

Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 27 marzo 2017

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP
IL CDA APPROVA IL PROGETTO DI BILANCIO 2016**

- **Fatturato consolidato in crescita del 2,4%, pari a 126,2 milioni di Euro (123,3 milioni nel 2015)**
 - **Utile netto pari a 1,6 milioni di Euro (1,9 nel 2015)**
- **Posizione finanziaria netta del Gruppo positiva per 13,9 milioni di Euro (14,5 nel 2015)**
 - **Proposto dividendo di € 0,04 per azione**

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 il Progetto di Bilancio 2016.

1. Sintesi dei risultati

Riportiamo i dati di sintesi dell'anno 2016, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato, confrontati con l'anno precedente.

- Il fatturato consolidato è pari a 126,2 milioni di Euro. Si confronta con 123,3 milioni di Euro. La variazione è quindi pari a +2,4%.
- Il margine industriale è stato pari a 61,0 milioni di Euro. Si confronta con 58,4 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 47,4% al 48,3%.
- L'EBITDA (risultato prima degli oneri finanziari, delle imposte e degli ammortamenti) è stato pari a 7,2 milioni di Euro. Si confronta con 7,7 milioni di Euro; l'incidenza percentuale passa dal 6,2% al 5,7%.
- L'EBIT (risultato operativo) è stato pari a 4,4 milioni di Euro. Si confronta con 5,0 milioni di Euro. L'incidenza percentuale sul fatturato è del 3,5% rispetto al 4,0%.
- Il risultato pre-tasse è stato pari a 4,3 milioni di Euro, rispetto a 4,6 milioni di Euro dell'esercizio precedente. L'incidenza percentuale è del 3,4% rispetto al 3,7%.
- Il risultato netto di Gruppo dopo le imposte è stato pari a 1,6 milioni di Euro. Si confronta con 1,9 milioni di Euro. L'incidenza è pari all'1,3% rispetto all'1,5%.
- La posizione finanziaria netta verso il sistema bancario è positiva per 13,9 milioni di Euro e si confronta con una posizione positiva di 14,5 milioni, evidenziando una riduzione di 0,6 milioni di Euro.
- Il patrimonio netto consolidato è pari a 71,5 milioni di Euro rispetto a 71,8 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati 2016

Il 2016 è stato un anno di moderata crescita a livello di fatturato per il Gruppo CSP, dopo diversi anni di contrazione. Un esercizio ancora una volta caratterizzato da un contesto macroeconomico non facile e volatile. Anche a livello climatico purtroppo abbiamo assistito ad un autunno dalle temperature mediamente più elevate della media e ciò ha influito in particolare sui consumi dell'ultimo trimestre. Nonostante questi fattori avversi, le marche del Gruppo, in particolare Well e Oroblù, hanno guidato la crescita del fatturato guadagnando quote di mercato nei rispettivi segmenti. Questo è anche il risultato di una precisa scelta di intensificazione degli investimenti marketing a livello di tutte le società del Gruppo.

I risultati dell'intero esercizio, nonostante l'incremento di fatturato pari al 2,4% ed una marginalità industriale in incremento di circa un punto percentuale, risentono della citata intensificazione degli investimenti promo pubblicitari e delle consistenti azioni di rilancio dei brand e di riorganizzazione commerciale attuate nel periodo in esame.

L'EBIT del Gruppo è stato pari a 4,4 milioni di Euro, che si confronta con i 5 milioni del 2015, e risulta particolarmente influenzato da una spesa promo-pubblicitaria in incremento di 1,7 milioni di Euro e costi di ristrutturazione relativi al personale per 0,16 milioni di Euro.

L'esercizio 2016 si chiude con un utile netto pari a 1,6 milioni di Euro che si confronta con l'utile di 1,9 milioni dell'esercizio precedente.

Rimane solida la posizione finanziaria netta che si attesta sui 13,9 milioni di Euro di cassa, in leggero decremento rispetto all'esercizio precedente (nel 2015 era pari a 14,5 milioni di Euro).

3. Andamento delle società del Gruppo

3.1. Capogruppo

La Capogruppo ha realizzato un fatturato pari a 58,7 milioni di Euro, con un incremento del 4,5% rispetto al fatturato di 56,2 milioni di Euro del 2015.

Il fatturato, al netto delle vendite intercompany, è passato da 40,7 a 41,8 milioni di Euro, con un incremento del 2,7%.

La Capogruppo ha riportato, grazie anche ai dividendi di 4,2 milioni di Euro percepiti dalla controllata francese, un utile dopo le imposte pari a 1,0 milioni di Euro. Si confronta con un utile di 1,3 milioni del 2015. Tale riduzione tiene conto del miglioramento del margine industriale e dei maggiori costi per consulenze (0,7 milioni di Euro), per investimenti pubblicitari (0,7 milioni di Euro) e per provvigioni (0,5 milioni di Euro).

3.2. Csp Paris Fashion Group

La controllata, che opera prevalentemente sul mercato francese con i marchi Le Bourget e Well, ha registrato un fatturato di 82,6 milioni di Euro, in incremento del 2,3% rispetto all'esercizio precedente.

L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti è passata dal 49,8% al 49,5%.

La Società ha conseguito un utile netto dopo le imposte di 5,3 milioni di Euro, rispetto ad un utile di 4,9 milioni di Euro del 2015.

3.3. Orobù USA

La società statunitense ha realizzato nel 2016 un fatturato di 477 mila Euro, con un decremento del 9,1% rispetto al 2015.

Il risultato netto dell'esercizio, nonostante il calo del fatturato, è positivo per 39 mila Euro e si confronta con un utile di 45 mila Euro dell'esercizio precedente grazie principalmente al miglior margine industriale ed al contenimento delle spese di vendita e dei costi di struttura.

3.4. Orobù Germany

Il fatturato della società tedesca risulta pari a 1,8 milioni di Euro, in crescita del 12,5% rispetto al passato esercizio. Tale incremento beneficia degli effetti positivi delle iniziative commerciali/marketing intraprese a partire dalla fine del 2015 e mantenute nel 2016, per il rilancio del brand Orobù sul mercato tedesco.

I margini sono quindi sensibilmente influenzati dagli investimenti commerciali e marketing, dal rafforzamento della struttura commerciale e dalle azioni promo pubblicitarie.

Il risultato netto finale riporta una perdita di 300 mila Euro (che si confronta con una perdita di 185 mila Euro del 2015) e risente inevitabilmente degli investimenti di cui sopra, i cui benefici effetti si realizzeranno nel medio termine.

4. Buy back e azioni proprie

Le Azioni proprie al 31 dicembre 2016 sono costituite da n. 1.000.000 azioni ordinarie acquistate per un costo complessivo di 888 migliaia di Euro; nell'esercizio in esame non sono state acquistate azioni proprie.

Le condizioni di compravendita sono state deliberate dall'Assemblea degli azionisti del 29 aprile 2016 con l'autorizzazione all'acquisto di azioni proprie sui mercati regolamentati secondo le seguenti modalità:

- termine il 29 ottobre 2017 o comunque al raggiungimento di n. 6.651.865 azioni corrispondenti al 20% del capitale sociale;
- prezzo per azione compreso tra un minimo pari al valore nominale di Euro 0,52 e un massimo pari a Euro 3,00.

Si informa altresì che nel caso in cui si procedesse all'alienazione delle azioni, le modalità di rivendita sarebbero le seguenti:

- il prezzo minimo sarà pari a Euro 0,52;
- il prezzo massimo sarà pari a Euro 5,00;
- l'eventuale vendita delle azioni potrà essere effettuata sia a listino di Borsa che con *private placement*;
- le azioni proprie potranno essere altresì oggetto di permuta e/o scambio di partecipazione.

Alla data dell'odierno Consiglio di Amministrazione non vi sono state variazioni rispetto al 31 dicembre 2016.

Si segnala inoltre che il Consiglio di Amministrazione della Società richiederà all'Assemblea dei soci del 28 aprile 2017 di rinnovare l'autorizzazione all'acquisto e all'eventuale rivendita delle azioni proprie.

5. Altre delibere del Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione ha approvato

- la Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari 2017 (relativa all'esercizio 2016);
- la Relazione sulla remunerazione 2016 prevista dall'art. 123-ter del D. Lgs. 58/98, che sarà sottoposta all'approvazione dell'Assemblea.

6. Eventi successivi alla chiusura dell'esercizio ed evoluzione prevedibile della gestione

I ricavi del Gruppo nel 2016 tornano a crescere dopo anni di costante contrazione dei mercati di riferimento e, di riflesso, delle vendite dei nostri marchi; contrazione peraltro influenzata da rischi ed incertezze dipendenti da molteplici fattori congiunturali non tutti inerenti la sfera di controllo del Gruppo.

Tale inversione di tendenza è anche frutto dell'intensificazione degli investimenti promo-pubblicitari attuati dalle società del Gruppo al fine di rivitalizzare l'attenzione dei consumatori in un contesto macroeconomico ancora sottotono. Interventi che nell'immediato non possono non impattare sulle marginalità.

Le azioni della Capogruppo, in particolare, sono e saranno finalizzate principalmente alla valorizzazione dell'immagine del brand Orobù ed alla razionalizzazione della struttura distributiva sia in Italia che all'estero al fine di internalizzare il valore creato attraverso la crescita di fatturato indotta dalla pressione promo pubblicitaria.

Per gli altri marchi della Capogruppo è proseguita e proseguirà la riorganizzazione commerciale che dovrebbe guidare ad un approccio più efficace ed efficiente ai mercati tradizionali, come l'ingrosso e la Grande distribuzione organizzata.

Nell'ambito del piano di contenimento e razionalizzazione dei costi che porterà alla riorganizzazione dell'intera struttura aziendale, con l'obiettivo di riequilibrare l'intero complesso aziendale rispetto ai livelli di domanda attesa del mercato e rilanciare la competitività dell'intero Gruppo, si segnala che il 31 marzo 2017 scadrà il contratto di solidarietà attivato a decorrere dal 3 ottobre 2016, che ha interessato i dipendenti della Capogruppo.

La procedura di solidarietà è stata attivata con accordo sindacale del 30 agosto 2016 sulla base di un esubero stimato nell'ordine di 90 unità, comprensive anche delle uscite volontarie che parzialmente hanno già impattato, a livello di costi di ristrutturazione, il risultato del presente esercizio.

Attualmente la Società e le rappresentanze sindacali sono impegnate nella definizione degli esuberi residui.

Il Gruppo sta proseguendo nella costante ricerca di miglioramento della notorietà dei propri marchi e della proposta di collezioni dedicate al canale del dettaglio specializzato anche attraverso lo sviluppo di un proprio format di retail monomarca Orobù e Le Bourget Paris, attualmente in fase di implementazione. Ciò al fine di meglio intercettare i bisogni dei consumatori finali, massimizzando la capacità innovativa che il Gruppo ha dimostrato di possedere nel corso degli anni.

Il Gruppo sta inoltre intensificando gli sforzi di razionalizzazione della struttura distributiva, attraverso formule che tendono ad accorciare la catena distributiva, assicurando maggior controllo sugli assortimenti e sulle relative rotazioni e non ultimo, di efficientare gli investimenti marketing per favorire la ripresa e l'espansione nei mercati con potenziale ancora inespresso.

Il contesto esterno rimane comunque sfidante e estremamente volatile e non privo di ulteriori incertezze e di fattori di rischio che potrebbero penalizzare e/o ritardare l'ottenimento degli attesi ritorni in termini di vendite e profittabilità derivanti dall'implementazione delle azioni di cambiamento in corso sopra descritte, che impatteranno sensibilmente sui costi di struttura e di conseguenza sui margini nel breve/medio periodo, mentre gli auspicabili effetti in termini di vendite e profittabilità saranno visibili nel medio/lungo termine.

Il processo di riorganizzazione e razionalizzazione, di per sé oneroso ed impegnativo, avviene in un contesto di mercato sfavorevole, ma ciò non costituirà un freno agli sforzi avviati dal Gruppo che ritiene tale processo imprescindibile per assicurarsi la possibilità di affrontare al meglio lo scenario altamente competitivo e cogliere le opportunità per consolidare ed accrescere la propria posizione non appena le condizioni economiche generali diverranno più favorevoli.

7. Proposta di distribuzione dividendo

Il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo CSP International Fashion Group S.p.A. propone la destinazione del risultato dell'esercizio in conformità alla proposta che segue:

Utile dell'esercizio civilistico	Euro	887.537,73
5% Riserva legale	Euro	44.376,89
Utile da distribuire	Euro	843.160,84

Tenuto conto del risultato conseguito e delle implementazioni delle azioni di cambiamento in corso, considerata la volontà di mantenere comunque una continuità di distribuzione dei dividendi, il Presidente propone la corresponsione di un dividendo unitario di 0,04 Euro per azione (al lordo delle eventuali ritenute di legge), pari a complessivi 1.330.373,12 Euro, così suddivisi:

Utile da distribuire	Euro	843.160,84
Utilizzo Riserva utili non distribuiti	Euro	487.212,28

Lo stacco della cedola numero 17 avverrà il 5 giugno 2017, con record date il 6 giugno 2017 e pagamento il 7 giugno 2017.

Tale proposta sarà sottoposta all'approvazione dell'Assemblea Ordinaria dei Soci, convocata per il prossimo 28 aprile, alle ore 9,00 presso la sede sociale, ed in seconda convocazione per il 2 maggio 2017, stesso luogo ed ora.

8. Assemblea ordinaria degli Azionisti

L'avviso di convocazione dell'Assemblea ordinaria degli Azionisti è stato pubblicato in data 17 marzo 2017 sul quotidiano "Il Giornale", ed è consultabile nella sezione IR del sito www.cspinternational.it e nel meccanismo di stoccaggio autorizzato denominato 1Info all'indirizzo www.1info.it.

Nella stessa data è stata messa a disposizione del pubblico con le stesse modalità anche la Relazione illustrativa degli amministratori sulle materie poste all'ordine del giorno dell'Assemblea, che risulta così composto:

1. Esame del bilancio di esercizio di CSP International Fashion Group S.p.A. al 31/12/2016, del bilancio consolidato del Gruppo CSP, della relazione sulla gestione, del collegio sindacale, della società di revisione; deliberazioni conseguenti.

2. Relazione sulla remunerazione ai sensi dell'art. 123 ter del TUF 58/98; deliberazioni conseguenti.
3. Nomina di un Amministratore ai sensi dell'art. 2386, comma 1, del codice civile.
4. Acquisto di azioni proprie da parte di CSP International Fashion Group S.p.A. con relativa autorizzazione per l'alienazione, permuta e/o scambio di partecipazione di azioni proprie.

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 Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel progetto di Bilancio 2016 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 ad una molteplicità di fattori.

Diffusione e stoccaggio informazioni regolamentate

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.

Deposito Relazioni

Si rende noto che il progetto di bilancio 2016 del Gruppo, la relazione annuale di "Corporate Governance, la Relazione sulla remunerazione 2016 ai sensi dell'art. 123 ter del TUF 58/98 e deliberazioni conseguenti, verranno messe a disposizione del pubblico presso la sede sociale, nonché presso Borsa Italiana S.p.A. e presso il sistema di stoccaggio accreditato 1INFO (www.1info.it), nei termini di legge ed in ogni caso entro e non oltre il giorno 6 aprile 2017. Da tale data saranno altresì consultabili sul sito internet della Società : www.cspinternational.it, nell'area Investor Relations, sezioni "Bilanci e Prospetti" e "Corporate Governance".

Schemi di bilancio e schemi riclassificati

In allegato i dati di conto economico e stato patrimoniale.

Si precisa che i dati di bilancio relativi all'esercizio 2016 riportati nel presente comunicato sono ancora 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>	31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
ATTIVITA' NON CORRENTI		
Attività immateriali:		
- Avviamento	11.854	11.854
- Altre attività immateriali	7.091	7.079
Attività materiali:		
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	16.780	16.994
Altre attività non correnti:		
Altre partecipazioni	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	47	27
Attività per imposte anticipate	4.515	4.572
Totale attività non correnti	40.295	40.534
ATTIVITA' CORRENTI		
Rimanenze di magazzino	34.610	31.918
Crediti commerciali	27.745	29.618
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.943	3.236
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	32.581	28.462
Totale attività correnti	97.879	93.234
TOTALE ATTIVITA'	138.174	133.768

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 dicembre 2016	31 dicembre 2015
PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:		
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295
- Altre riserve	52.731	52.760
- Riserve di rivalutazione	758	758
- Risultato del periodo	1.615	1.884
meno: Azioni proprie	(888)	(888)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	71.511	71.809
PASSIVITA' NON CORRENTI		
Debiti verso banche oltre 12 mesi	13.805	10.714
TFR e altri fondi relativi al personale	7.155	6.850
Fondi per rischi e oneri	2.229	2.213
Fondo imposte differite	2.653	2.939
Totale passività non correnti	25.842	22.716
PASSIVITA' CORRENTI		
Debiti verso banche entro 12 mesi	4.909	3.290
Debiti commerciali	27.191	26.307
Debiti vari e altre passività	8.709	9.634
Debiti per imposte correnti	12	12
Totale passività correnti	40.821	39.243
TOTALE PASSIVITA'	66.663	61.959
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	138.174	133.768

Conto economico consolidato

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Esercizio al 31 dicembre 2016		Esercizio al 31 dicembre 2015	
Ricavi	126.247	100,0%	123.331	100,0%
Costo del venduto	(65.277)	-51,7%	(64.925)	-52,6%
Margine Industriale	60.970	48,3%	58.406	47,4%
Spese dirette di vendita	(9.901)	-7,8%	(9.521)	-7,7%
Margine commerciale lordo	51.069	40,5%	48.885	39,6%
Altri ricavi operativi netti	1.321	1,0%	838	0,7%
Spese commerciali e amministrative	(47.796)	-37,9%	(44.759)	-36,3%
Costi di ristrutturazione	(156)	-0,1%	(6)	0,0%
Risultato operativo (EBIT)	4.438	3,5%	4.958	4,0%
Altri proventi non operativi	0	0,0%	0	0,0%
Altri oneri finanziari netti	(170)	-0,1%	(392)	-0,3%
Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio	4.268	3,4%	4.566	3,7%
Imposte sul reddito	(2.653)	-2,1%	(2.682)	-2,2%
Utile netto del Gruppo	1.615	1,3%	1.884	1,5%

Risultato per azione - base	Euro	0,049	0,057
Risultato per azione - diluito	Euro	0,049	0,057

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 2016 un fatturato consolidato di 126,2 milioni di Euro, conta circa 800 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in circa 40 paesi nel mondo. Il 76,3% del fatturato è realizzato all'estero e il 28% in merceologie diversificate, diverse dai collant.

I suoi marchi si rivolgono a diversi target del mercato:

- **Sanpellegrino:** il marchio storico della calzetteria, 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;
- **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.oroblu.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.oroblu.it
- 2015** - acquisizione della società Oroblù Germany GmbH, distributrice dei prodotti Oroblù sul mercato tedesco.

Il Gruppo CSP International ha la missione di produrre e distribuire in tutto il mondo calze, intimo, costumi da bagno innovativi e abbigliamento della migliore qualità. Ricerca, innovazione tecnologica e design sono alla base di tutta la sua produzione.

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