



Comunicato Stampa

Ceresara (MN), 4 marzo 2022

CSP: I RISULTATI PRELIMINARI CONSOLIDATI 2021 EVIDENZIANO UN SIGNIFICATIVO MIGLIORAMENTO DELLA REDDITIVITÀ E DELLA SITUAZIONE FINANZIARIA

- **Ricavi Netti: ca. 91 milioni di euro (2020: 82,9 milioni di euro)**
- **EBITDA: ca. 6,9 milioni di euro (2020: -0,8 milioni di euro)**
- **Posizione finanziaria Netta: liquidità per ca. 5,4 milioni di euro (2020: debito per 0,7 milioni di euro)**

Il Consiglio di Amministrazione di CSP International Fashion Group S.p.A., società quotata sul mercato MTA di Borsa Italiana, produttrice di calze, collant, intimo, costumi da bagno, maglieria e articoli moda con i marchi Oroblù, Lepel, Sanpellegrino, Cagi, Le Bourget, Well, Perofil e Luna di Seta, in data odierna ha esaminato i dati preconsuntivi consolidati dell'esercizio 2021, non ancora assoggettati a revisione legale e pertanto passibili di modifiche.

I Ricavi Netti consolidati ammontano a circa 91 milioni di euro, in aumento di circa 8,1 milioni di euro (+9,8%) rispetto a 82,9 milioni di euro realizzati nel 2020.

L'EBITDA ammonta a circa 6,9 milioni di euro, in progresso di circa 7,7 milioni di euro rispetto ai - 0,8 milioni di euro del 2020. L'incidenza sui ricavi netti è pari a circa il 7,5 % (-1,0% nel 2020).

La Posizione finanziaria netta è positiva per circa 5,4 milioni di euro (liquidità netta), in netto miglioramento, rispetto a 0,7 milioni di euro di debito del 31 dicembre 2020; non considerando il debito ascrivibile al principio contabile IFRS16 la posizione finanziaria netta risulta positiva per circa 11,7 milioni di euro rispetto ai 3,1 milioni di euro del 31 dicembre 2020.

Nonostante i primi mesi del primo semestre e l'ultimo trimestre, siano stati caratterizzati dalle limitazioni introdotte dai Governi per fronteggiare il riaccutizzarsi della pandemia COVID-19, il fatturato al 31 dicembre 2021, grazie alla ripresa dei consumi registrata soprattutto in Francia, evidenzia vendite in incremento di quasi il 9,8%.

Il Consiglio di Amministrazione ritiene che, alla luce dei risultati preliminari oggi esaminati, l'esercizio 2021 possa evidenziare un utile netto consolidato positivo nell'ordine di circa 1 milione di euro (rispetto ad una perdita di 6,2 milioni nel 2020).

La ripresa del fatturato nell'ultimo bimestre, soprattutto in Francia, l'efficacia delle azioni di contenimento e razionalizzazione dei costi, unitamente al maggior contributo di componenti positive non ricorrenti (per circa 1,5 milioni di euro), hanno consentito di conseguire risultati per l'intero esercizio in sensibile miglioramento rispetto a quelli del precedente, oltre le aspettative.

Lo scenario domestico ed internazionale rimane fortemente impattato dalle dinamiche di sensibile incremento dei prezzi per quanto concerne le materie prime, i costi energetici ed i trasporti, ulteriormente aggravate dalle tensioni geo-politiche causate dagli eventi bellici dell'Est Europa, che influiranno sui risultati attesi nei prossimi esercizi.

L'evoluzione dei sopra citati fattori, nel contesto attuale caratterizzato da elevata incertezza e scarsa visibilità, risulta estremamente difficile da prevedere.

Si ricorda che i dati annuali completi e definitivi dell'esercizio 2021, come da calendario finanziario, saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 28 marzo 2022 e successivamente pubblicati nei tempi e nei modi previsti dalla normativa applicabile; sugli stessi sono in corso le attività di verifica da parte della società di revisione.

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 comunicato non ancora assoggettata a revisione legale 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 rischio e 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.

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.

Per ulteriori informazioni:

CSP International Fashion Group S.p.A.

Simone Ruffoni

Head of Investor Relations

Telefono: 0376-8101

info.investors@cspinternational.it

CSP International Fashion Group

CSP International è stata fondata nel 1973 a Ceresara, (MN) nel distretto della calzettoria, 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 2020 un fatturato consolidato di 82,9 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% del fatturato è realizzato all'estero e il 43% in merceologie diversificate, diverse dai collant.

I suoi marchi si rivolgono a diversi target del mercato:

- **Sanpellegrino**: il marchio storico della calzettoria 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 calzettoria 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 calzettoria 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;
- 2010** - acquisizione del Gruppo WELL (49,5 mln di euro di fatturato, 20% di quota di mercato calzettoria 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.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.
- 2019** - sviluppo di collezioni eco sostenibili con utilizzo di filati riciclati e a basso impatto ambientale;
- 2020** - accelerazione della "digital transformation", con lo sviluppo di canali di comunicazione web e social.

Il Gruppo CSP International ha la missione di produrre e distribuire in tutto il mondo calze, collant, intimo, costumi da bagno e abbigliamento dai capi e materiali innovativi e della migliore qualità. Ricerca, innovazione tecnologica e stilistica e sostenibilità ambientale sono alla base di tutta la sua produzione.

Il comunicato è presente sul sito www.cspinternational.it nella sezione IR / Comunicati Stampa