

Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 25 settembre 2017

CSP INTERNATIONAL FASHION GROUP SPA
IL CDA APPROVA LA RELAZIONE INTERMEDIA SULLA GESTIONE DEL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2017

- **Fatturato consolidato del semestre: 51,2 milioni di Euro vs. 52,1 nel 2016**
- **Incidenza del margine industriale sul fatturato netto: 45,2% vs. 47,3% nel 2016**
- **Risultato netto consolidato, negativo per € 3,8 milioni (vs. perdita netta di € 2,0 milioni nel I sem. 2016)**
- **La posizione finanziaria netta è positiva per € 1,4 milioni e risente dell'acquisizione di Perofil**

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 2017.

1. Risultati salienti

Riportiamo i dati di sintesi del primo semestre 2017, confrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente, espressi in valore assoluto ed in percentuale sul fatturato:

- il fatturato consolidato è stato pari a 51,2 milioni di Euro (di cui Perofil 1,3 milioni di Euro). Si confronta con 52,1 milioni di Euro. Il decremento è pari all'1,7%;
- il margine industriale (ricavi meno costo del venduto) è pari a 23,1 milioni di Euro (di cui Perofil 0,5 milioni di Euro). Si confronta con 24,7 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal 47,3% al 45,2%;
- l'EBITDA (risultato prima di oneri finanziari, imposte ed ammortamenti) è negativo per 2,4 milioni di Euro (di cui Perofil -0,2 milioni di Euro). Si confronta con un risultato negativo di 0,2 milioni di Euro del primo semestre 2016. L'incidenza sul fatturato passa dal -0,4% al -4,6%;
- l'EBIT (risultato operativo) è negativo per 3,8 milioni di Euro (di cui Perofil -0,3 milioni di Euro). Si confronta con un EBIT negativo di 1,5 milioni di Euro. L'incidenza sul fatturato passa dal -2,9% al -7,5%;
- il risultato prima delle imposte è negativo per 4,2 milioni di Euro (di cui Perofil -0,3 milioni di Euro). Si confronta con un risultato negativo di 1,6 milioni di Euro. L'incidenza passa dal -3,1% al -8,1% del fatturato;
- il risultato netto consolidato di Gruppo, dopo le imposte, è negativo per 3,8 milioni di Euro (di cui Perofil -0,3 milioni di Euro). Si confronta con un risultato negativo di 2,0 milioni di Euro del primo semestre 2016. L'incidenza passa dal -3,8% al -7,4% del fatturato;
- la posizione finanziaria netta è positiva per 1,4 milioni di Euro e si confronta con una posizione positiva di 10,7 milioni del primo semestre dell'anno precedente. La diminuzione è dovuta principalmente all'acquisizione di Perofil.
- il patrimonio netto è sceso da 68,2 a 66,4 milioni di Euro.

2. Capogruppo e Controllate

2.1. Capogruppo

Nel primo semestre 2017 la Capogruppo ha registrato un fatturato pari a 26,4 milioni di Euro. Si confronta con un fatturato di 26,7 milioni di Euro del primo semestre 2016. Il decremento è pari al -1,3%.

Il fatturato, al netto delle vendite intercompany, è passato da 20,3 a 21,3 milioni di Euro, con un aumento del 5,0%.

La Capogruppo ha riportato, grazie anche ai dividendi di 4,2 milioni di Euro percepiti dalla controllata francese (stabili rispetto all'esercizio precedente), un utile dopo le imposte pari a 2,4 milioni di Euro, rispetto a 2,1 milioni di Euro del primo semestre 2016.

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 27,8 milioni di Euro, in diminuzione del 10,8% rispetto al primo semestre del 2016 (31,1 milioni di Euro).

Il mercato della calzetteria in Francia per il canale Iper/supermercati nel primo semestre 2017 è stato particolarmente negativo, con una perdita record di consumi nell'ordine del 17% (fonte GFK) che ha interessato tutte le merceologie, con la sola eccezione dei sottopiede e dei calzini in fibre naturali. In questo quadro estremamente difficile le marche di CSP Paris hanno fatto complessivamente meglio della media, guadagnando globalmente circa 0,2 punti di quota di mercato.

L'incidenza del margine industriale sui ricavi netti passa dal 49,3% al 46,5%.

La Società ha registrato una perdita di 1,5 milioni di Euro, rispetto ad un utile netto di 0,4 milioni di Euro del primo semestre 2016.

2.3. Perofil Fashion S.r.l.

La Perofil Fashion S.r.l. dal 10 maggio, data di acquisizione, sino al 30 giugno ha realizzato un fatturato di 1,3 milioni di Euro, mentre il risultato netto presenta una perdita di 0,3 milioni di Euro. Si rileva che i mesi di maggio e giugno sono caratterizzati da bassi livelli di fatturato, essendo le collezioni primavera/estate intimo e *beachwear* consegnate principalmente nel primo trimestre.

2.4. Oroblù Germany GmbH

Il fatturato della società tedesca, pari a 809 mila Euro, risulta in incremento del 13,2% rispetto al precedente esercizio.

Il risultato netto finale riporta una perdita di 38 mila Euro, che si confronta con una perdita di 205 mila Euro del primo semestre 2016, grazie principalmente al miglior margine industriale ed al contenimento delle spese di vendita e dei costi di struttura.

2.5. Oroblù USA LLC

La società statunitense ha realizzato nel primo semestre 2017 un fatturato di 212 mila Euro, con un incremento del 23,3% rispetto ai 172 mila Euro dello stesso periodo del 2016.

Il risultato netto presenta un utile di 5 mila Euro rispetto alla perdita di 20 mila Euro del primo semestre del 2016.

3. Risultati buy back

Il totale dei titoli posseduti al 30 giugno 2017 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 2017 è stato caratterizzato dalla decisa ed inaspettata contrazione delle vendite sul mercato francese, anche a causa di un contesto climatico primaverile particolarmente mite, che registrano un meno 10,8%, parzialmente controbilanciate dalla discreta progressione delle vendite nette della Capogruppo, al +5%, al netto delle cessioni intercompany. Ciò ha inevitabilmente impattato sulla marginalità industriale dell'intero Gruppo.

Il primo semestre è inoltre gravato dai costi per il completamento del piano di riduzione del personale, stimati in circa 450.000 Euro. La spesa promo pubblicitaria si è mantenuta sui livelli del primo semestre 2016, in attuazione del piano di rilancio dei propri Brand, in particolare sul mercato Italiano.

Infine, il semestre risulta appesantito dal consolidamento della neo-controllata Perofil Fashion, avvenuto in un periodo stagionalmente caratterizzato dalla bassa profittabilità per le aziende del settore.

Alla luce degli eventi richiamati, il primo semestre si chiude con una perdita di 3,8 milioni, sensibilmente più elevata rispetto a quella del primo semestre 2016 pari a circa 2 milioni.

Successivamente alla chiusura del semestre, la Capogruppo ha concluso, nei tempi concordati, il piano di riduzione del personale annunciato ad Aprile 2017 con la dichiarazione originaria di 75 esuberi; alla fine della procedura è stato possibile ridurre il numero dei licenziamenti a 55 unità, anche grazie alla condivisione con le rappresentanze sindacali e con le maestranze di processi di trasformazione del rapporto di lavoro, da tempo pieno a tempo parziale, che hanno coinvolto in maniera partecipata il complesso dei dipendenti nei reparti interessati.

Nei prossimi mesi il Gruppo sarà fortemente impegnato nel processo di riorganizzazione e razionalizzazione che segue la ristrutturazione appena attuata, oltre che nell'integrazione della neo-acquista Perofil.

Nel frattempo proseguiranno le azioni della Capogruppo, indirizzate principalmente alla valorizzazione dell'immagine del brand Oroblù 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 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. Siamo cauti nell'esprimere previsioni sull'andamento del secondo semestre, anche perché storicamente influenzato da fattori climatici esogeni e discontinui. I recuperi di marginalità derivanti dalle manovre di contenimento e razionalizzazione dei costi continueranno comunque ad essere investiti nello sviluppo prodotto, nel marketing e nell'ottimizzazione della struttura commerciale, anche se difficilmente riusciranno a recuperare il gap di profittabilità generatosi nel primo semestre.

Il contesto esterno rimane comunque sfidante ed estremamente volatile e non privo di ulteriori incertezze e di fattori di rischio che, oltre all'improvviso calo del mercato francese, purtroppo penalizzeranno e/o ritarderanno l'ottenimento degli auspicati ritorni in termini di vendite e profittabilità derivanti dall'implementazione delle azioni di cambiamento in corso.

Come illustrato, il processo di riorganizzazione e razionalizzazione, di per sé oneroso ed impegnativo, avviene in un contesto di mercato sfavorevole, che costituirà un ulteriore stimolo agli sforzi avviati. Il Gruppo 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.

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 30.06.2017, la relazione intermedia sulla gestione e l'attestazione prevista dall'art. 154 bis comma 5 del T.U.F. - sarà depositata dal 29 settembre 2017 presso la sede sociale e presso la sede di Borsa Italiana S.p.A. per la consegna a chiunque ne faccia richiesta. Da tale data sarà inoltre disponibile sul sito internet della Società www.cspinternational.it 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.

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), 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>	<i>note</i>	30 giugno 2017	31 dicembre 2016	30 giugno 2016
ATTIVITA' NON CORRENTI				
Attività immateriali:				
Avviamento	5	13.647	11.854	11.854
Altre attività immateriali	6	10.665	7.091	7.170
Attività materiali:				
Immobili, impianti, macchinari e altre immobilizzazioni di proprietà	7	17.837	16.780	16.331
Altre attività non correnti:				
Altre partecipazioni		8	8	8
Crediti finanziari, crediti vari, crediti commerciali e altre attività non correnti	8	102	47	40
Attività per imposte anticipate	9	5.180	4.515	4.485
Totale attività non correnti		47.439	40.295	39.888
ATTIVITA' CORRENTI				
Rimanenze di magazzino	10	42.130	34.610	37.460
Crediti commerciali	11	17.132	27.745	17.344
Crediti finanziari, crediti vari e altre attività	12	3.737	2.943	4.311
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	13	22.874	32.581	23.082
Totale attività correnti		85.873	97.879	82.197
TOTALE ATTIVITA'		133.312	138.174	122.085

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato - Passività

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	<i>note</i>	30 giugno 2017	31 dicembre 2016	30 giugno 2016
PATRIMONIO NETTO				
Patrimonio netto di pertinenza del Gruppo:				
- Capitale sociale	14	17.295	17.295	17.295
- Altre riserve	15	53.045	52.731	53.029
- Riserve di rivalutazione		758	758	758
- Risultato del periodo		(3.807)	1.615	(1.983)
- meno: Azioni proprie	16	(888)	(888)	(888)
TOTALE PATRIMONIO NETTO		66.403	71.511	68.211
PASSIVITA' NON CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza oltre 12 mesi:				
- Debiti verso banche	17	14.157	13.805	9.075
TFR e altri fondi relativi al personale	18	7.034	7.155	6.778
Fondi per rischi e oneri	19	3.053	2.229	2.092
Fondo imposte differite	20	3.908	2.653	2.911
Totale passività non correnti		28.152	25.842	20.856
PASSIVITA' CORRENTI				
Passività finanziarie con scadenza entro 12 mesi:				
- Debiti verso banche	21	7.308	4.909	3.296
Debiti commerciali	22	22.159	27.191	21.744
Debiti vari e altre passività	23	9.277	8.709	7.966
Debiti per imposte correnti		13	12	12
Totale passività correnti		38.757	40.821	33.018
TOTALE PASSIVITA'		66.909	66.663	53.874
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'		133.312	138.174	122.085

GRUPPO CSP

Conto economico consolidato

<i>(Importi in migliaia di Euro)</i>	<i>note</i>	Semestre al 30 giugno 2017		Semestre al 30 giugno 2016		Esercizio al 31 dicembre 2016	
Ricavi	26	51.210	100,0%	52.089	100,0%	126.247	100,0%
Costo del venduto	27	(28.071)	-54,8%	(27.424)	-52,7%	(65.277)	-51,7%
Margine industriale		23.139	45,2%	24.665	47,3%	60.970	48,3%
Spese dirette di vendita	28	(4.949)	-9,7%	(4.707)	-9,0%	(9.901)	-7,8%
Margine commerciale lordo		18.190	35,5%	19.958	38,3%	51.069	40,5%
Altri ricavi (spese) operativi	29	685	1,3%	445	0,9%	1.321	1,0%
Spese commerciali e amministrative	30	(22.251)	-43,5%	(21.916)	-42,1%	(47.796)	-37,9%
Costi di ristrutturazione	31	(450)	-0,9%	0	0,0%	(156)	-0,1%
Risultato operativo		(3.826)	-7,5%	(1.513)	-2,9%	4.438	3,5%
Svalutazioni/ripristini di valore di attività non correnti	32	(100)	-0,2%	0	0,0%	0	0,0%
Altri proventi (oneri) finanziari	33	(238)	-0,5%	(117)	-0,2%	(170)	-0,1%
Risultato prima delle imposte		(4.164)	-8,1%	(1.630)	-3,1%	4.268	3,4%
Imposte sul reddito	34	357	0,7%	(353)	-0,7%	(2.653)	-2,1%
Utile (perdita) netto del Gruppo		(3.807)	-7,4%	(1.983)	-3,8%	1.615	1,3%

Risultato per azione - base	Euro	(0,114)	(0,060)	0,049
Risultato per azione - diluito	Euro	(0,114)	(0,060)	0,049

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 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;
- 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
- 2015** - acquisizione della società Oroblù Germany GmbH, distributrice dei prodotti Oroblù sul mercato tedesco;
- 2017** - acquisizione di Perofil Fashion Srl con i marchi Perofil e Luna di Seta.

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

Il Comunicato è presente sul sito Internet www.cspinternational.it