

Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 9 marzo 2018

## **APPROVATI DAL CDA I DATI PRELIMINARI DI VENDITA DELL'ESERCIZIO 2017**

**I ricavi del Gruppo ammontano a 127,3 milioni €: +0,9% (126,2 milioni nell'esercizio 2016)**

### **Differimento del termine di approvazione del Bilancio 2017**

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, Cagi, Perofil e Luna di Seta, ha approvato in data odierna i dati preliminari di vendita relativi all'esercizio 2017.

Il dato di fatturato consolidato è il risultato di un andamento particolarmente sfavorevole dei mercati di riferimento del gruppo, soprattutto in Francia, dove si è registrato un calo dei consumi dell'11,1% a valore (fonte GFK, Grande Distribuzione, calzetteria), controbilanciato dall'inserimento nel perimetro di consolidamento della controllata Perofil Fashion Srl, a partire dal 10 maggio 2017, quale risultato della politica di crescita per linee esterne perseguita dal Gruppo. Il confronto con l'esercizio 2016 va quindi effettuato tenendo conto dell'apporto della neo-acquisita, così da comprendere le consuete determinanti a livello di Marchio, Merceologia e Paese.

**Ricavi netti** – I ricavi netti sono passati da 126,2 a 127,3 milioni di Euro con un incremento dello 0,9% rispetto all'esercizio precedente. Il fatturato dei marchi di Perofil Fashion S.r.l. nei circa sette mesi consolidati è stato pari a 8 milioni di Euro.

Nel 2017 il fatturato della calzetteria ha registrato un decremento di 8,0 milioni di Euro (-8,8%) rispetto all'esercizio precedente; l'incidenza della merceologia sul fatturato totale è passata dal 72,0% al 65,2%. Il decremento è principalmente dovuto alla sensibile contrazione delle vendite sul mercato francese.

Le vendite di corsetteria, che comprendono anche i costumi da bagno, passano da 24,2 a 26,9 milioni di Euro, registrando un aumento dell'11,1%.

I prodotti di maglieria e intimo hanno registrato nel periodo in esame una crescita del 57,2%, passando da 11,1 a 17,5 milioni di Euro di fatturato. L'incremento è dovuto principalmente al fatturato di Perofil, pari a 5,8 milioni per la merceologia intimo e maglieria.

Le vendite per marchio del periodo in esame hanno evidenziato un andamento positivo per i marchi Oroblù (+2,8%) e Lepel (+7,9%).

Well, che rappresenta il primo marchio per volumi di vendita del Gruppo, ha evidenziato un decremento delle vendite pari al -8,0%, passando da 51,2 milioni di Euro a 47,1 milioni di Euro.

Le Bourget, l'altro marchio del Gruppo che opera sul mercato francese, ha registrato un decremento del -10%, passando da 26,8 a 24,1 milioni di fatturato. Anche le marche private sono passate da 5,9 a 5,4 milioni di Euro (-9,0%).

Sanpellegrino ha rilevato un fatturato di 5,6 milioni di Euro - in diminuzione del 9,5% - mentre il marchio Cagi è diminuito del 4,5%.

Le vendite del marchio Liberti sono rimaste invece in linea con l'esercizio precedente.

Il fatturato dei marchi di Perofil Fashion Srl, relativo a 7 mesi di vendita, è pari a 5,4 milioni di Euro per il marchio Perofil, a 1,4 milioni di Euro per il marchio Luna di Seta ed a 1 milione di Euro per il marchio Bikkembergs in licenza.

Per quanto riguarda i ricavi per area geografica, in Italia si registra un incremento del 22,1% rispetto al 2016, passando da 29,9 a 36,6 milioni di Euro. In questa area i marchi di Perofil hanno rappresentato un valore di circa 6,7 milioni di Euro.

I ricavi in Francia, primo mercato per importanza nell'ambito del Gruppo, sono pari a 73,1 milioni di Euro ed evidenziano un decremento dell'8,9% rispetto all'esercizio precedente.

In Germania il fatturato registra un incremento del 18,4%, passando da 1,8 a 2,1 milioni di Euro.

Nell'Europa dell'Ovest il fatturato passa da 10,9 a 11,5 milioni di Euro (+5,7%), mentre nell'Europa dell'Est da 1,1 a 1,6 milioni di Euro (+41,7%).

Negli Stati Uniti i ricavi ammontano a 0,5 milioni di Euro (-13,2%), mentre nel resto del mondo si rileva un fatturato di 1,9 milioni di Euro, con un incremento del 16,4%.

Le procedure di integrazione e di consolidamento risultanti dalla recente fusione, divenuta efficace dal 1 marzo 2018, hanno indotto il CdA ad avvalersi della facoltà prevista dallo statuto di differire i termini per l'approvazione del bilancio di esercizio oltre i canonici 120 giorni.

Il Consiglio di amministrazione ha pertanto deliberato di rinviare l'approvazione del progetto di bilancio 2017 al 26 aprile 2017 con conseguente variazione del calendario degli eventi societari in precedenza comunicati che verranno formalizzati con separato comunicato.

## 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 2017 un fatturato consolidato di 127,3 milioni di Euro, conta circa 750 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 italiana, con attenzione alla qualità al giusto prezzo;
- **Oroblù**: il marchio italiano più internazionale e cosmopolita, nel mercato donna alto di gamma;
- **Le Bourget**: il marchio più prestigioso della calzetteria francese, ispirato allo chic parigino e ai trend della moda;
- **Lepel**: marchio leader della corsetteria in Italia, offre comfort ed eleganza al prezzo più favorevole;
- **Liberti**: lo specialista in costumi di gamma elevata dalla vestibilità anche per donne "curvy";
- **Well**: il marchio più innovativo e prestazionale di calzetteria e lingerie sul canale moderno francese;
- **Cagi**: dal 1925 il marchio tradizionale dell'intimo maschile che veste uomini di tutte le età;
- **Perofil**: prestigioso marchio nel mercato dell'intimo maschile di alta gamma;
- **Luna di Seta**: lingerie femminile di alto livello in filati pregiati.

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](http://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](http://www.myboutique.it)
- 2014** - lancio dello shopping on-line Oroblù con il sito [www.oro blu.com](http://www.oro blu.com)
- 2015** - acquisizione della società Oroblù Germany GmbH, distributrice dei prodotti Oroblù sul mercato tedesco;
- 2017** - acquisizione di Perofil Fashion Srl con i marchi di proprietà Perofil e Luna di Seta e Bikkembergs in licenza;
- 2018** - fusione per incorporazione di Perofil Fashion Srl in CSP International.

Il Gruppo CSP International ha la missione di produrre e distribuire in tutto il mondo calze, intimo, costumi da bagno e abbigliamento dai capi e materiali innovativi e della migliore qualità. Ricerca, innovazione tecnologica e stilistica 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](mailto:info.investors@cspinternational.it)

Il Comunicato è presente sul sito Internet [www.cspinternational.it](http://www.cspinternational.it)