

Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 14 maggio 2015

CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP SPA
IL CDA APPROVA IL RESOCONTO SULLA GESTIONE DEL PRIMO TRIMESTRE 2015 CONSOLIDATO

- ***Il fatturato consolidato del I° trimestre 2015 è pari a € 33 milioni (34,6 nel I° trim. 2014)***
 - ***Incidenza del margine industriale sul fatturato netto: 46,6% contro 48,7%***
 - ***Utile netto di Gruppo pari a € 1,0 milioni (€ 3 milioni nel I° trim. 2014)***
- ***Posizione finanziaria netta del Gruppo positiva per € 10 milioni (11,7 nel I° trim. 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 il Resoconto sulla gestione del primo trimestre 2015 consolidato.

1. Dati economico/patrimoniali

Riportiamo i dati di sintesi del primo trimestre 2015, confrontati con il pari periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto e in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 33,0 milioni di Euro. Si confronta con 34,6 milioni di Euro. Il decremento è pari al 4,6%;
- il margine industriale è pari a 15,4 milioni di Euro. Si confronta con 16,8 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 48,7% al 46,6%;
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte e ammortamenti) è pari a 2,6 milioni di Euro. Si confronta con 5,3 milioni di Euro. L'incidenza percentuale passa dal 15,4% all'8,0% del fatturato;
- l'EBIT (risultato operativo prima di oneri finanziari e imposte) è stato pari a 2,0 milioni di Euro. Si confronta con 4,6 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 13,4% al 6,1%;
- il risultato pre-tasse è pari a 1,8 milioni di Euro. Si confronta con 4,6 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato è del 5,4% rispetto al 13,3%;
- il risultato netto consolidato di Gruppo è pari a 1,0 milioni di Euro, rispetto a 3,0 milioni del primo trimestre del 2014. L'incidenza percentuale passa dall'8,8% al 3,1% del fatturato;
- la posizione finanziaria netta verso il sistema bancario è positiva per 10,0 milioni di Euro e si confronta con una posizione positiva di 11,7 milioni del primo trimestre dell'anno precedente.
- il patrimonio netto è passato da 71,1 a 72,5 milioni di Euro.

2. Valutazione dei risultati

I risultati del primo trimestre risentono in maniera sensibile del quadro generale dei consumi che permane incerto, soprattutto in Italia, dove non si intravedono ancora significativi segni di ripresa. Si registra inoltre una 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. Anche il trade evidenzia segnali di difficoltà e un approccio agli ordinativi molto cauto. A livello internazionale la situazione economica non è favorevole alla ripresa delle vendite ed in particolare in Russia si registrano pesanti ripercussioni sul mercato interno a livello distributivo e di consumi.

Tutto questo ha portato ad una flessione dei ricavi del 4,6% con conseguente riduzione del margine industriale che risente del minor assorbimento dei costi fissi e delle maggiori svalutazioni delle collezioni precedenti.

Gli indicatori di marginalità intermedi soffrono il venir meno di proventi non ricorrenti, relativi alla cessione di macchinari, l'incremento delle spese promo pubblicitarie ed i maggiori oneri finanziari principalmente legati all'andamento sfavorevole del cambio nei confronti del dollaro.

Il primo trimestre si chiude quindi con un utile netto di un milione di Euro in un contesto di estrema incertezza dei consumi e con una pressione promo pubblicitaria in aumento rispetto al trimestre di confronto.

La posizione finanziaria netta continua ad evidenziare un consistente saldo a credito (10 milioni di Euro), anche se registra un decremento di 1,8 milioni di Euro rispetto al 31 marzo 2014, soprattutto per effetto dell'investimento relativo all'acquisizione della società tedesca Oroblu Germany GmbH e del temporaneo aumento del capitale circolante in Francia.

3. Risultati buy back

Le Azioni proprie al 31 marzo 2015 sono costituite da n. 1.000.000 azioni ordinarie acquistate per un costo complessivo di 888 mila Euro. Nel primo trimestre del 2015 non sono state acquistate azioni proprie.

4. Eventi successivi alla chiusura del trimestre ed evoluzione prevedibile della gestione

Il prosieguo dell'esercizio non si mostra privo di 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 intraprese.

Il Gruppo non cesserà 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 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, rimarrà comunque centrale la tensione al contenimento ed alla razionalizzazione dei costi; parte dei risparmi generati continueranno 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.

I risultati raggiunti nel primo trimestre 2015 non sono sicuramente in linea con 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 il Resoconto intermedio consolidato di gestione al 31/03/2015 è stato depositato 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.

(*) 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 tre 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>	31 marzo 2015	31 marzo 2014	31 dicembre 2014
ATTIVITA' NON CORRENTI			
Attività immateriali:			
- Avviamento	11.854	11.416	11.416
- Altre attività immateriali	6.440	6.011	5.855
Attività materiali:			
- Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	17.593	18.377	17.646
Altre attività non correnti:			
Altre partecipazioni	8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	38	28	29
Attività per imposte anticipate	4.470	4.206	4.419
Totale attività non correnti	40.403	40.046	39.373
ATTIVITA' CORRENTI			
Rimanenze di magazzino	30.415	29.828	32.658
Crediti commerciali	30.827	27.246	28.491
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	2.403	2.539	3.036
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	25.999	29.014	27.468
Totale attività correnti	89.644	88.627	91.653
TOTALE ATTIVITA'	130.047	128.673	131.026

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2015	31 marzo 2014	31 dicembre 2014
PATRIMONIO NETTO			
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:			
- Capitale sottoscritto e versato	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	54.298	50.929	48.904
- Riserve di rivalutazione	758	758	758
- Risultato del periodo	1.028	3.048	5.352
meno: Azioni proprie	(888)	(888)	(888)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	72.491	71.142	71.421
PASSIVITA' NON CORRENTI			
Debiti verso banche oltre 12 mesi	12.555	13.885	11.265
TFR e altri fondi relativi al personale	6.854	6.372	6.954
Fondi per rischi e oneri	1.812	1.725	1.722
Fondo imposte differite	3.156	3.368	3.079
Totale passività non correnti	24.377	25.350	23.020
PASSIVITA' CORRENTI			
Debiti verso banche entro 12 mesi	3.492	3.385	3.064
Debiti commerciali	18.265	17.298	21.873
Debiti vari e altre passività	10.945	11.051	11.372
Debiti per imposte correnti	477	447	276
Totale passività correnti	33.179	32.181	36.585
TOTALE PASSIVITA'	57.556	57.531	59.605
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	130.047	128.673	131.026

GRUPPO CSP

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

<i>(importi in migliaia di Euro)</i>	Trimestre al 31 marzo 2015		Trimestre al 31 marzo 2014		Esercizio al 31 dicembre 2014	
Ricavi	32.955	100,0%	34.561	100,0%	127.033	100,0%
Costo del venduto	(17.605)	-53,4%	(17.746)	-51,3%	(66.584)	-52,4%
Margine Industriale	15.350	46,6%	16.815	48,7%	60.449	47,6%
Spese dirette di vendita	(2.510)	-7,6%	(2.573)	-7,4%	(9.867)	-7,8%
Margine commerciale lordo	12.840	39,0%	14.242	41,3%	50.582	39,8%
Altri ricavi (spese) operativi	80	0,2%	594	1,7%	1.683	1,3%
Spese commerciali e amministrative	(10.911)	-33,1%	(10.198)	-29,5%	(42.944)	-33,8%
Costi di ristrutturazione	0	0,0%	0	0,0%	(115)	-0,1%
Risultato operativo (EBIT)	2.009	6,1%	4.638	13,4%	9.206	7,3%
Altri proventi (oneri) finanziari	(223)	-0,7%	(46)	-0,1%	(25)	0,0%
Risultato prima delle imposte	1.786	5,4%	4.592	13,3%	9.181	7,3%
Imposte sul reddito	(758)	-2,3%	(1.544)	-4,5%	(3.829)	-3,0%
Utile netto del Gruppo	1.028	3,1%	3.048	8,8%	5.352	4,2%

Risultato per azione - base	Euro	0,031	0,092	0,161
------------------------------------	------	-------	-------	-------

Risultato per azione - diluito	Euro	0,031	0,092	0,161
---------------------------------------	------	-------	-------	-------

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 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.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