

Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 24 settembre 2018

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP SPA**  
**IL CDA APPROVA LA RELAZIONE INTERMEDIA SULLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2018**

- **Fatturato consolidato del semestre: 48,6 milioni di Euro vs. 48,3 nel 2017**  
**(+0,6% grazie al consolidamento del fatturato Perofil per l'intero semestre);**
- **Incidenza del margine industriale sul fatturato netto: 41,2 % vs. 41,8% nel primo semestre 2017**
- **Risultato netto negativo di 4,4 milioni di Euro (perdita netta di € 3,8 milioni nel I sem. 2017)**
- **Migliora la posizione finanziaria netta: positiva per € 5,7 milioni (1,4 milioni al 30/06/2017)**

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 la relazione intermedia sulla gestione del Gruppo al 30 giugno 2018.

### **1. Risultati salienti**

Riportiamo i dati di sintesi del primo semestre 2018, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto ed in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 48,6 milioni di Euro. Si confronta con 48,3 milioni di Euro. L'incremento è pari allo 0,6%;
- il margine industriale (ricavi meno costo del venduto) è pari a 20,0 milioni di Euro. Si confronta con 20,2 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 41,8% al 41,2%;
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte ed ammortamenti) è negativo per 3,0 milioni di Euro. Si confronta con un risultato negativo di 2,4 milioni di Euro del primo semestre 2017. L'incidenza sul fatturato passa dal -4,9% al -6,1%;
- l'EBIT (risultato operativo) è negativo per 4,7 milioni di Euro. Si confronta con un EBIT negativo di 3,8 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal -7,9% al -9,6%;
- il risultato prima delle imposte è negativo per 4,7 milioni di Euro. Si confronta con un risultato negativo di 4,2 milioni di Euro. L'incidenza passa dal -8,6% al -9,6% del fatturato;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le imposte, è negativo per 4,4 milioni di Euro. Si confronta con un risultato negativo di 3,8 milioni di Euro del primo semestre 2017. L'incidenza passa dal -7,9% al -9,1% del fatturato;
- la posizione finanziaria netta è positiva per 5,7 milioni di Euro e si confronta con una posizione positiva di 1,4 milioni del primo semestre dell'anno precedente.
- il patrimonio netto è sceso da 66,4 a 65,4 milioni di Euro.

### **2. Capogruppo e Controllate**

#### 2.1. Capogruppo

Nel primo semestre 2018 la Capogruppo ha registrato un fatturato pari a 28,7 milioni di Euro. Si confronta con un fatturato di 25,6 milioni di Euro del primo semestre 2017. L'incremento è pari a 12,1% ed è principalmente collegato all'operazione di fusione per incorporazione della società Perofil Fashion S.r.l..

Il fatturato, al netto delle vendite intercompany, è passato da 20,5 a 23,9 milioni di Euro, con un aumento del 16,6%.

La Capogruppo ha riportato, grazie ai dividendi di 4,2 milioni di Euro percepiti dalla controllata francese (stabili rispetto all'esercizio precedente), un utile dopo le imposte pari a 0,5 milioni di Euro, rispetto a 2,4

milioni di Euro del primo semestre 2017. Il minor utile è dovuto principalmente al maggior costo del venduto e alle maggiori spese commerciali e amministrative per effetto dell'operazione di fusione.

#### 2.2. Csp Paris Fashion Group S.A.S.

La controllata, che opera prevalentemente sul mercato francese con i marchi Le Bourget e Well, ha registrato un fatturato di 23,9 milioni di Euro, in diminuzione del 7,0% rispetto al primo semestre del 2017 (25,7 milioni di Euro).

L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti passa dal 42,2% al 43,6%.

La Società ha registrato una perdita di 0,7 milioni di Euro, rispetto alla perdita di 1,5 milioni di Euro del primo semestre 2017.

#### 2.3. Oroblù Germany GmbH

Il fatturato della società tedesca risulta pari a 758 mila Euro, in decremento del 2,6% rispetto al precedente esercizio.

Il risultato netto finale riporta una perdita di 7 mila Euro, che si confronta con una perdita di 38 mila Euro del primo semestre 2017, grazie principalmente al miglior margine industriale.

#### 2.4. Oroblu USA LLC

La società statunitense ha realizzato nel primo semestre 2018 un fatturato di 172 mila Euro, con un decremento del 18,9% rispetto ai 212 mila Euro dello stesso periodo del 2017 (-9,3% a tassi di cambio costanti).

Il risultato netto presenta un utile di 2 mila Euro rispetto all'utile di 5 mila Euro del primo semestre del 2017.

### **3. Risultati buy back**

Il totale dei titoli posseduti al 30 giugno 2018 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 e prospettive a breve-medio termine**

Il primo semestre 2018 è stato contraddistinto da un contesto nazionale ed internazionale attraversato da fattori di incertezza e di forte instabilità geopolitica; le dinamiche dei consumi, ancora sensibilmente in contrazione per le merceologie core in Italia ma soprattutto in Francia, hanno fortemente inciso sui risultati del Gruppo ed in particolare della Capogruppo, che sconta anche le attività di integrazione della neo acquisita Perofil Fashion S.r.l..

Nel primo semestre i mercati di riferimento risentono in Francia di una contrazione dei consumi di circa il 13,6% (Fonte GfK- canale Iper e supermercati) dopo che il 2017 si era chiuso con un meno 11% a valore, anche a causa dello spostamento dei consumi a vantaggio delle catene retail e a discapito del canale Iper e supermercati, dove sono principalmente distribuiti i nostri prodotti. La Capogruppo soffre, invece, di un canale dettaglio multimarca caratterizzato da consumi in netto calo e da comportamenti d'acquisto che hanno particolarmente inciso sulle componenti continuative delle collezioni proposte, oltre ad una dinamica distributiva che vede la progressiva riduzione dei punti vendita multimarca in grado di affrontare le nuove tendenze di consumo, che evidenziano comportamenti di spesa ormai strutturalmente modificati e sempre più attratti dalle vendite online.

Infine le condizioni meteorologiche non particolarmente favorevoli hanno ritardato la partenza della stagione primaverile, andando ad incidere sul sell out delle collezioni modali.

Il fatturato del primo semestre è sostanzialmente in linea con quello dello scorso esercizio, grazie all'apporto del fatturato dei marchi relativi all'acquisizione di Perofil (per la maggior parte non presenti lo scorso anno, essendosi perfezionata l'acquisizione al 10 maggio), che peraltro risentono, essendo principalmente concentrati sul mercato italiano, della cronica difficoltà del trade e della dinamica negativa dei consumi, sempre più orientati su prodotti offerti a prezzi fortemente scontati e di qualità inferiore.

Al contempo gli altri marchi del Gruppo hanno subito significative contrazioni che hanno quasi del tutto sterilizzato l'incremento di fatturato relativo all'acquisizione.

Questi fattori hanno ovviamente influito negativamente sul livello di EBIT dei primi sei mesi, che è stato comunque influenzato, soprattutto a livello della Capogruppo, da consistenti investimenti in comunicazione e marketing, precedentemente pianificati, ed indirizzati alla valorizzazione dell'immagine dei propri brand in una visione fortemente orientata ai bisogni del consumatore.

Un percorso che necessita di tempo, di investimenti organizzativi, promo/pubblicitari e distributivi tesi a rafforzare la nuova visione strategica dei brand e a stimolare un trade che ne possa supportare la sostenibilità. Il mercato purtroppo, a causa del contesto sopra descritto, pare non aver ancora risposto a questi stimoli.

Lo sforzo della Capogruppo, teso al riequilibrio della struttura dei costi della sede di Ceresara ed all'integrazione della nuova struttura di Bergamo, si è scontrato con una forte contrazione delle vendite a marchio sia in Italia che all'estero, dopo aver dato alcuni segnali di ripresa nel corso del passato esercizio, e con il protrarsi della forte contrazione del mercato di riferimento della calzetteria francese che ha causato sensibili ripercussioni sulla marginalità della Capogruppo in relazione alle produzioni intercompany realizzate nello stabilimento di Ceresara.

Nonostante tutto, le manovre contingenti di contenimento dei costi fino ad oggi attuate sono riuscite ad attenuare gli effetti negativi degli eventi sopra descritti a livello di EBIT, che nel semestre registra un calo di circa 0,8 milioni di Euro,

e grazie ad una dinamica di costi finanziari più favorevole, conduce ad una perdita netta per il semestre di circa 4,4 milioni, in peggioramento di circa 0,6 milioni rispetto allo scorso anno.

In questo contesto di mercato tutt'altro che incoraggiante si evidenzia comunque una posizione finanziaria netta in deciso miglioramento rispetto al 30 giugno 2017 (cassa per 5,7 milioni di Euro contro cassa per 1,4 milioni al 30 Giugno 2017), soprattutto grazie alla dinamica del capitale circolante.

La solidità finanziaria del Gruppo dovrebbe consentire la prosecuzione del processo di riorganizzazione e razionalizzazione che segue la ristrutturazione appena attuata, oltre che l'integrazione della neo-acquista Perofil e lo sfruttamento di tutte le possibili sinergie.

Nel frattempo si segnala che successivamente alla chiusura del semestre, al fine di contenere i costi indotti dai cali di ordinativi della calzetteria, la Capogruppo ha sottoscritto un accordo di cassa integrazione ordinaria della durata di 11 settimane, con decorrenza dal 3 settembre e fino al 17 novembre 2018, che coinvolgerà 112 dipendenti con una riduzione massima dell'orario settimanale pari a 3 giornate lavorative.

Il contesto esterno rimane sfidante ed estremamente volatile e non privo di ulteriori incertezze e di fattori di rischio, che richiederanno l'avvio di un progetto di profonda revisione strategica. Tale processo potrebbe determinare un ridimensionamento o un ritardo nell'ottenimento degli auspicati ritorni in termini di vendite e profittabilità nel breve termine, rimandando agli esercizi successivi i recuperi auspicati.

Siamo pertanto molto cauti nell'esprimere previsioni sull'andamento del secondo semestre, anche perché storicamente influenzato da fattori climatici non prevedibili; in assenza di concreti segnali di ripresa dei consumi sui mercati di riferimento o peggio se si manifestassero ulteriori trend di contrazione, appare molto sfidante riuscire a compensare la flessione di vendite e marginalità già registrata nel primo semestre con conseguenti risultati non in linea con quelli del precedente esercizio.

Nonostante le condizioni di mercato ancora non favorevoli, il Gruppo ritiene che il processo di revisione strategica del business debba costituire un passaggio fondamentale per affrontare al meglio lo scenario altamente competitivo e mutevole, cogliere le opportunità per consolidare ed accrescere la propria posizione e ricercare nuove soluzioni che possano valorizzare le proprie potenzialità.

\*\*\*\*\*

#### **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 nel presente Bilancio consolidato semestrale abbreviato 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 30.06.2018, la relazione intermedia sulla gestione e l'attestazione prevista dall'art. 154 bis comma 5 del T.U.F. - sarà depositata entro il 30 settembre 2018 presso la sede sociale e presso la sede di Borsa Italiana S.p.A. per la consegna a chiunque ne faccia richiesta. Entro tale data sarà inoltre disponibile sul sito internet della Società [www.cspinternational.it](http://www.cspinternational.it) nella sezione IR / Bilanci e Prospetti e nel meccanismo di stoccaggio autorizzato denominato 1Info all'indirizzo [www.1info.it](http://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](http://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 significativi effetti sui risultati di ciascun trimestre.*

*In particolare, per quanto riguarda il primo semestre, occorre considerare che la fatturazione dei prodotti della stagione primavera-estate (che include anche il beachwear), è concentrata nei mesi di gennaio, febbraio e marzo mentre i mesi di aprile, maggio e giugno, che precedono l'estate, stagione pressoché priva di consumi di calzetteria, sono caratterizzati da fatturati sensibilmente inferiori con la conseguenza che l'intero primo semestre risulta normalmente inferiore al secondo.*

*Pertanto, è importante 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 2018	31 dicembre 2017	30 giugno 2017
<b>ATTIVITA' NON CORRENTI</b>			
<b>Attività immateriali:</b>			
Avviamento	13.647	13.647	13.647
Altre attività immateriali	9.137	9.635	10.665
<b>Attività materiali:</b>			
Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	17.337	17.736	17.837
<b>Altre attività non correnti:</b>			
Altre partecipazioni	8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	95	110	102
Attività per imposte anticipate	4.569	4.038	5.180
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>44.793</b>	<b>45.174</b>	<b>47.439</b>
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>			
Rimanenze di magazzino	39.015	35.684	42.520
Crediti commerciali	16.730	27.330	16.017
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	4.030	2.990	3.737
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	28.682	25.632	22.874
<b>Totale attività correnti</b>	<b>88.457</b>	<b>91.636</b>	<b>85.148</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>133.250</b>	<b>136.810</b>	<b>132.587</b>

### Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	30 giugno 2018	31 dicembre 2017	30 giugno 2017
<b>PATRIMONIO NETTO</b>			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sociale	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	52.675	53.006	53.045
- Riserve di rivalutazione	758	758	758
- Risultato del periodo	(4.419)	1.005	(3.807)
- meno: Azioni proprie	(888)	(888)	(888)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>65.421</b>	<b>71.176</b>	<b>66.403</b>
<b>PASSIVITA' NON CORRENTI</b>			
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:			
- Debiti verso banche	13.182	11.240	14.157
TFR e altri fondi relativi al personale	6.864	6.981	7.034
Fondi per rischi e oneri	1.785	1.879	2.328
Fondo imposte differite	3.525	3.467	3.908
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>25.356</b>	<b>23.567</b>	<b>27.427</b>
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>			
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:			
- Debiti verso banche	8.444	8.780	7.308
Debiti commerciali	24.466	24.402	22.159
Debiti vari e altre passività	9.563	8.884	9.277
Debiti per imposte correnti	-	1	13
<b>Totale passività correnti</b>	<b>42.473</b>	<b>42.067</b>	<b>38.757</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>67.829</b>	<b>65.634</b>	<b>66.184</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>	<b>133.250</b>	<b>136.810</b>	<b>132.587</b>

# GRUPPO CSP

## Conto economico consolidato

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	Semestre al 30 giugno 2018		Semestre al 30 giugno 2017		Esercizio al 31 dicembre 2017	
Ricavi	48.624	100,0%	48.306	100,0%	119.685	100,0%
Costo del venduto	(28.610)	-58,8%	(28.132)	-58,2%	(67.177)	-56,1%
<b>Margine industriale</b>	<b>20.014</b>	<b>41,2%</b>	<b>20.174</b>	<b>41,8%</b>	<b>52.508</b>	<b>43,9%</b>
Spese dirette di vendita	(5.225)	-10,7%	(4.631)	-9,6%	(10.120)	-8,5%
<b>Margine commerciale lordo</b>	<b>14.789</b>	<b>30,4%</b>	<b>15.543</b>	<b>32,2%</b>	<b>42.388</b>	<b>35,4%</b>
Altri ricavi (spese) operativi	529	1,1%	655	1,4%	1.389	1,2%
Spese commerciali e amministrative	(19.966)	-41,1%	(19.574)	-40,5%	(40.207)	-33,6%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	(450)	-0,9%	(443)	-0,4%
<b>Risultato operativo</b>	<b>(4.648)</b>	<b>-9,6%</b>	<b>(3.826)</b>	<b>-7,9%</b>	<b>3.127</b>	<b>2,6%</b>
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	(90)	-0,2%	(100)	-0,2%	0	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	45	0,1%	(238)	-0,5%	(591)	-0,5%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(4.693)</b>	<b>-9,7%</b>	<b>(4.164)</b>	<b>-8,6%</b>	<b>2.536</b>	<b>2,1%</b>
Imposte sul reddito	274	0,6%	357	0,7%	(1.531)	-1,3%
<b>Utile (perdita) netto del Gruppo</b>	<b>(4.419)</b>	<b>-9,1%</b>	<b>(3.807)</b>	<b>-7,9%</b>	<b>1.005</b>	<b>0,8%</b>

<b>Risultato per azione - base</b>	Euro	<b>(0,133)</b>	<b>(0,114)</b>	<b>0,030</b>
------------------------------------	------	----------------	----------------	--------------

<b>Risultato per azione - diluito</b>	Euro	<b>(0,133)</b>	<b>(0,114)</b>	<b>0,030</b>
---------------------------------------	------	----------------	----------------	--------------

## 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)