



**RELAZIONE TRIMESTRALE
CONSOLIDATA
AL
31 MARZO 2003**

GRUPPO CSP

CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Presidente e Amministratore Delegato	Francesco	BERTONI (*)
Amministratore Delegato	Enzo	BERTONI (*)
Amministratore Delegato	Maria Grazia	BERTONI (**)
Amministratore Delegato	Carlo	BERTONI (**)
Consiglieri	Massimo Renato Arturo	ARMANINI ROSSI TEDOLDI

Collegio Sindacale

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

(**) Note sull'esercizio dei poteri: poteri di ordinaria amministrazione

OSSERVAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULL'ANDAMENTO GESTIONALE DEL GRUPPO

Il primo trimestre 2003 ha risentito in tutti i mercati ed in tutti i canali di vendita del clima di preoccupazione creato nell'opinione pubblica dai noti eventi bellici: ad un consumatore già prima riflessivo si è aggiunto un *trade* ancora più cauto negli acquisti.

In tale contesto CSP ha sofferto principalmente in due aree geografiche, Francia e Russia, mentre nelle altre aree, prime fra tutte l'Italia, si sono registrate, a seconda delle merceologie, o tenute o crescite di fatturato. Gli andamenti negativi di Francia e Russia, aree per CSP fortemente concentrate nella calzetteria (mercato in cui consumi sono in calo costante dovunque), hanno inciso in maniera significativa sul risultato complessivo del Gruppo.

Le merceologie *seamless* (+21,1%) e corsetteria (+6,3%) continuano a registrare positivi tassi di sviluppo grazie all'allargamento della base distributiva ed all'ottima accettazione delle nuove proposte; tali risultati non sono comunque bastati a compensare, sia in termini di fatturato che di redditività, i cali nella calzetteria (-20,5%) influenzati come detto dall'andamento di Russia e Francia.

A causa dei fenomeni suesposti il fatturato del Gruppo ha registrato un calo dell'11,5% rispetto al corrispondente periodo del 2002.

Il margine lordo ha risentito della perdita di vendite su aree/canali a marginalità più elevate della media, determinando un mix meno profittevole.

L'utile operativo del periodo è stato pari a 0,74 milioni di Euro, al di sotto del risultato 2002 anche a causa degli importanti investimenti pubblicitari e promozionali (+65%) stanziati prevalentemente a favore del marchio Sanpellegrino. Nel confrontare il risultato operativo con il pari periodo dell'anno precedente bisogna ricordare che il risultato 2002 aveva beneficiato significativamente (anche rispetto al 2001) della mancanza di investimenti in comunicazione che invece tradizionalmente venivano stanziati in questo periodo dell'anno.

Sull'utile ante imposte hanno pesato inoltre oneri per 1,27 milioni di Euro dovuti all'adeguamento del valore delle azioni proprie in portafoglio che nel primo trimestre hanno subito un sensibile deprezzamento dipendente dall'andamento del mercato.

Da sottolineare infine l'importante risultato ottenuto rispetto alla chiusura 2002 in termini di riduzione delle scorte (-6,6%), anche se rimangono leggermente superiori (+2,2%) al pari periodo 2002.

Andamento del Gruppo

Dati sintetici di conto economico

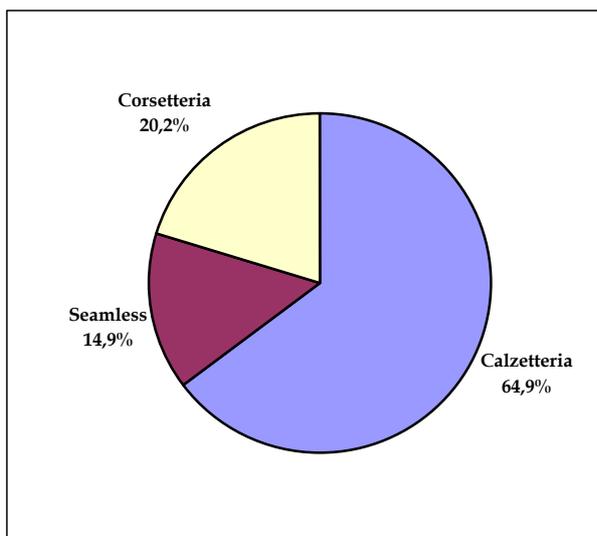
<i>(in milioni di Euro)</i>	31 marzo 2003		31 marzo 2002		31 dicembre 2002	
	Valore	%	Valore	%	Valore	%
Ricavi netti	40,82	100,0	46,11	100,0	159,52	100,0
Costo del venduto	26,17	64,1	27,98	60,7	99,71	62,5
Margine Lordo	14,65	35,9	18,13	39,3	59,81	37,5
Costi di vendita, generali ed amministrativi	13,91	34,1	12,31	26,7	54,84	34,4
Utile operativo	0,74	1,8	5,82	12,6	4,97	3,1
Oneri finanziari netti	1,01	2,5	0,98	2,1	3,96	2,5
Altri proventi ed oneri netti	1,23	3,0	0,63	1,4	2,33	1,4
Risultato prima delle imposte	(1,50)	(3,7)	4,21	9,1	(1,32)	(0,8)
Imposte	(*)	(*)	(*)	(*)	(2,81)	(1,8)
Risultato netto	(1,50)	(3,7)	4,21	9,1	(4,13)	(2,6)
Risultato di pertinenza di terzi	0,02	0,0	(0,12)	(0,2)	(0,09)	(0,0)
Risultato netto di Gruppo	(1,48)	(3,6)	4,09	8,9	(4,22)	(2,6)

(*) i dati al 31 marzo non comprendono le imposte sul reddito

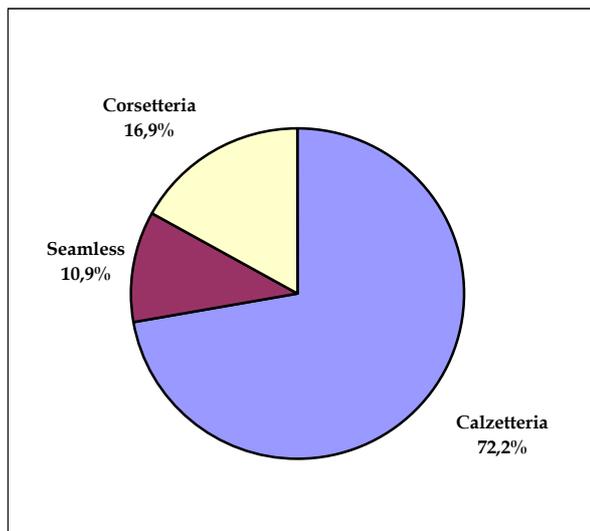
Ricavi netti – I ricavi netti del primo trimestre 2003 sono passati da 46,11 milioni di Euro a 40,82 milioni di Euro con un decremento del 11,5% dovuto principalmente al calo di vendite di calze sul mercato russo e di *Private labels* in quello francese, solo in parte compensato dalla crescita delle vendite di *seamless* e corsetteria.

I seguenti grafici illustrano la composizione dei ricavi per merceologia, per marca e per area geografica del trimestre in esame confrontati con il corrispondente trimestre dell'esercizio 2002:

MERCEOLOGIA: fatturato % al 31.03.2003



MERCEOLOGIA: fatturato % al 31.03.2002

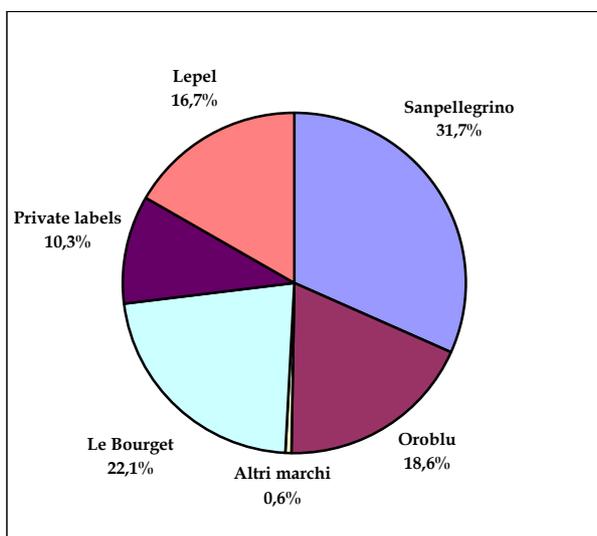


Nel primo trimestre del 2003 il fatturato della calzetteria è diminuito del 20,5% rispetto al primo trimestre del 2002, confermando l'ormai cronico andamento recessivo di tale merceologia, accentuato dal calo dei consumi sul mercato russo verificatosi a partire dal secondo semestre del 2002.

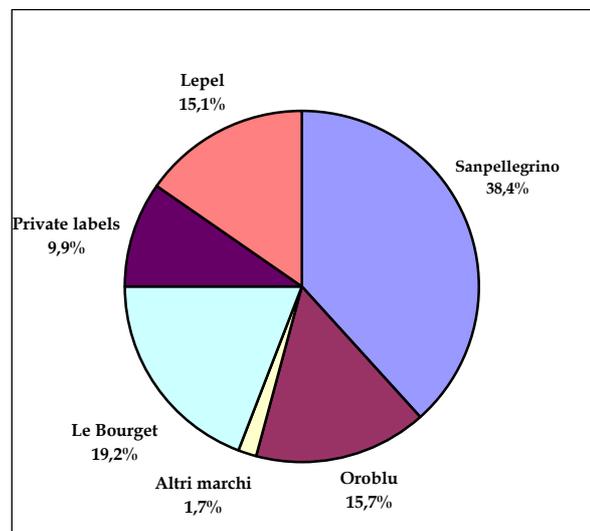
Molto positivo è risultato invece l'andamento delle vendite di *seamless*, passate da 5,03 milioni di Euro a 6,09 milioni di Euro (+ 21,1%) e di corsetteria che registra un incremento del 6,3%.

Nel trimestre in esame l'insieme *seamless/corsetteria* rappresenta il 35,1% del totale della cifra d'affari, rispetto al 27,8% del primo trimestre 2002.

MARCHE: fatturato % al 31.03.2003

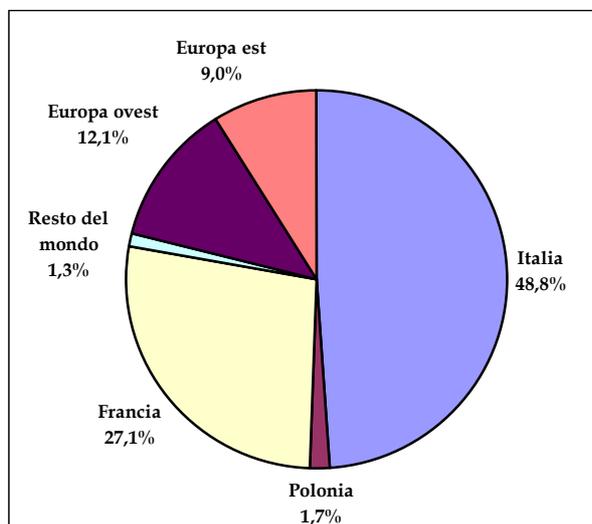


MARCHE: fatturato % al 31.03.2002

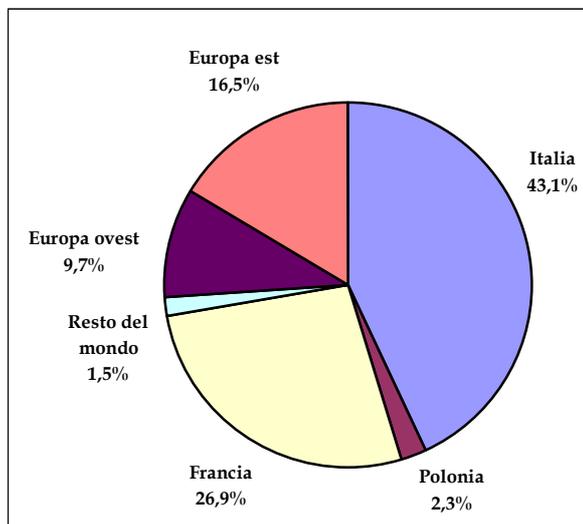


Per quanto riguarda le vendite per marca, nel primo trimestre 2003 Sanpellegrino ha risentito particolarmente del sopra menzionato calo dei consumi nella calzetteria in Italia e soprattutto in Russia, che ha assorbito la significativa crescita registrata nel canale della grande distribuzione italiana (+ 8,0% nelle calze e + 36,8% nel *seamless*). Le vendite a marchio Le Bourget ed Oroblù aumentano la loro incidenza grazie alla crescita dei relativi fatturati dovuta allo sviluppo dell'intimo e delle collezioni modali.

AREE: fatturato % al 31.03.2003



AREE: fatturato % al 31.03.2002



Per quanto riguarda i ricavi per area geografica, nel trimestre in esame aumenta l'incidenza del mercato italiano, su un totale in flessione, essendo le vendite a valore assoluto rimaste sostanzialmente in linea con il primo trimestre 2002, per effetto dell'incremento nel canale della grande distribuzione che ha compensato il calo nel canale ingrosso.

Le riduzioni più significative hanno riguardato l'Europa dell'est e la Francia con cali rispettivamente di 3,93 e 1,35 milioni di Euro.

Costo del venduto – Il costo del venduto del primo trimestre 2003 è pari a 26,17 milioni di Euro, con un'incidenza sui ricavi netti del 64,1%, rispetto al 60,7% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente.

Margine lordo – L'incidenza del margine lordo sui ricavi netti è pari al 35,9% rispetto al 39,3% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente. La minore marginalità è legata principalmente al calo dei volumi di vendita con conseguente minor assorbimento dei costi fissi, nonché al maggior utilizzo della leva promozionale per contrastare l'attività della concorrenza nella congiuntura negativa del mercato.

Costi di vendita, generali ed amministrativi – I costi di vendita, generali ed amministrativi, pari a 13,91 milioni di Euro, rappresentano il 34,1% dei ricavi netti del trimestre rispetto al 26,7% del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente.

L'incremento rispetto al primo trimestre 2002 è sostanzialmente dovuto ai maggiori investimenti pubblicitari, aumentati di 1,74 milioni di Euro, a seguito di una diversa tempistica nella programmazione della campagna Sanpellegrino.

Risultato Operativo – L'utile operativo è pari a 0,74 milioni di Euro, rispetto a 5,82 milioni di Euro del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente, con un'incidenza sul fatturato netto del 1,8%, rispetto al 12,6%. Tale risultato è imputabile prevalentemente all'effetto combinato del sopra menzionato calo di vendite e dell'incremento delle spese pubblicitarie, la cui incidenza a fine anno è comunque prevista in linea con quella dell'esercizio 2002.

Oneri finanziari netti – Gli oneri finanziari netti, pari a 1,01 milioni di Euro, sono sostanzialmente in linea con lo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Altri proventi ed oneri netti – La voce, che ammonta a 1,23 milioni di Euro rispetto a 0,63 milioni di Euro del corrispondente trimestre del 2002, si riferisce alla svalutazione delle azioni proprie in portafoglio, in seguito all'adeguamento del loro valore a quello di mercato alla chiusura del periodo (1,0638 Euro per azione), mentre nel 2002 riguardava gli oneri relativi alla chiusura della filiale di Marsiglia.

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:

<i>(in milioni di Euro)</i>	31 marzo 2003	31 dicembre 2002	31 marzo 2002
Attività operative a breve	115,55	127,78	120,87
Passività operative a breve	(39,70)	(43,39)	(44,80)
Capitale Circolante Operativo Netto	75,85	84,39	76,07
Partecipazioni (incluse azioni proprie)	2,84	4,13	6,54
Immobilizzazioni materiali e immateriali	60,14	62,67	67,95
Capitale Investito	138,83	151,19	150,56
Altre passività a medio-lungo termine	(11,46)	(11,64)	(10,37)
Capitale Investito Netto	127,37	139,55	140,19
Indebitamento finanziario netto	73,29	83,69	74,45
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	1,37	1,53	1,73
Patrimonio netto	52,71	54,33	64,01
Totale	127,37	139,55	140,19

Capitale circolante - Il capitale circolante operativo netto al 31 marzo 2003 è pari a 75,85 milioni di Euro rispetto a 84,39 milioni di Euro al 31 dicembre 2002; tale diminuzione è dovuta principalmente alla riduzione dei crediti verso clienti, per effetto di fenomeni di stagionalità, e delle rimanenze di magazzino, in seguito all'attuazione di politiche di contenimento delle scorte.

Capitale investito - Il capitale investito passa da 151,19 milioni di Euro al 31 dicembre 2002 a 138,83 milioni di Euro, con un decremento di 12,36 milioni di Euro. Tale riduzione, oltre alla già citata diminuzione del capitale circolante, è dovuta alla svalutazione delle azioni proprie in portafoglio ed al decremento delle immobilizzazioni per effetto degli ammortamenti.

Indebitamento finanziario - L'indebitamento finanziario netto, come illustrato nella tabella seguente, si è ridotto rispetto 31 dicembre 2002 di 10,4 milioni di Euro, per effetto principalmente dell'andamento stagionale delle vendite e della riduzione delle scorte.

La posizione finanziaria netta risulta così composta:

<i>(in milioni di Euro)</i>	31 marzo 2003	31 dicembre 2002	31 marzo 2002
Debiti verso banche a breve	48,37	54,74	43,92
Quota a breve dei debiti a medio lungo termine	14,02	12,81	12,50
Cassa e banche attive	(3,23)	(0,78)	(3,85)
Indebitamento finanziario netto a breve	59,16	66,77	52,57
Finanziamenti a medio lungo termine al netto delle quote correnti	14,13	16,92	21,88
Indebitamento finanziario netto	73,29	83,69	74,45

Andamento delle società del Gruppo

a) Capogruppo

Il 27 gennaio 2003 è divenuta operativa, con efficacia a partire dal 1 gennaio 2003, la fusione per incorporazione di Lepel S.r.l. in CSP International Industria Calze S.p.A. ed ora ne costituisce una Divisione. Questa la nuova struttura:



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.

Il fatturato della Capogruppo nel primo trimestre 2003 è pari a 33,50 milioni di Euro che si confronta con un fatturato complessivo, relativo allo stesso periodo del 2002, delle società CSP e Lepel (al netto delle reciproche vendite intercompany) di 36,00 milioni di Euro, con un calo del 6,9%.

Il risultato operativo della Capogruppo, confrontato con i dati omogenei del primo trimestre 2002, passa da 5,85 a 0,92 milioni di Euro principalmente a causa della riduzione dei volumi di vendita e del maggior peso delle spese pubblicitarie incrementatesi di 1,45 milioni di Euro.

Divisione Sanpellegrino / Oroblù

Ricordiamo che alla Divisione appartengono tutte le linee di prodotto a marchio Sanpellegrino e Oroblù, indipendentemente da merceologie e canali coperti.

Per Sanpellegrino, a fronte di un'importante crescita del canale GDO Italia del 15,3% conseguito tramite lo sviluppo di tutte le merceologie, si deve registrare un significativo calo nel canale ingrosso determinato dal brusco rallentamento della calzetteria presso quei clienti che sviluppano il loro *business* con attività di esportazione nel mercato russo.

L'andamento delle vendite sul mercato russo (-58,5%) rimane la causa principale che influisce sul risultato del periodo: tale calo è determinato oltre che dall'andamento dei consumi, in maniera significativa dalla penalizzazione dipendente dal rapporto di cambio Dollaro/Euro che si è consolidato negli ultimi 12 mesi.

Oroblù registra una crescita complessiva del 4,8%, grazie al positivo contributo dell'intimo *seamless* (+27%).

Complessivamente sul mercato interno il fatturato netto intercompany della Divisione è in linea con lo stesso periodo del 2002 mentre, per i motivi già descritti, l'andamento dell'export registra un calo del 32,4%.

Divisione Lepel

Il fatturato del primo trimestre 2003 si confronta con un 2002 nel cui mese di marzo si era verificata un'elevata ed anomala concentrazione di consegne della nuova collezione Belseno.

Il primo trimestre del 2003 è stato caratterizzato da un buon risultato di vendita del prodotto Belseno in una speciale confezione promozionale destinata alla consumatrice, dal positivo sviluppo della fornitura di marca privata ad un'importante catena nazionale della grande distribuzione nonché da un'ottima accettazione della presentazione dell'innovativo prodotto Revolution (sempre a marchio Lepel).

Complessivamente il portafoglio ordini alla fine del trimestre si presenta superiore del 19% ed il fatturato registra una crescita del 0,9%, rendendo realistico l'obiettivo di crescita del 2003 a tassi analoghi al 2002.

b) Gruppo Le Bourget

Le Bourget, il cui fatturato oggi è primariamente realizzato nella calzetteria, ha registrato nel primo trimestre un calo di fatturato netto intercompany del 9,6%.

Tale perdita dipende totalmente dal mancato rinnovo di contratti di fornitura di *Private labels* a catene della grande distribuzione francese.

Il risultato operativo del primo trimestre 2003, pari a 0,44 milioni di Euro, è sostanzialmente in linea con il corrispondente periodo dell'esercizio precedente nonostante la riduzione di fatturato, in quanto il mix di vendita, maggiormente concentrato sul proprio marchio, garantisce una più elevata marginalità.

c) Sanpellegrino Polska

Sanpellegrino Polska presenta un fatturato, al netto delle vendite intercompany, di 0,95 milioni di Euro, in calo del 27,0% rispetto al pari periodo del 2002. Tale risultato è dovuto all'effetto combinato del generalizzato calo della domanda sul mercato polacco e su quelli limitrofi, unitamente al deprezzamento subito dallo Zloty nel periodo considerato.

L'incidenza del margine lordo sui ricavi è passata dal 23,1% del primo trimestre del 2002 al 17,9% a causa principalmente del minore assorbimento dei costi fissi dovuta al sopracitato calo delle vendite ed allo spostamento del mix di vendite verso prodotti a minore marginalità.

Prospettive

Ad oggi non giungono ancora segnali positivi dal mercato che facciano prevedere un'imminente significativa ripresa dei consumi. CSP in questo contesto ha come obiettivo la difesa delle quote di mercato dei propri marchi nei mercati storici e la crescita in quelli nuovi.

Per raggiungere questi obiettivi sul mercato italiano CSP sta aumentando la propria copertura distributiva di tutte le merceologie sia in grande distribuzione che all'ingrosso e contestualmente anche la propria pressione promozionale.

Nel contempo, già nel mese di aprile, sono stati stanziati importanti investimenti in comunicazione televisiva a sostegno del lancio dell'innovativa linea di corsetteria prestazionale Lepel Revolution.

Sul mercato russo, con l'obiettivo di recuperare parte dei volumi fin qui persi, si stanno ricercando alternative distributive più potenziali da affiancare alle attuali.

Sul mercato francese, con la marca Le Bourget, si sta operando nella direzione di aumentare la profondità degli assortimenti trattati sia in grande distribuzione che al dettaglio. Un ulteriore contributo al fatturato è atteso dal lancio nel canale dettaglio della prima collezione di corsetteria a marchio Le Bourget, attualmente in fase di presentazione alla clientela, che permetterà anche di dare maggiore dinamismo all'immagine della marca.

Sul fronte dei prodotti *seamless* prosegue l'attività di innovazione e di diversificazione: un ruolo importante in questa direzione è rappresentato anche dalla presentazione al mercato della nuova collezione di intimo maschile *seamless* in cotone.

Queste azioni unitamente a quelle in programma nei prossimi mesi fanno prevedere un recupero del fatturato complessivo per allinearsi a quello del 2002.

Contemporaneamente sul fronte della razionalizzazione delle attività è in corso l'unificazione delle gamme Sanpellegrino che permetterà di raggiungere più rapidamente gli obiettivi di contenimento delle giacenze, in parte già conseguiti nel primo trimestre.

Ceresara, 12 maggio 2003

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Allegati:

1. Conto Economico riclassificato
2. Stato Patrimoniale riclassificato

Conto Economico Riclassificato
(importi in migliaia di Euro)

	31 marzo 2003	31 marzo 2002	31 dicembre 2002
Ricavi netti	40.682	45.929	158.917
Royalties attive	141	185	602
RICAVI NETTI	40.823	46.114	159.519
COSTO DEL VENDUTO			
Acquisti	10.011	13.377	55.252
Costo del lavoro	4.875	5.154	19.443
Prestazioni di servizi	4.041	3.861	14.516
Ammortamenti	1.778	1.908	7.472
Altri costi	1.930	2.059	7.299
(Aumento) Diminuzione delle rimanenze	3.541	1.628	(4.277)
	26.176	27.987	99.705
MARGINE LORDO	14.647	18.127	59.814
COSTI DI VENDITA, GENERALI ED AMMINISTRATIVI			
Costo del lavoro	3.797	3.885	14.316
Spese pubblicitarie	4.428	2.684	18.551
Provvigioni (**)	1.035	991	3.022
Ammortamenti	1.062	1.160	4.642
Altre spese (**)	3.587	3.589	14.316
	13.909	12.309	54.847
UTILE OPERATIVO	738	5.818	4.967
Oneri (proventi) finanziari, netti	1.010	982	3.958
Svalutazione (rivalutazioni) di partecipazioni	0	0	0
Altri (proventi) e oneri	1.231	12	1.864
	2.241	994	5.822
UTILE PRIMA DELLE IMPOSTE E DI POSTE STRAORDINARIE	(1.503)	4.824	(855)
ONERI E (PROVENTI) STRAORDINARI	3	618	466
UTILE PRIMA DELLE IMPOSTE	(1.506)	4.206	(1.321)
Imposte sul reddito (*)	(*)	(*)	(2.810)
UTILE NETTO DEL PERIODO	(1.506)	4.206	(4.131)
RISULTATO DI PERTINENZA DI TERZI	23	(120)	(88)
UTILE NETTO DI GRUPPO	(1.483)	4.086	(4.219)

(*) i dati al 31 marzo non comprendono le imposte sul reddito.

(**) i dati al 31 marzo 2002 sono stati riclassificati per un importo di 180 migliaia di euro per renderli comparabili con quelli al 31 marzo 2003

Stato Patrimoniale Riclassificato - Attività

(importi in migliaia di Euro)

	31 marzo 2003	31 marzo 2002	31 dicembre 2002
ATTIVITA' CORRENTI			
Cassa e banche	3.232	3.853	777
Crediti verso clienti	56.466	62.790	63.727
Crediti verso società collegate e controllate	100	235	100
Altri crediti	4.249	4.153	5.296
Rimanenze di magazzino	54.233	53.088	58.038
Ratei e risconti attivi	501	609	615
Azioni proprie	2.509	5.907	3.774
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI	121.290	130.635	132.327
IMMOBILIZZAZIONI			
Attività finanziarie:			
Crediti finanziari	321	526	332
Partecipazioni	11	109	11
Totale attività finanziarie	332	635	343
Immobilizzazioni materiali	43.834	48.920	45.740
Immobilizzazioni immateriali	16.303	19.027	16.942
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	60.469	68.582	63.025
TOTALE ATTIVITA'	181.759	199.217	195.352

Stato Patrimoniale Riclassificato - Passività e Patrimonio Netto

(importi in migliaia di Euro)

	31 marzo 2003	31 marzo 2002	31 dicembre 2002
PASSIVITA' CORRENTI			
Debiti verso banche a breve	48.375	43.923	54.741
Quota a breve dei debiti a medio-lungo termine	14.020	12.497	12.805
Debiti commerciali verso terzi	31.010	34.802	35.614
Debiti commerciali verso soc. controll./collegate	0	6	0
Debiti tributari	2.122	2.372	2.161
Altri debiti	6.042	6.904	4.960
Ratei e risconti passivi	519	720	654
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	102.088	101.224	110.935
PASSIVITA' A MEDIO-LUNGO TERMINE			
Finanziamenti a medio lungo-termine, al netto delle quote correnti	14.129	21.883	16.918
Trattamento di fine rapporto	6.928	6.342	6.796
Altri fondi	4.532	4.033	4.845
TOTALE PASSIVITA' A MEDIO LUNGO TERMINE	25.589	32.258	28.559
TOTALE PASSIVITA'	127.677	133.482	139.494
CAPITALE E RISERVE DI TERZI	1.369	1.727	1.528
PATRIMONIO NETTO			
Capitale sociale	12.740	12.740	12.740
Riserva legale	1.359	1.365	1.365
Fondo sovrapprezzo azioni	18.076	18.076	18.076
Altre riserve	22.021	27.741	26.368
Utile netto del periodo (*)	(1.483)	4.086	(4.219)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	52.713	64.008	54.330
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	181.759	199.217	195.352

(*) i dati al 31 marzo non comprendono le imposte sul reddito.

NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI

Criteri di redazione

La presente nota di commento, riferita ai dati del primo trimestre 2003, è stata redatta in conformità alle disposizioni previste dalla normativa in vigore ed è comparata con i dati del corrispondente trimestre dell'esercizio precedente e dell'intero esercizio 2002.

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 2002, 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 2003. 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 31 marzo 2003, che non ha subito variazioni rispetto al 31 dicembre 2002, include le seguenti società:

Denominazione	Sede	% di controllo
CSP International Industria Calze Spa (1)	Via Piubega, 5/c 46040 Ceresara (MN)	Società Capogruppo
Le Bourget S.A.	Rue J.P. Saltiel 02230- Fresnoy Le Grand (F)	99.97%
Le Bourget Benelux (2)	Rue Reigersvliet 1040 Bruxelles (B)	70.56%
BO.MO. Srl (2)	Via San Martino 8/12 Fraz. Borgo Poncarale 25020 Poncarale (BS)	60%
Sanpellegrino Polska Sp. z o.o.	Ul. Lodska, 27 95-050 Konstantynow (Lodz) (PL)	50%

(1) La Capogruppo ha incorporato per fusione, a far data dal 27 gennaio 2003, la Società Lepel S.r.L. già consolidata integralmente al 31 dicembre 2002.

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