



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 8 agosto 2008

**CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP  
IL CDA APPROVA LA RELAZIONE SEMESTRALE AL 30.06.2008:**

- ***CSP incrementa il fatturato dello 0,8% rispetto al 2007, dopo l'incremento del 29,7% del 2007 sul I semestre 2006.***
- ***Il risultato netto dopo le tasse è negativo per 0,5 milioni di Euro, a causa di investimenti pubblicitari anticipati per 1,1 milioni di Euro, altri investimenti di marketing per 0,8 milioni di Euro, maggiori minimi garantiti per licenze, maggiori svalutazioni di magazzino e maggiori costi per campionari di nuove collezioni.***
- ***Ridotti ulteriormente l'indebitamento, il working capital e il magazzino.***
- ***Acquisito il marchio Liberti, per estendere la presenza nel mercato della corsetteria di gamma elevata.***
- ***Deliberato un piano di buy-back, per eventuali joint-venture.***
  - ***Previsto un bilancio 2008 meno brillante del 2007, ma con un risultato comunque positivo e importante.***

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 e Liberti, e distributrice dei marchi Puma, Sergio Tacchini, Miss Sixty ed Energie, ha approvato in data odierna la Relazione Semestrale al 30.06.2008.

**1. Risultati salienti**

Riportiamo i dati di sintesi del primo semestre 2008, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 53,7 milioni di Euro. Si confronta con 53,3 milioni di Euro. L'incremento è pari allo 0,8% (dopo l'incremento del 29,7% del primo semestre 2007 sul pari periodo 2006);
- il margine industriale è pari a 21,4 milioni di Euro. Si confronta con 21,9 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato è passata dal 41,1% al 39,8%;
- l'Ebitda (risultato operativo al lordo degli ammortamenti) è pari a 0,5 milioni di Euro. Si confronta con 4,3 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dall'8,1% all'1,0%;
- l'Ebit (risultato operativo) è negativo per 0,5 milioni di Euro. Si confronta con un Ebit di 2,4 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 4,7% al -0,9%;

- il risultato prima delle imposte è negativo per 1,0 milioni di Euro. Si confronta con 1,7 milioni di Euro. L'incidenza passa dal 3,2% al -1,9% del fatturato;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le tasse, è negativo per 0,5 milioni di Euro. Si confronta con 1,6 milioni di Euro del primo semestre 2007. L'incidenza passa dal 3,1% al -1,0% del fatturato;
- l'indebitamento finanziario netto si è ridotto da 15,4 milioni di Euro a 9,6 milioni di Euro;
- il patrimonio netto è salito da 41,2 a 44,9 milioni di Euro.

## 2. Valutazione dei risultati

### Fatturato

Il risultato di fatturato del primo semestre va valutato ricordando che

- l'anno 2007 era cresciuto del 17,3%, rispetto al 2006;
- il primo semestre 2007 era cresciuto del 29,7%, rispetto al primo semestre 2006;
- i consumi del mercato italiano sono stati in decremento nei primi mesi del 2008;
- lo scenario economico internazionale non è positivo.

Nonostante queste premesse, il fatturato CSP International, dopo la brillante crescita del 2007, è ulteriormente salito.

### Utile netto

Il risultato del I semestre 2008 è stato influenzato dai seguenti principali fattori:

- investimenti pubblicitari anticipati rispetto al 2007 per 1,1 milioni di Euro;
- investimenti complessivi di marketing incrementati, rispetto al 2007, per 1,9 milioni di Euro (di cui 1,1 milioni di Euro Media);
- una svalutazione di magazzino incrementata di 1,0 milioni di Euro rispetto al 31/12/2007;
- maggiori costi per minimi garantiti, relativi alle licenze in atto, per 0,5 milioni di Euro;
- maggiori costi per campionari, richiesti dalle nuove collezioni, per 0,3 milioni di Euro.

Complessivamente, queste voci hanno inciso per oltre 3 milioni di Euro sul risultato, che è passato da un utile netto di 1,6 milioni, a una perdita di 0,5 milioni di Euro.

Sulle voci citate formuliamo le seguenti osservazioni:

- gli investimenti pubblicitari annui saranno equivalenti a quelli del 2007;
- gli investimenti complessivi di marketing avranno, su base annua, un'incidenza percentuale sul fatturato sostanzialmente analoga a quella del 2007;
- la svalutazione di magazzino è relativa a prodotti stagionali;
- il peso dei minimi garantiti è destinato a ridursi nel 2008/2009, con la crescita del fatturato delle marche in licenza;
- i campionari sono strumenti indispensabili per la vendita, ma saranno ottimizzati sia nel numero, che nel loro contenuto, per le prossime collezioni.

### Altri parametri gestionali

Tra gli elementi gestionali di segno positivo ricordiamo:

- la riduzione del Working Capital da 35,6 a 34,2 milioni di Euro;
- la riduzione del magazzino da 38,8 a 34,5 milioni di Euro;
- l'incidenza del costo del personale, rimasta invariata al 24,3% del fatturato netto.

## 3. Il mix di fatturato

- Il fatturato estero cresce di due punti rispetto a quello domestico, passando dal 46,2% al 48,7%.
- Il mix merceologico vede la calzetteria al 55,2% e le merceologie diversificate al 44,8%.
- Crescono le due marche a redditività più elevata: Oroblù e Le Bourget, che realizzano il 42% del fatturato totale.

## 4. Margini

Si è fermato il miglioramento del margine industriale, iniziato nel secondo semestre 2004:

|                        |       |
|------------------------|-------|
| Secondo semestre 2004: | 27,1% |
| Anno 2005:             | 30,9% |
| Anno 2006:             | 40,3% |
| Anno 2007:             | 43,2% |
| I semestre 2007:       | 41,1% |
| I semestre 2008:       | 39,8% |

Questi i principali commenti:

- Il miglioramento dei margini era stato la conseguenza, nel 2005/2006, di interventi strutturali sugli assetti produttivi e sugli organici, e, nell'ultimo biennio, dei cambiamenti nel mix di vendita, più orientato verso i marchi a maggior marginalità.
- Il miglioramento dei margini non ha confermato nel I semestre 2008 il trend positivo, in atto nei periodi precedenti, a causa della svalutazione del magazzino. Questa svalutazione va considerata un necessario intervento, dettato dal difficile scenario di mercato in Italia e all'estero, che ha causato una rimanenza della stagione primavera/estate 2008.

## 5. Innovazione e comunicazione

All'inizio del 2008 sono state avviate importanti attività pubblicitarie a favore dei seguenti marchi e prodotti:

- il collant Sanpellegrino "In&Out": la promessa "pancia in dentro e sedere in fuori" è stata veicolata da una campagna televisiva in Russia in marzo/aprile;
- il collant Oroblù "ABC Advanced Body Control": il contenimento di lato A, lato B e Cosce è illustrato da una campagna stampa nella primavera 2008;
- il reggiseno Lepel "Belseno": il nuovo modello in cotone è stato presentato da una campagna TV in marzo/aprile 2008, con Megan Gale come testimonial.

Tra i risultati delle campagne pubblicitarie citate, segnaliamo il miglioramento del livello di conoscenza di Sanpellegrino in Russia, salito di 10 punti, dal 50% al 60%, come rilevato dall'Istituto Gallup.

## 6. Eventi successivi alla chiusura del semestre

### Acquisizione marchio Liberti

CSP International Fashion Group S.p.A. ha acquistato il marchio Liberti, che contraddistingue da oltre 30 anni collezioni di corsetteria, lingerie, costumi da bagno e maglieria di target elevato, distribuite nei punti vendita specialisti di intimo.

Liberti ha realizzato negli ultimi anni oltre 10 milioni di Euro di fatturato annuo, con 1.500 clienti attivi in Italia e Distributori in una decina di paesi esteri.

### Le sinergie con CSP International Fashion Group

Liberti, in combinazione con il marchio Lepel, rafforzerà la posizione di CSP International nel mercato della corsetteria, con ruoli complementari sia a livello distributivo che per target di riferimento, secondo lo schema seguente:

| MARCHI  | CANALI DISTRIBUTIVI              | TARGET DI CONSUMO |
|---------|----------------------------------|-------------------|
| Lepel   | Ingresso<br>Grande Distribuzione | Medio             |
| Liberti | Dettaglio Specializzato          | Elevato           |

L'acquisto di Liberti si inserisce nella strategia tesa a valorizzare

- la diversificazione merceologica;
- le attività distributive;
- le marche ad elevata marginalità.

Nella Convention di vendita, tenutasi il 22 luglio 2008, sono state presentate le seguenti collezioni Liberti:

- Natale 2008;
- Corsetteria Primavera/Estate 2009;
- Mare 2009.

## 7. Acquisto azioni proprie

Il Consiglio di Amministrazione dell'8 agosto autorizza la società ad avviare la procedura per l'acquisto di azioni proprie.

Tempi e modi per il buy-back sono i seguenti:

- l'iniziativa è motivata dall'opportunità di acquistare azioni a un livello di prezzo che consideriamo sottovalutato, rispetto ai principali parametri patrimoniali e reddituali del Gruppo;
- le azioni acquistate nel buy-back potrebbero, in futuro, essere utilizzate per operazioni straordinarie o per joint-venture, utili allo sviluppo aziendale;
- l'acquisto sarà effettuato nei limiti consentiti e quindi fino a un massimo del 10% del totale delle azioni, pari a 3,3 milioni di titoli;
- il prezzo unitario sarà compreso tra il minimo di 0,52 €(valore nominale) e un massimo di 2,50 €

- questa facoltà sarà esercitata entro il termine massimo di 18 mesi;
- la decisione, con tutte le modalità previste, sarà sottoposta all'approvazione di un'Assemblea Ordinaria, convocata nei tempi richiesti.

## 8. Valutazione dei rischi per il secondo semestre 2008

Come richiesto da Consob (all'art. 154ter, comma 4, Tuf) e dal Decreto Legislativo 195/2007, in vigore dal 31 maggio 2008, a partire dalla presente Relazione Semestrale al 30.06.2008, gli Amministratori provvedono all'identificazione e alla valutazione dei principali rischi e delle principali incertezze, a cui l'impresa è esposta.

I rischi più rilevanti sono associati

- all'andamento del principale mercato di riferimento, costituito dalla calzetteria femminile, storicamente recessivo;
- alla debolezza della capacità di spesa e di consumo nel mercato domestico, ove il prodotto interno lordo è vicino alla crescita zero;
- alla turbolenza dei mercati internazionali, ove i trend non sembrano ancora assestarsi su basi positive.

Le incertezze più rilevanti, relative specificatamente al nostro business, sono riferite:

- agli approvvigionamenti in outsourcing, che comportano tempi di consegna rilevanti, per le collezioni progettate al nostro interno e realizzate nell'Est Europeo e, particolarmente, nel Far East;
- alla capacità dell'azienda di recuperare gli aumenti di costi, che hanno impatto sui prodotti finiti, attraverso revisioni dei listini prezzi, già predisposte e che saranno presentate al mercato nel periodo settembre/dicembre 2008.

I rischi e le incertezze citati, almeno per la parte direttamente dipendente dall'azienda, sono comunque ben identificati e tenuti attentamente sotto controllo, in modo che non abbiano impatto negativo sulle performances dei prossimi mesi.

## 9. Proiezioni 2008

Per stimare i risultati attesi nel 2008 è utile richiamare i risultati dell'ultimo biennio.

Ricordiamo che, storicamente, per ragioni stagionali, il secondo semestre dell'anno è più importante del primo, per fatturato e per risultato netto.

| <b>RISULTATO NETTO<br/>(milioni di Euro)</b> | <b>2008</b> | <b>2007</b> | <b>2006</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|
| I semestre                                   | (0,5)       | 1,6         | (3,2)       |
| II semestre                                  | ....        | 6,5         | 5,9         |
| Totale anno                                  | ....        | 8,1         | 2,7         |

I principali elementi negativi del I semestre 2008 non avranno pari effetti sul II semestre, per le ragioni illustrate al punto 1.2.

Tuttavia è prudente ipotizzare che il secondo semestre 2008 possa risultare più difficile dei corrispondenti semestri dell'ultimo biennio.

In ogni caso, il 2008 presenterà un risultato inferiore a quello molto brillante del 2007, ma comunque positivo e, in valore assoluto, di ordine di grandezza importante.

## 10. Signor Enzo Bertoni

Il 5 agosto, all'età di 80 anni, è deceduto il Signor Enzo Bertoni, fondatore, insieme con il fratello Francesco, di CSP International nel 1973. Il Signor Enzo Bertoni, Presidente della società fino al 2003, era attualmente Consigliere di Amministrazione. Il Consiglio di Amministrazione ne ricorda le straordinarie qualità imprenditoriali e le indimenticabili caratteristiche personali.

Il Consiglio di Amministrazione dell'8 agosto 2008, in sostituzione di Enzo Bertoni, ha cooptato al suo interno il Signor Giorgio Bardini, la cui nomina sarà sottoposta all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti del 25 settembre 2008.

## **11. Redazione bilancio**

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Arturo Tedoldi, Direttore Amministrativo e Finanziario, dichiara ai sensi 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.

### **NOTA**

Si comunica che la data di messa a disposizione al pubblico della Relazione Semestrale al 30.06.2008 sarà il 28 agosto 2008.

## GRUPPO CSP

### Stato Patrimoniale Consolidato - Attività

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i>  | 30 giugno<br>2008 | 31 dicembre<br>2007 | 30 giugno<br>2007 |
|---|-------------------|---------------------|-------------------|
| <b>ATTIVITA' NON CORRENTI</b>   |                   |                     |                   |
| <b>Attività immateriali:</b>  |                   |                     |                   |
| - Avviamento  | 11.416            | 11.416              | 11.416            |
| - Altre attività immateriali  | 425               | 465                 | 504               |
| <b>Attività materiali:</b>  |                   |                     |                   |
| - Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà              | 15.315            | 15.174              | 16.224            |
| - Investimenti immobiliari di proprietà   | 0                 | 0                   | 70                |
| <b>Altre attività non correnti:</b>   |                   |                     |                   |
| Partecipazioni contabilizzate secondo il metodo del patrimonio netto                | 0                 | 0                   | 1.294             |
| Altre partecipazioni  | 11                | 11                  | 11                |
| Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti | 114               | 115                 | 149               |
| Attività per imposte anticipate   | 2.928             | 2.785               | 3.176             |
| <b>Totale attività non correnti</b>   | <b>30.209</b>     | <b>29.966</b>       | <b>32.844</b>     |
| <b>ATTIVITA' CORRENTI</b>   |                   |                     |                   |
| Rimanenze di magazzino  | 34.507            | 33.577              | 38.795            |
| Crediti commerciali   | 30.948            | 46.432              | 34.709            |
| Crediti finanziari, crediti vari e altre attività                                   | 3.094             | 2.434               | 3.516             |
| Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti                                     | 6.123             | 7.699               | 4.783             |
| <b>Totale attività correnti</b>   | <b>74.672</b>     | <b>90.142</b>       | <b>81.803</b>     |
| Attività non correnti destinate alla vendita  | 0                 | 1.373               | 0                 |
| <b>TOTALE ATTIVITA'</b>   | <b>104.881</b>    | <b>121.481</b>      | <b>114.647</b>    |

### Stato Patrimoniale Consolidato - Passività

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i>              | 30 giugno<br>2008 | 31 dicembre<br>2007 | 30 giugno<br>2007 |
|---|-------------------|---------------------|-------------------|
| <b>PATRIMONIO NETTO</b>                           |                   |                     |                   |
| Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:        |                   |                     |                   |
| - Capitale sottoscritto e versato                 | 17.295            | 17.295              | 17.295            |
| - Altre riserve                                   | 27.413            | 21.523              | 21.548            |
| - Riserve di rivalutazione                        | 758               | 758                 | 758               |
| - Risultato del periodo                           | (539)             | 8.145               | 1.636             |
| <b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>                    | <b>44.927</b>     | <b>47.721</b>       | <b>41.237</b>     |
| <b>PASSIVITA' NON CORRENTI</b>                    |                   |                     |                   |
| Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi: |                   |                     |                   |
| - Debiti verso banche                             | 6.671             | 10.107              | 13.535            |
| TFR e altri fondi relativi al personale           | 5.063             | 5.331               | 5.626             |
| Fondi per rischi e oneri                          | 2.260             | 2.311               | 2.072             |
| Fondo imposte differite                           | 2.537             | 3.396               | 4.034             |
| Debiti vari e altre passività non correnti        | 53                | 62                  | 41                |
| <b>Totale passività non correnti</b>              | <b>16.584</b>     | <b>21.207</b>       | <b>25.308</b>     |
| <b>PASSIVITA' CORRENTI</b>                        |                   |                     |                   |
| Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi: |                   |                     |                   |
| - Debiti verso banche                             | 9.054             | 17.003              | 6.688             |
| Debiti commerciali                                | 28.005            | 28.944              | 34.719            |
| Debiti vari e altre passività                     | 6.298             | 6.502               | 6.169             |
| Debiti per imposte correnti                       | 13                | 104                 | 526               |
| <b>Totale passività correnti</b>                  | <b>43.370</b>     | <b>52.553</b>       | <b>48.102</b>     |
| <b>TOTALE PASSIVITA'</b>                          | <b>59.954</b>     | <b>73.760</b>       | <b>73.410</b>     |
| <b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>       | <b>104.881</b>    | <b>121.481</b>      | <b>114.647</b>    |

# GRUPPO CSP

## CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

| <i>(importi in migliaia di Euro)</i>                                      | Periodo al<br>30 giugno 2008 |              | Periodo al<br>30 giugno 2007 |              | Esercizio al<br>31 dicembre 2007 |              |
|---|------------------------------|--------------|------------------------------|--------------|----------------------------------|--------------|
| Ricavi  | 53.714                       | 100,0%       | 53.313                       | 100,0%       | 117.832                          | 100,0%       |
| Costo del venduto   | (32.350)                     | -60,2%       | (31.381)                     | -58,9%       | (66.924)                         | -56,8%       |
| <b>Margine Industriale</b>  | <b>21.364</b>                | <b>39,8%</b> | <b>21.932</b>                | <b>41,1%</b> | <b>50.908</b>                    | <b>43,2%</b> |
| Spese dirette di vendita  | (6.114)                      | -11,4%       | (5.412)                      | -10,2%       | (11.552)                         | -9,8%        |
| <b>Margine commerciale lordo</b>  | <b>15.250</b>                | <b>28,4%</b> | <b>16.520</b>                | <b>31,0%</b> | <b>39.356</b>                    | <b>33,4%</b> |
| Altri ricavi (spese) operativi  | 728                          | 1,4%         | 81                           | 0,2%         | 1.754                            | 1,5%         |
| <i>- di cui ricavi (spese) non ricorrenti</i>                             | <i>544</i>                   |              | <i>0</i>                     |              | <i>0</i>                         |              |
| Spese commerciali e amministrative  | (16.467)                     | -30,7%       | (14.168)                     | -26,6%       | (30.878)                         | -26,2%       |
| Costi di ristrutturazione   | (14)                         | 0,0%         | 0                            | 0,0%         | 0                                | 0,0%         |
| <b>Risultato operativo (EBIT)</b>   | <b>(503)</b>                 | <b>-0,9%</b> | <b>2.433</b>                 | <b>4,6%</b>  | <b>10.232</b>                    | <b>8,7%</b>  |
| Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti                | 0                            | 0,0%         | 0                            | 0,0%         | (110)                            | -0,1%        |
| Risultato delle partecipazioni  | 260                          | 0,5%         | 46                           | 0,1%         | 0                                | 0,0%         |
| Altri proventi (oneri) finanziari   | (789)                        | -1,5%        | (775)                        | -1,5%        | (1.847)                          | -1,6%        |
| <b>Risultato prima delle imposte derivante dalle attività d'esercizio</b> | <b>(1.032)</b>               | <b>-1,9%</b> | <b>1.704</b>                 | <b>3,2%</b>  | <b>8.275</b>                     | <b>7,0%</b>  |
| Imposte sul reddito   | 493                          | 0,9%         | (68)                         | -0,1%        | (130)                            | -0,2%        |
| <b>Utile (perdita) netto del Gruppo</b>                                   | <b>(539)</b>                 | <b>-1,0%</b> | <b>1.636</b>                 | <b>3,1%</b>  | <b>8.145</b>                     | <b>6,9%</b>  |

|                                    |      |         |       |       |
|------------------------------------|------|---------|-------|-------|
| <b>Risultato per azione - base</b> | Euro | (0,016) | 0,049 | 0,245 |
|------------------------------------|------|---------|-------|-------|

|                                       |      |         |       |       |
|---------------------------------------|------|---------|-------|-------|
| <b>Risultato per azione - diluito</b> | Euro | (0,016) | 0,049 | 0,245 |
|---------------------------------------|------|---------|-------|-------|



## **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 2007 un fatturato consolidato di 118 milioni di Euro, conta circa 750 dipendenti, in Italia e in Francia, e distribuisce i propri prodotti in 52 paesi del mondo. Oltre metà del fatturato è realizzato all'estero e quasi metà 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 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.

*Il Gruppo distribuisce anche marchi di terzi:*

- **Puma:** calze sportive per l'Italia;
- **Sergio Tacchini:** coordinati mare, polo e T-shirt per l'Europa;
- **Miss Sixty:** licenza di calze, intimo, mare a livello internazionale (target femminile);
- **Energie:** licenza di intimo e mare a livello internazionale (target 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.

*CSP International Fashion Group ha la missione di innovare e produrre calze, collant, intimo, maglieria, articoli moda e costumi da bagno, distribuendo le collezioni sia con marchi propri che con marchi di terzi.*

### **Per ulteriori informazioni:**

#### **CSP International 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](http://www.cspinternational.it)