali che hanno influito sull'andamento del periodo sono state:

- a- sul fatturato ha inciso la costante riduzione di consumi nella calzetteria in Italia ed all'estero, in particolare si è assistito ad un brusco rallentamento degli acquisti dei distributori russi (apparentemente determinato da un andamento climatico non favorevole), parzialmente compensati dal positivo trend di sviluppo dell'intimo *seamless* e della corsetteria;
- b- sul risultato operativo hanno influito i già previsti maggiori investimenti pubblicitari che nel periodo in esame hanno interessato Lepel e Le Bourget, nonché i resi commerciali legati all'introduzione del nuovo *packaging* nelle linea a marchio Le Bourget;
- c- sul risultato ante imposte inoltre ha inciso l'adeguamento ai valori di mercato delle azioni proprie in portafoglio

Andamento del Gruppo

Dati sintetici di conto economico

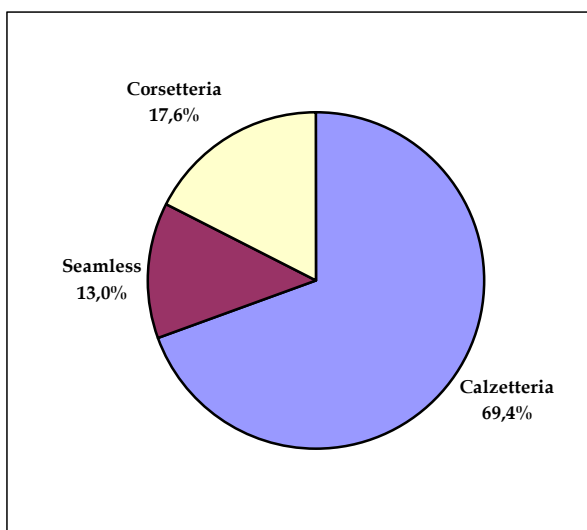
<i>(in milioni di Euro)</i>	Trimestre 01/07 - 30/09 2002		Trimestre 01/07 - 30/09 2001		Periodo al 30 settembre 2002		Periodo al 30 settembre 2001		31 dicembre 2001	
	valore	%	valore	%	valore	%	valore	%	valore	%
Ricavi netti	41,16	100,0%	42,29	100,0%	116,51	100,0%	113,51	100,0%	163,33	100,0%
Costo del venduto	24,70	60,0%	25,69	60,7%	71,62	61,5%	70,19	61,8%	101,63	62,2%
Margine lordo	16,46	40,0%	16,60	39,3%	44,89	38,5%	43,32	38,2%	61,70	37,8%
Costi di vendita, generali ed amm.	12,45	30,2%	11,12	26,3%	37,31	32,0%	38,80	34,2%	53,43	32,7%
Risultato operativo	4,01	9,7%	5,48	13,0%	7,58	6,5%	4,52	4,0%	8,27	5,1%
Oneri finanziari	0,89	2,2%	1,19	2,8%	2,87	2,5%	3,02	2,7%	4,22	2,6%
Altri oneri	0,51	1,2%	1,00	2,4%	0,35	0,3%	1,77	1,6%	2,02	1,2%
Oneri straordinari	0,04	0,1%	(0,04)	-0,1%	0,73	0,6%	0,00	0,0%	0,00	0,0%
Risultato prima delle imposte	2,57	6,2%	3,33	7,9%	3,63	3,1%	(0,27)	-0,2%	2,03	1,2%
Imposte	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(2,25)	-1,4%
Risultato netto	2,57	6,2%	3,33	7,9%	3,63	3,1%	(0,27)	-0,2%	(0,22)	-0,1%
Risultato di pertinenza di terzi	0,02	0,0%	(0,07)	(0,2%)	(0,12)	(0,1%)	(0,26)	(0,2%)	(0,21)	(0,1%)
Risultato netto di Gruppo	2,59	6,3%	3,26	7,7%	3,51	3,0%	(0,53)	-0,5%	(0,43)	-0,3%

(*) i dati al 30 settembre non comprendono le imposte sul reddito

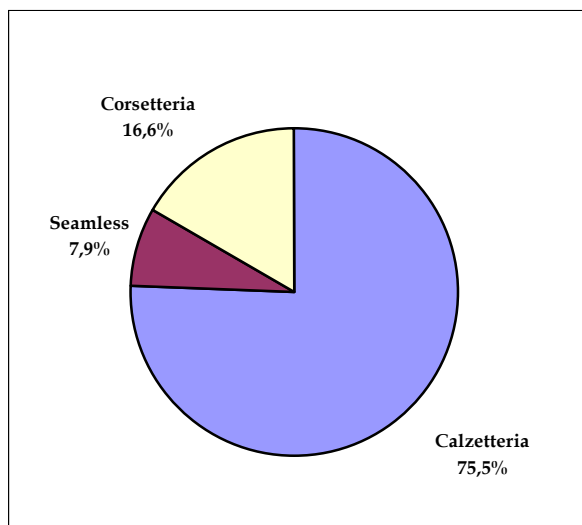
Ricavi netti – I ricavi netti del terzo trimestre 2002 sono passati da 42,29 milioni di Euro a 41,16 milioni di Euro con un decremento del 2,7% rispetto al corrispondente trimestre dell'esercizio precedente. Per quanto riguarda i primi nove mesi del 2002 i ricavi netti sono passati da 113,51 milioni di Euro a 116,51 milioni di Euro con un incremento del 2,6%; tale positivo risultato è dovuto prevalentemente alla crescita del fatturato dell'intimo *seamless*, passato da 8,9 milioni di Euro a 15,1 milioni di Euro con un incremento del 69%.

I seguenti grafici illustrano la composizione dei ricavi per merceologia, per marchio e per area geografica del periodo in esame confrontati con quelli del corrispondente periodo dell'esercizio 2001:

Merceologia: fatturato % al 30.09.2002



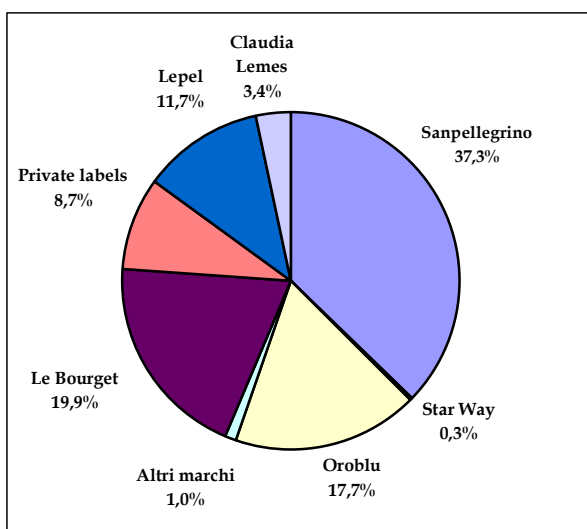
Merceologia: fatturato % al 30.09.2001



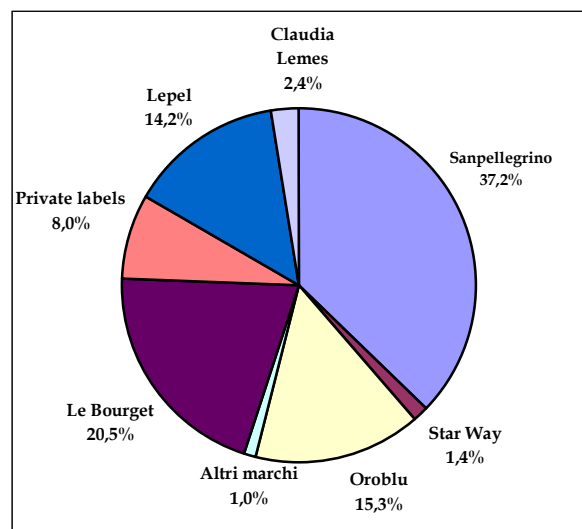
La calzetteria registra nel periodo al 30 settembre 2002 una riduzione del fatturato del 6% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, compensata, oltre che dal sopra menzionato incremento del *seamless*, dalla crescita del 10% della corsetteria.

Va rimarcato che l'insieme corsetteria/*seamless* rappresenta il 30,6% del totale della cifra d'affari, contro il 24,5% del 2001.

Marchi: fatturato % al 30.09.2002

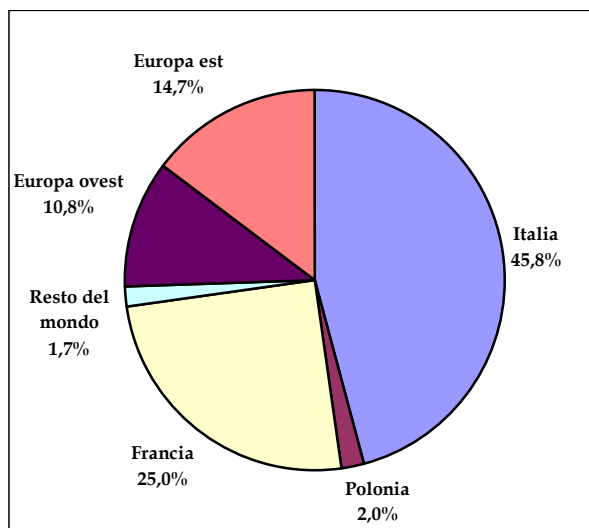


Marchi: fatturato % al 30.09.2001

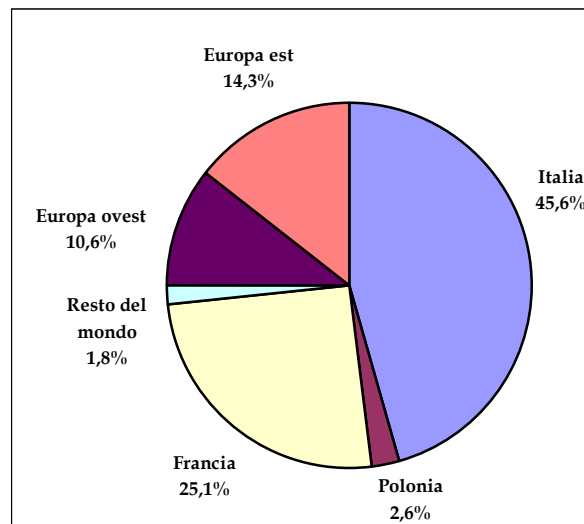


Per quanto concerne i marchi i primi nove mesi dell'esercizio 2002 hanno evidenziato una sostanziale stabilità di Sanpellegrino, un positivo andamento del marchio Oroblù, grazie alla crescita del *seamless* e della corsetteria, nonché una diminuzione di Lepel parzialmente compensata dall'incremento delle vendite a marchio Claudia Lemes.

Aree: fatturato % al 30.09.2002



Aree: fatturato % al 30.09.2001



I primi nove mesi del 2002 hanno confermato una ripartizione delle vendite per area geografica sostanzialmente in linea con il corrispondente periodo dell'esercizio precedente; in particolare, in valore l'aumento più significativo ha riguardato il mercato nazionale (+ 3%).

Costo del venduto – Il costo del venduto dei primi nove mesi del 2002 è pari a 71,62 milioni di Euro, con un'incidenza sui ricavi netti del 61,5% rispetto al 61,8% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Margine lordo – L'incidenza del margine lordo sui ricavi netti del terzo trimestre è pari al 40,0% rispetto al 39,3% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente. Per quanto riguarda i primi nove mesi del 2002 l'incidenza del margine lordo sui ricavi netti è pari al 38,5% rispetto al 38,2% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. Occorre rilevare che la maggiore marginalità derivante dalla crescita delle vendite dei prodotti *seamless* è stata parzialmente assorbita dalla presenza di oneri connessi alla razionalizzazione dei marchi.

Costi di vendita, generali ed amministrativi – I costi di vendita, generali ed amministrativi dei primi nove mesi del 2002, pari a 37,31 milioni di Euro, rappresentano il 32,0% dei ricavi netti, rispetto al 34,2% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Il decremento rispetto ai primi nove mesi del 2001 è sostanzialmente dovuto ai minori investimenti pubblicitari passati da 12,96 milioni di Euro a 10,75 milioni di Euro, per effetto della diversa programmazione temporale delle campagne a sostegno dei marchi del Gruppo. Le spese di pubblicità previste per l'intero esercizio si attesteranno comunque su valori non inferiori rispetto agli anni precedenti.

Risultato Operativo – L'utile operativo dei primi nove mesi del 2002 è pari a 7,58 milioni di Euro, con un'incidenza sul fatturato netto del 6,5%, rispetto al 4,0% del corrispondente periodo dell'esercizio precedente (4,52 milioni di Euro). Tale significativo miglioramento è principalmente dovuto alla sopra menzionata riduzione delle spese pubblicitarie nel periodo.

Oneri finanziari netti – Gli oneri finanziari netti dei primi nove mesi del 2002 sono pari a 2,87 milioni di Euro rispetto a 3,02 milioni di Euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente. La diminuzione degli oneri finanziari è dovuta al più favorevole andamento dei tassi di interesse oltre alla riduzione dell'indebitamento finanziario.

Altri proventi ed oneri netti – Nei primi nove mesi del 2002 tale voce è rappresentata da oneri netti per 0,35 milioni di Euro rispetto a 1,82 milioni di Euro del corrispondente periodo dell'esercizio precedente; tale diminuzione è dovuta prevalentemente alla minore svalutazione delle azioni proprie in portafoglio in seguito all'adeguamento del loro valore a quello di mercato alla chiusura del periodo (2,325 Euro per azione).

Oneri straordinari – Gli oneri straordinari, pari a 0,73 milioni di Euro, sono relativi alla ristrutturazione in corso del Gruppo Le Bourget, operazione che consentirà di ottenere significativi benefici organizzativi, gestionali e logistici con conseguente futura riduzione dei costi e miglioramento del livello di servizio.

Imposte sul reddito – I prospetti contabili non includono la determinazione delle imposte sul reddito, così come consentito dai vigenti regolamenti Consob applicabili nella fattispecie.

Dati sintetici di stato patrimoniale

La situazione patrimoniale riclassificata sintetica del Gruppo è riepilogata nella seguente tabella:

	30 settembre 2002	30 giugno 2002	31 dicembre 2001	30 settembre 2001
Attività operative a breve	127,11	117,97	125,01	123,85
Passività operative a breve	(42,81)	(49,78)	(47,26)	(46,42)
Capitale circolante operativo netto	84,30	68,19	77,75	77,43
Partecipazioni (incluse azioni proprie)	6,04	6,58	6,10	5,83
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	64,57	66,29	69,31	71,22
CAPITALE INVESTITO	154,91	141,06	153,16	154,48
Altre passività a medio e lungo termine	(10,63)	(10,42)	(10,38)	(9,67)
CAPITALE INVESTITO NETTO	144,28	130,64	142,78	144,81
Indebitamento finanziario netto	80,72	69,53	81,17	83,54
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	1,52	1,56	1,65	1,74
Patrimonio netto	62,04	59,55	59,96	59,53
TOTALE	144,28	130,64	142,78	144,81

Capitale circolante - Il capitale circolante operativo netto al 30 settembre 2002 è pari a 84,30 milioni di Euro rispetto a 77,75 milioni di Euro al 31 dicembre 2001, registrando un incremento di 6,55 milioni di Euro. Tale aumento, oltre a normali fenomeni di stagionalità del business, è dovuto prevalentemente all'incremento delle rimanenze di magazzino.

Capitale investito - Il capitale investito passa da 153,16 milioni di Euro al 31 dicembre 2001 a 154,91 milioni di Euro, con un incremento di 1,75 milioni di Euro.

Indebitamento finanziario - L'indebitamento finanziario netto, come illustrato nella tabella seguente, è sostanzialmente in linea rispetto al 31 dicembre 2001. La posizione finanziaria netta risulta così composta:

	30 settembre 2002	30 giugno 2002	31 dicembre 2001	30 settembre 2001
Debiti verso banche a breve	50,72	41,70	46,36	55,18
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	12,69	13,70	16,89	20,09
Cassa e banche attive	(1,39)	(3,14)	(5,44)	(2,37)
Indebitamento finanziario netto a breve	62,02	52,26	57,81	72,90
Finanziamenti a medio lungo termine al netto delle quote correnti	18,70	17,27	23,36	10,64
Indebitamento finanziario netto	80,72	69,53	81,17	83,54

Andamento delle società del Gruppo

Capogruppo

Nei primi nove mesi del 2002 il fatturato della Capogruppo, al netto delle vendite intercompany, è aumentato del 3,4%, passando da 60,76 milioni di Euro a 62,81 milioni di Euro; tale positivo risultato è dovuto alla crescita del 47,5% delle vendite dell'intimo *seamless* (passate da 8,94 milioni di Euro a 13,19 milioni di Euro) e alle vendite di corsetteria, iniziate nel 2002 e pari a 0,71 milioni di Euro.

Tali incrementi sono compensati dalla riduzione delle vendite di calzetteria, mercato in perdurante fase di contrazione di consumi, dove peraltro la Società, a fronte di una diminuzione delle quantità vendute, ha mantenuto prezzi medi di vendita in linea con l'esercizio precedente.

L'utile operativo è passato da 4,38 milioni di Euro a 7,82 milioni di Euro, con un'incidenza sui ricavi netti del 10,3% (5,9% al 30 settembre 2001); tale significativo miglioramento è dovuto prevalentemente alla momentanea diminuzione dell'incidenza delle spese pubblicitarie della Capogruppo in seguito ad una diversa pianificazione degli investimenti, più concentrati nell'ultimo trimestre rispetto al 2001 e ad un significativo miglioramento del margine lordo la cui incidenza sui ricavi netti passa dal 30,9% al 32,3%.

La crescita di fatturato del primo semestre dell'anno è stata in parte ridimensionata dall'andamento del terzo trimestre sul quale ha inciso il rallentamento delle vendite di calzetteria sul mercato russo. Tale evento ha anche impattato significativamente sui livelli di giacenze a magazzino, che sono cresciute a causa del venire meno di parte dei volumi previsti per le esportazioni in Russia nel terzo trimestre.

Per quanto riguarda l'organizzazione, prosegue l'attenta politica di contenimento degli organici che, grazie all'automazione dei processi produttivi, hanno raggiunto a fine settembre le 614 unità rispetto alle 650 del settembre 2001, con una riduzione del 5,5%.

Gruppo Le Bourget

Il fatturato del Gruppo Le Bourget, al netto delle vendite intercompany, dei primi nove mesi del 2002 è passato da 30,39 milioni di Euro a 30,70 milioni di Euro, con un incremento del 1,0%.

Il risultato operativo è passato da un utile di 0,71 milioni di Euro ad una perdita di 0,82 milioni di Euro, con un peggioramento dovuto prevalentemente agli oneri connessi al cambio *pack* della collezione Le Bourget venduta alla grande distribuzione e alla sostituzione della collezione Bomo con la nuova collezione Le Bourget Bomo. Gli effetti positivi sulle vendite conseguenti alla sopra menzionata riorganizzazione delle collezioni si manifesteranno prevalentemente nei periodi successivi, peraltro controbilanciati da una riduzione delle vendite a marca privata.

A sostegno dell'introduzione della nuova linea Le Bourget nel mese di settembre è stata realizzata un'originale attività di comunicazione rivolta al consumo: in collaborazione con la testata Elle, leader nel mercato francese, è stata sviluppata una rivista formato tascabile, distribuita in abbinamento, in cui si è illustrata l'intera gamma dei prodotti Le Bourget, dalle calze al *seamless*.

Lepel

Il fatturato, al netto delle vendite intercompany, dei primi nove mesi del 2002, è passato da 18,82 milioni di Euro a 19,79 milioni di Euro, con un incremento del 5,2%, dovuto prevalentemente alla crescita nel canale della grande distribuzione grazie ai marchi Claudia Lemes, Sanpellegrino e marche private. La crescita del fatturato nel trimestre rispetto al pari periodo 2001 è stata del 41,7%

Il risultato operativo è passato da 0,97 milioni di Euro a 1,88 milioni di Euro principalmente per l'effetto combinato della diminuzione degli investimenti pubblicitari (passati da 3,77 milioni di Euro a 3,17 milioni di Euro) e della diminuzione del margine lordo dovuto in gran parte agli oneri di sviluppo di numerose nuove collezioni che si sono aggiunte al tradizionale *business* della Società. Oltre alle nuove collezioni sviluppate per la marca Lepel sono state lanciate nuove collezioni per gli altri marchi del gruppo (Oroblù e Sanpellegrino) che hanno contribuito a generare un fatturato lordo intercompany in crescita del 12,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Nel mese di settembre è iniziata un'importante campagna stampa a sostegno del prodotto leader dell'azienda, Belseno (già in televisione in primavera), utilizzando l'attuale testimonial, Natalia Estrada, e distribuendo, inseriti nelle testate, ben 2 milioni di mini-cataloghi della linea, così da permettere alla consumatrice di conoscere con precisione l'assortimento esistente di Belseno e fare la scelta migliore.

Sanpellegrino Polska

Il fatturato della società polacca, al netto delle vendite intercompany, dei primi nove mesi del 2002 è passato da 3,55 milioni di Euro a 3,21 milioni di Euro; il risultato operativo è passato da 0,42 milioni di Euro a 0,50 milioni di Euro.

Fatti di rilievo ed evoluzione prevedibile della gestione

In data 26 settembre 2002 il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea straordinaria dei Soci il progetto di fusione per incorporazione della controllata al 100% Lepel S.r.l. in Csp International.

Con la fusione di Lepel in Csp si raggiungeranno obiettivi di migliore efficacia strategica e di maggiore efficienza gestionale nei sistemi informativi, nel marketing, nelle vendite, nel controllo di gestione, negli acquisti, con benefici effetti anche sul fronte dei costi.

Nell'ultimo trimestre 2002 è stato stanziato un importante budget pubblicitario articolato su due comunicati televisivi, uno per le calze ed uno per l'intimo seamless, a favore della marca Sanpellegrino. L'entità dell'investimento ed il forte impatto della comunicazione daranno un sicuro impulso alle rotazioni dei prodotti che non beneficiavano di supporto televisivo da oltre un anno.

Tutte le attività legate al mondo dell'intimo, corsetteria e seamless, proiettano un risultato di fine anno in significativa crescita per tutti i marchi del gruppo (Oroblu, Sanpellegrino, Lepel, Claudia Lemes e Le Bourget).

Nel contempo l'attività relativa al comparto delle calze è prevista in linea con il trend dei consumi, a cui va aggiunta l'incertezza legata all'andamento del mercato russo.

Ceresara, 7 novembre 2002

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Allegati:

1. Conto Economico riclassificato
2. Stato Patrimoniale riclassificato

Conto Economico Riclassificato
(importi in migliaia di Euro)

	Trimestre 01/07 - 30/09 2002 CONSOLIDATO	Trimestre 01/07 - 30/09 2001 CONSOLIDATO	Periodo al 30 settembre 2002 CONSOLIDATO	Periodo al 30 settembre 2001 CONSOLIDATO	31 dicembre 2001 CONSOLIDATO
Ricavi netti	41.023	42.201	116.013	112.963	162.524
Royalties attive	133	86	496	545	807
RICAVI NETTI	41.156	42.287	116.509	113.508	163.331
COSTO DEL VENDUTO					
Acquisti	13.832	15.583	45.375	45.181	59.779
Costo del lavoro	4.249	4.528	14.740	15.242	20.662
Prestazioni di servizi	3.322	3.164	10.942	9.790	13.863
Ammortamenti	1.877	1.934	5.654	5.708	7.519
Altri costi	1.638	1.635	5.644	5.398	7.555
(Aumento) Diminuzione delle rimanenze	(222)	(1.153)	(10.735)	(11.126)	(7.753)
	24.696	25.691	71.620	70.193	101.625
MARGINE LORDO	16.460	16.596	44.889	43.315	61.706
COSTI DI VENDITA, GENERALI ED AMMINISTRATIVI					
Costo del lavoro	3.048	2.986	10.639	10.298	14.176
Spese pubblicitarie	4.385	3.231	10.751	12.955	17.580
Provvigioni	684	776	2.189	2.342	3.147
Ammortamenti	1.133	1.206	3.458	3.311	4.534
Altre spese	3.202	2.916	10.274	9.885	13.997
	12.452	11.115	37.311	38.791	53.434
RISULTATO OPERATIVO	4.008	5.481	7.578	4.524	8.272
Oneri (proventi) finanziari netti	894	1.192	2.872	3.022	4.223
Svalutazione (rivalutazioni) di partecipazioni	0	(54)	0	(54)	0
Altri (proventi) e oneri	503	1.047	348	1.821	2.014
	1.397	2.185	3.220	4.789	6.237
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE E DI POSTE STRAORDINARIE	2.611	3.296	4.358	(265)	2.035
Oneri e (proventi) straordinari	38	(38)	733	1	4
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	2.573	3.334	3.625	(266)	2.031
Imposte sul reddito (*)	0	0	0	0	(2.248)
RISULTATO NETTO DEL PERIODO	2.573	3.334	3.625	(266)	(217)
RISULTATO DI PERTINENZA DI TERZI	12	(71)	(113)	(262)	(209)
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	2.585	3.263	3.512	(528)	(426)

(*) i dati al 30 settembre non comprendono le imposte sul reddito.

Stato Patrimoniale Riclassificato - Attività

(importi in migliaia di Euro)

	30 settembre 2002 CONSOLIDATO	30 giugno 2002 CONSOLIDATO	31 dicembre 2001 CONSOLIDATO	30 settembre 2001 CONSOLIDATO
ATTIVITA' CORRENTI				
Cassa e banche	1.385	3.139	5.435	2.370
Crediti verso clienti	54.711	46.190	65.857	58.748
Crediti verso società collegate e controllate	235	235	235	235
Altri crediti	7.199	6.563	4.292	6.940
Rimanenze di magazzino	64.464	64.486	54.266	57.245
Ratei e risconti attivi	501	492	359	683
Azioni proprie	5.484	6.007	5.379	5.090
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI	133.979	127.112	135.823	131.311
IMMOBILIZZAZIONI				
Attività finanziarie:				
Crediti finanziari	448	459	602	629
Partecipazioni	110	110	110	110
Totale attività finanziarie	558	569	712	739
Immobilizzazioni materiali	46.843	47.735	49.601	50.618
Immobilizzazioni immateriali	17.724	18.558	19.715	20.600
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	65.125	66.862	70.028	71.957
TOTALE ATTIVITA'	199.104	193.974	205.851	203.268

Stato Patrimoniale Riclassificato - Passività e Patrimonio Netto

(importi in migliaia di Euro)

	30 settembre 2002 CONSOLIDATO	30 giugno 2002 CONSOLIDATO	31 dicembre 2001 CONSOLIDATO	30 settembre 2001 CONSOLIDATO
PASSIVITA' CORRENTI				
Debiti verso banche a breve	50.716	41.698	46.358	55.181
Quota a breve dei debiti a medio-lungo termine	12.688	13.703	16.885	20.085
Debiti commerciali verso terzi	33.486	40.373	38.935	35.951
Debiti commerciali verso soc. controll./collegate	6	6	6	6
Debiti tributari	1.676	1.749	2.407	2.730
Altri debiti	7.166	7.392	5.286	7.311
Ratei e risconti passivi	474	257	626	427
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	106.212	105.178	110.503	121.691
PASSIVITA' A MEDIO-LUNGO TERMINE				
Finanziamenti a medio lungo-termine, al netto delle quote correnti	18.700	17.271	23.357	10.639
Effetti passivi	0	0	0	0
Trattamento di fine rapporto	6.598	6.416	6.200	6.010
Altri fondi	4.035	4.007	4.183	3.662
TOTALE PASSIVITA' A MEDIO LUNGO TERMINE	29.333	27.694	33.740	20.311
TOTALE PASSIVITA'	135.545	132.872	144.243	142.002
CAPITALE E RISERVE DI TERZI	1.524	1.555	1.647	1.741
PATRIMONIO NETTO				
Capitale sociale	12.740	12.740	12.740	12.740
Riserva legale	1.365	1.365	1.365	1.365
Fondo sovrapprezzo azioni	18.076	18.076	18.076	18.076
Altre riserve	26.342	26.439	28.206	27.872
Risultato netto del periodo (*)	3.512	927	(426)	(528)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	62.035	59.547	59.961	59.525
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	199.104	193.974	205.851	203.268

(*) i dati al 30 settembre e al 30 giugno non comprendono le imposte sul reddito.

NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI

Criteri di redazione

La presente nota di commento, riferita ai dati del terzo trimestre e dei primi nove mesi del 2002, è stata redatta in conformità alle disposizioni previste dalla normativa in vigore ed è comparata con i dati dei corrispondenti periodi dell'esercizio precedente e dell'intero esercizio 2001.

I principi contabili e di consolidamento utilizzati per la redazione dei prospetti contabili non differiscono da quelli utilizzati per la redazione del bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2001, ad eccezione della seguente modifica:

IMPOSTE SUL REDDITO DELL'ESERCIZIO: non sono state accantonate le imposte sul reddito per le singole società consolidate e le imposte differite attive e passive di competenza del periodo in esame, come previsto dal regolamento CONSOB emesso per la redazione delle relazioni semestrali, che si è ritenuto di applicare anche nella predisposizione del presente documento.

Tali importi saranno determinati in sede di predisposizione del bilancio al 31 dicembre 2002. Peraltro, l'impostazione sopra descritta garantisce la continuità delle grandezze contabili con il bilancio consolidato dell'esercizio precedente, considerando le eccezioni indicate.

Area di consolidamento

L'area di consolidamento al 30 settembre 2002, che ha subito variazioni rispetto al 31 dicembre 2001 per effetto della fusione delle società SOGED S.A. e S.A.R.L. BUC in Le Bourget S.A. a far data dal 2 luglio 2002, include le seguenti società:

Denominazione	Sede	% di controllo
CSP International Industria Calze Spa	Via Piubega, 5/c 46040 Ceresara (MN)	Società Capogruppo
E.D.I. S.A.	Rue J.P. Saltiel 02230- Fresnoy Le Grand (F)	100%
Le Bourget S.A.	Rue J.P. Saltiel 02230- Fresnoy Le Grand (F)	99.996% (1)
Le Bourget Benelux (2)	Rue Reigersvliet 1040 Bruxelles (B)	70.56%
BO.MO. Srl (3)	Via San Martino 8/12 Fraz. Borgo Poncarale 25020 Poncarale (BS)	60%
Lepel Srl	Via Nuova Ponente, 25/b 41012 Carpi (MO)	100%
Sanpellegrino Polska Sp. z o.o.	Ul. Lodska, 27 95-050 Konstanyow (Lodz) (PL)	50%

(1) Di cui il 22,95% posseduto tramite E.D.I. S.A.

(2) Società posseduta da Le Bourget S.A.

(3) Società posseduta da Le Bourget S.A.