

Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 28 agosto 2015

CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP SPA
IL CDA APPROVA LA RELAZIONE INTERMEDIA SULLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2015

- *Il fatturato consolidato del semestre è pari a 49,6 milioni di Euro (53,6 nel 2014)*
- *In calo l'incidenza del margine industriale sul fatturato netto: 44,1% contro 46,1%*
- *Il risultato netto consolidato è negativo per € 2,9 milioni (perdita netta di € 0,2 milioni nel I sem. 2014)*
- *La posizione di cassa del Gruppo è positiva per € 7,8 milioni (€ 11,0 milioni al 30/06/2014)*

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 articoli moda, con i marchi Sanpellegrino, Oroblù, Lepel, Le Bourget, Liberti, Well e Cagi, ha approvato in data odierna la relazione intermedia sulla gestione del Gruppo al 30 giugno 2015.

1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del primo semestre 2015, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto ed in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 49,6 milioni di Euro. Si confronta con 53,6 milioni di Euro. Il decremento è pari al 7,5%;
- il margine industriale (ricavi meno costo del venduto) è pari a 21,9 milioni di Euro. Si confronta con 24,7 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 46,1% al 44,1%;
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte ed ammortamenti) è negativo per 2,2 milioni di Euro. Si confronta con un risultato positivo di 2,0 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 3,8% al - 4,4%;
- l'EBIT (risultato operativo) è negativo per 3,5 milioni di Euro. Si confronta con un EBIT positivo di 0,7 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dall'1,2% al - 7,0%;
- il risultato prima delle imposte è pari a - 3,8 milioni di Euro. Si confronta con un risultato positivo di 0,5 milioni di Euro. L'incidenza passa dallo 0,9% al - 7,6% del fatturato;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le imposte, è negativo per 2,9 milioni di Euro. Si confronta con un risultato negativo di 0,2 milioni di Euro del primo semestre 2014. L'incidenza passa dal - 0,4% al - 5,9% del fatturato;
- la posizione finanziaria netta è positiva per 7,8 milioni di Euro e si confronta con una posizione positiva di 11,0 milioni del primo semestre dell'anno precedente;
- il patrimonio netto è salito da 66,4 a 67,0 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati

I risultati del primo semestre risentono pesantemente del quadro generale dei consumi che permane incerto, soprattutto in Italia, dove non si intravedono ancora significativi segni di ripresa e al quale si aggiunge un sensibile ritardo negli approvvigionamenti da parte dei distributori esteri. Il contesto è ulteriormente appesantito dal permanere della forte contrazione dei consumi sul mercato francese in particolare per la nostra merceologia di riferimento, la calzetteria, che ha sensibilmente penalizzato le vendite a marchio Well oltre che quelle di Le Bourget. Il canale ingrosso italiano manifesta sensibili segnali di difficoltà, mentre a livello internazionale i distributori stanno attuando un approccio agli ordinativi molto cauto. In Russia permangono pesanti ripercussioni sul mercato interno a livello distributivo e di consumi.

In tale contesto si è ulteriormente accentuato il calo di fatturato rispetto al primo trimestre, - 7,5% rispetto al -4,6%. Inevitabili le ripercussioni a livello di margine industriale, che perde circa due punti di incidenza percentuale sul

fatturato, che combinato ad una spesa promo-pubblicitaria in incremento di circa 700 mila Euro, porta ad un EBIT negativo di circa 3,5 milioni.

Gli indicatori di marginalità intermedi soffrono inoltre del venir meno di proventi non ricorrenti, relativi alla cessione di macchinari, e maggiori oneri finanziari principalmente legati all'andamento sfavorevole del cambio nei confronti del dollaro.

Stagionalmente caratterizzato da risultati negativi, il primo semestre di quest'anno risulta pertanto particolarmente penalizzato dalla sensibile contrazione del fatturato che non consente l'assorbimento dei costi fissi e unitamente ai fattori sopra richiamati ha generato una perdita netta di 2,9 milioni, rispetto alla perdita di 0,2 milioni del primo semestre 2014.

La posizione finanziaria netta (cassa) si assesta sui 7,8 milioni di Euro, in calo di circa 3,3 milioni di Euro rispetto al primo semestre 2014, principalmente a causa del minor *cash flow* generato a seguito della contrazione del fatturato.

3. Risultati buy back

Il totale dei titoli posseduti al 30 giugno 2015 è pari a n. 1.000.000 azioni (pari al 3% del totale) per un costo di acquisto di 888.084 Euro. Nel periodo in esame non sono state acquistate azioni proprie.

4. Eventi successivi alla chiusura del semestre

Non vi sono eventi significativi da segnalare verificatisi dopo la chiusura del semestre.

5. Evoluzione prevedibile della gestione

Il perdurare della debolezza dei consumi sui mercati di riferimento francesi, la situazione di debolezza dei canali tradizionali italiani e il ritardo di approvvigionamento dei distribuiti esteri hanno oltremodo penalizzato i conti del primo semestre, caratterizzato comunque da una pressione promo-pubblicitaria e da investimenti distributivi in aumento, finalizzati alla valorizzazione dei marchi e mercati a più alta marginalità e potenzialità.

Le azioni intraprese dovrebbero manifestare i loro effetti a partire dalle vendite dell'autunno-inverno che speriamo possa presentare condizioni climatiche più favorevoli rispetto a quelle straordinariamente inusuali dell'autunno precedente. Il prosieguo dell'esercizio non si mostra comunque privo di ulteriori incertezze e di fattori di rischio che potrebbero penalizzare e/o ritardare l'ottenimento degli auspicati ritorni in termini di vendite e profittabilità derivanti dall'implementazione delle azioni di cambiamento in corso.

Il Gruppo non cesserà comunque di reagire alle avverse condizioni di mercato, cercando di migliorare la proposta di collezioni dei marchi dedicati al canale del dettaglio specializzato e intensificando gli sforzi di razionalizzazione della struttura distributiva e gli investimenti marketing per agevolare la ripresa e l'espansione in particolare sul mercato tedesco.

Siamo purtroppo in una fase caratterizzata da scenari di mercato e da fattori congiunturali non tutti rientranti nella sfera di controllo del Gruppo che non consentono quindi la formulazione di previsioni attendibili.

Considerata la pressione sulla marginalità esercitata dalla riduzione dei ricavi, verranno attuate decise manovre di contenimento e razionalizzazione dei costi; parte dei risparmi generati continueranno comunque ad essere investiti nello sviluppo prodotto, nel marketing e nell'ottimizzazione della struttura commerciale in modo da poterne cogliere i benefici non appena le condizioni economiche generali consentiranno un'auspicabile ripresa dei consumi.

L'andamento dei mercati di riferimento ed i conseguenti risultati raggiunti nel primo semestre 2015 hanno decisamente deluso le nostre aspettative, ma costituiscono uno stimolo per ricercare con rinnovata intensità tutte le potenzialità ancora inesprese per i nostri marchi e accelerare la fase di razionalizzazione ed efficientamento della nostra struttura distributiva.

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 nella presente relazione 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 rischiosità ed 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 la Relazione Finanziaria Semestrale – comprendente il bilancio semestrale abbreviato al 30.06.2015, la relazione intermedia sulla gestione e l'attestazione prevista dall'art. 154 bis comma 5 del T.U.F. - è stata depositata presso la sede sociale e presso la sede di Borsa Italiana S.p.A. per la consegna a chiunque ne faccia richiesta. Sarà inoltre disponibile entro oggi nella sezione IR del sito internet della Società: www.cspinternational.net nella sezione IR / Bilanci e Prospetti e nel meccanismo di stoccaggio autorizzato denominato 1Info all'indirizzo www.1info.it

Indicatori di risultato

Per facilitare la comprensione dei propri dati economici e patrimoniali, CSP utilizza alcuni indicatori ancora di larga diffusione, seppure non previsti dagli IAS/IFRS.

In particolare nel conto economico sono evidenziati questi indicatori/risultati intermedi: Margine industriale, Margine commerciale lordo, Risultato operativo (EBIT), derivanti dalla somma algebrica delle voci che li precedono. A livello patrimoniale considerazioni analoghe valgono per l'indebitamento finanziario netto. Le definizioni degli indicatori utilizzati dalla Società, in quanto non riconducibili ai principi contabili di riferimento, potrebbero non essere omogenee con quelle adottate da altre Società e quindi non comparabili.

Modalità di trasmissione e stoccaggio delle Regulated Information

Per la diffusione e lo stoccaggio delle informazioni regolamentate, CSP International Fashion Group S.p.A. ha scelto di avvalersi del sistema "1Info" (www.1info.it), gestito da Computershare S.p.A., avente sede in Via Lorenzo Mascheroni n. 19, Milano, e autorizzato da Consob.

(*) Stagionalità del business

Il mercato in cui opera il Gruppo CSP è caratterizzato da fenomeni di marcata stagionalità, che comportano una disomogeneità nella distribuzione dei ricavi e dei relativi costi nei diversi mesi dell'anno con conseguenti effetti sui risultati di ciascun trimestre.

In particolare, la fatturazione dei prodotti della stagione Primavera/Estate (che include anche il beachwear), è concentrata nei mesi di gennaio, febbraio e marzo. Il secondo trimestre, che precede l'estate, stagione pressoché priva di consumi di calzetteria, è caratterizzato da fatturati sensibilmente inferiori.

Pertanto, è opportuno ricordare che il conto economico dei primi sei mesi non può essere considerato come quota proporzionale dell'intero esercizio.

GRUPPO CSP

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Attività

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2015	31 dicembre 2014 (*)	30 giugno 2014 (*)
ATTIVITA' NON CORRENTI			
Attività immateriali:			
Avviamento	11.854	11.416	11.416
Altre attività immateriali	6.417	5.855	5.933
Attività materiali:			
Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	17.328	17.646	18.364
Altre attività non correnti:			
Altre partecipazioni	3	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	27	29	28
Attività per imposte anticipate	5.578	4.419	4.846
Totale attività non correnti	41.207	39.373	40.595
ATTIVITA' CORRENTI			
Rimanenze di magazzino	36.704	32.658	36.353
Crediti commerciali	19.236	28.491	16.971
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	4.097	3.036	4.306
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	23.398	27.468	26.919
Totale attività correnti	83.435	91.653	84.549
TOTALE ATTIVITA'	124.642	131.026	125.144

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2015	31 dicembre 2014 (*)	30 giugno 2014 (*)
PATRIMONIO NETTO			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sociale	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	52.780	49.001	49.417
- Riserve di rivalutazione	758	758	758
- Risultato del periodo	(2.915)	5.350	(212)
- meno: Azioni proprie	(888)	(888)	(888)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	67.030	71.516	66.370
PASSIVITA' NON CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:			
- Debiti verso banche	12.353	11.265	12.785
TFR e altri fondi relativi al personale	6.788	6.954	6.383
Fondi per rischi e oneri	1.939	1.722	1.194
Fondo imposte differite	3.081	3.129	3.226
Totale passività non correnti	24.161	23.070	23.588
PASSIVITA' CORRENTI			
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:			
- Debiti verso banche	3.281	3.064	3.099
Debiti commerciali	21.297	21.873	21.170
Debiti vari e altre passività	8.861	11.371	10.623
Debiti per imposte correnti	12	132	294
Totale passività correnti	33.451	36.440	35.186
TOTALE PASSIVITA'	57.612	59.510	58.774
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	124.642	131.026	125.144

(*) Riesposto. Si veda commento alla nota n. 30 delle Note Esplicative

GRUPPO CSP

Conto economico consolidato

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	Semestre al 30 giugno 2015		Semestre al 30 giugno 2014 (*)		Esercizio al 31 dicembre 2014 (*)	
Ricavi	49.594	100,0%	53.601	100,0%	127.033	100,0%
Costo del venduto	(27.733)	-55,9%	(28.892)	-53,9%	(66.584)	-52,4%
Margine industriale	21.861	44,1%	24.709	46,1%	60.449	47,6%
Spese dirette di vendita	(4.400)	-8,9%	(4.622)	-8,6%	(9.867)	-7,8%
Margine commerciale lordo	17.461	35,2%	20.087	37,5%	50.582	39,8%
Altri ricavi (spese) operativi	504	1,0%	884	1,6%	1.683	1,3%
Spese commerciali e amministrative	(21.449)	-43,2%	(20.310)	-37,9%	(42.948)	-33,8%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	0	0,0%	(115)	-0,1%
Risultato operativo	(3.484)	-7,0%	661	1,2%	9.202	7,3%
Altri proventi (oneri) finanziari	(282)	-0,6%	(179)	-0,3%	(25)	0,0%
Risultato prima delle imposte	(3.766)	-7,6%	482	0,9%	9.177	7,3%
Imposte sul reddito	851	1,7%	(694)	-1,3%	(3.827)	-3,0%
Utile (perdita) netto del Gruppo	(2.915)	-5,9%	(212)	-0,4%	5.350	4,2%

Risultato per azione - base	Euro	(0,088)	(0,006)	0,161
------------------------------------	-------------	----------------	----------------	--------------

Risultato per azione - diluito	Euro	(0,088)	(0,006)	0,161
---------------------------------------	-------------	----------------	----------------	--------------

(*) Riesposto. Si veda commento alla nota n. 30 delle Note Esplicative

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 2014 un fatturato consolidato di 127 milioni di Euro, conta circa 900 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in circa 40 paesi nel mondo. Il 76,6% del fatturato è realizzato all'estero e il 24,9% 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 modalì;
- **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;
- **Well**: il marchio più innovativo di calzetteria e lingerie sul canale moderno francese;
- **Cagi**: marchio storico nel mercato dell'intimo 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** - 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 (49,5 mln di Euro di fatturato, 20% di quota di mercato calzetteria in Francia);
- 2011** - siglato accordo di licenza per il marchio Cagi;
- 2012** - acquisito il marchio Cagi;
- 2013** - start-up delle vendite on-line dei prodotti della Capogruppo con il sito www.myboutique.it
- 2014** - lancio dello shopping on-line Oroblù con il sito www.oro blu.it.

Il Gruppo CSP International ha la missione di produrre e distribuire in tutto il mondo prodotti innovativi della migliore qualità sia nel core business della calzetteria che nell'intimo e costumi da bagno.

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.net