

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2002

Gonzalo Hinojosa
Presidente

Escenario macroeconómico en España

	2000	2001	Previsión 2002	Real 2002	Prev. 2003
PIB	4,1	2,8	1,7	2,0	2,4
IPC	4,0	2,7	3,0	4,0	3,2
CONSUMO PRIVADO	4,0	2,7	1,8	1,7	2,2
DEMANDA NACIONAL	4,2	2,8	2,3	1,9	2,3

Fuente: Ministerio de Economía e INE

Continúa la ralentización de la economía con desaceleración del consumo privado.

Las estimaciones para la economía española, sitúan nuestro crecimiento por encima de la media europea.

Las ventas del comercio al por menor presentaban una evolución positiva a diciembre 2002, +2.6% frente al incremento del + 6.2% registrado en 2001.

.

Evolución del sector

Fuente: TNS FASHION PANEL

VOLUMEN	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ROPA HOMBRE	2,2%	3,4%	13,5%	7,3%	-1,9%	2,4%
ROPA MUJER	16,6%	10,1%	14,8%	7,0%	8,5%	4,4%

VALOR	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ROPA HOMBRE	8,4%	6,9%	11,2%	7,1%	-1,2%	2,7%
ROPA MUJER	16,3%	12,6%	12,5%	6,1%	1,0%	2,2%



Principales cifras



JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2002

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 28 DE FEBRERO DE 2003

Millones de Euros	2002/03	% S/VTAS	2001/02	% S/VTAS	<i>Incto%</i>
VENTAS	845,97	100%	795,05	100%	6,40
Coste de ventas	-410,18		-387,69		5,80
MARGEN BRUTO	435,79	51,51%	407,36	51,24%	6,98
Gastos operativos	-282,43		-259,77		8,72
Result. Operativo	153,36	18,13%	147,59	18,56%	3,91
Gtos E. comercial	-29,86		-26,91		10,96
Gtos. E. distribución	-18,42		-14,23		29,44
Gtos. E. central	-20,18		-18,88		6,89
Total. Gtos Estructura	-68,46	8,09%	-60,03	7,55%	14,06
Total Gastos	-350,89	41,48%	-320,00	40,25%	9,65
EBITDA	84,90	10,04%	87,56	11,01%	-3,04
Amortizaciones y prov.	-40,43		-35,43		14,11
EBIT	44,48	5,26%	52,14	6,56%	-14,70
Rdos. Financieros	-5,05		-5,42		
Pta en equivalencia	-3,52		-3,79		
Fdo.Comercio cons.	-2,84		-2,87		
Extraordinarios	-7,35		-2,78		
BAT	25,72	3,04%	37,28	4,69%	-31,02
Impuestos	-5,38		-8,95		
Minoritarios	0,14		0,85		
Beneficio neto	20,48	2,42%	29,18	3,67%	-29,83



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 28 DE FEBRERO DE 2003 semestres aislados

Millones de Euros

	1er S02	1erS01	% Incto	2ºS02	2ºS01	% Incto	2002	2001	% Incto
VENTAS	364,80	351,95	3,7	481,17	443,10	8,6	845,97	795,05	6,4
MARGEN BRUTO	189,82	186,60	1,7	245,98	220,76	11,4	435,79	407,36	7,0
EBITDA	28,78	41,24	-30,2	56,13	46,32	21,2	84,90	87,56	-3,0
EBIT	9,14	23,66	-61,4	35,34	28,48	24,1	44,48	52,14	-14,7
BAT	-2,56	17,01	-115,0	28,28	20,27	39,5	25,72	37,28	-31,0
Beneficio neto	0,39	13,20	-97,0	20,08	15,98	25,7	20,48	29,18	-29,8



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 28 DE FEBRERO DE 2003 semestres aislados

Millones de Euros

	1er S02	1erS01	% Incto	2ºS02	2ºS01	% Incto	2002	2001	% Incto
VENTAS	364,80	351,95	3,7	481,17	443,10	8,6	845,97	795,05	6,4
MARGEN BRUTO	189,82	186,60	1,7	245,98	220,76	11,4	435,79	407,36	7,0
EBITDA	28,78	41,24	-30,2	56,13	46,32	21,2	84,90	87,56	-3,0
EBIT	9,14	23,66	-61,4	35,34	28,48	24,1	44,48	52,14	-14,7
BAT	-2,56	17,01	-115,0	28,28	20,27	39,5	25,72	37,28	-31,0
Beneficio neto	0,39	13,20	-97,0	20,08	15,98	25,7	20,48	29,18	-29,8



Resultados del negocio internacional

La difícil situación que atraviesan los mercados de Europa continental, especialmente Alemania, ha restado de modo importante a la fuerte recuperación experimentada por el Grupo en el mercado doméstico

Incluimos a continuación la evolución de los márgenes del negocio extranjero durante el ejercicio fiscal comparados con el año anterior sin tener en cuenta los costes indirectos asignados.

(Miles de Euros)	Ej. 02	% venta	Ej. 01	% venta
MR.BRUTO	113.491	48,6%	113.819	49,5%
Rdo Operativo antes amort.	13.802	5,9%	23.251	10,1%
Amortizaciones	15.078	6,5%	12.397	5,4%
Rdo Operativo .	-1.275	-0,5%	10.854	4,7%

En el mercado doméstico el resultado operativo crecería al 14%.

Comentarios a la cuenta de resultados

- Distinto comportamiento Internacional vs Península
 - Empeoramiento del entorno, especialmente Alemania.
 - Cambios en los equipos gestores de Internacional.
- Gran esfuerzo de reestructuración y mejora
 - Nueva estructura logística.
 - Mejoras en los procesos de compras.
 - Cambios estructurales en la forma de comprar y planificar.
 - Inversión y mejoras en tecnología (Ej. S.I.V).
 - Inversión en capital humano.

Balance

RESUMEN DEL BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO A 28 DE FEBRERO DE 2003

	2002	2001	% Inc		2002	2001	% Inc
ACTIVO				PASIVO			
Inmovilizado neto	283,85	263,97	7,53	Fondos propios	298,11	293,97	1,41
Fondo de comercio	15,64	18,45	-15,23	Minoritarios, Dif.neg consol y provisiones	7,19	9,77	-26,41
Gastos a distribuir	0,39	0,38	2,63	Deuda a largo plazo	111,25	81,94	35,77
Existencias	262,75	237,41	10,67	Total pasivo a largo plazo	416,55	385,68	8,01
Deudores	51,26	48,89	4,85	Deuda financiera a corto plazo	21,29	27,01	-21,20
Inversiones financ.Temp y tesorería	11,56	5,76	100,69	Acreedores comerciales y no comerciales y prov.	190,96	163,76	16,61
Periodificaciones	3,35	1,59	110,69	Total pasivo a corto plazo	212,25	190,77	11,26
Total activo circulante	328,92	293,65	12,01	TOTAL PASIVO	628,80	576,45	9,08
TOTAL ACTIVO	628,80	576,45	9,08				

Cifras en millones de euros

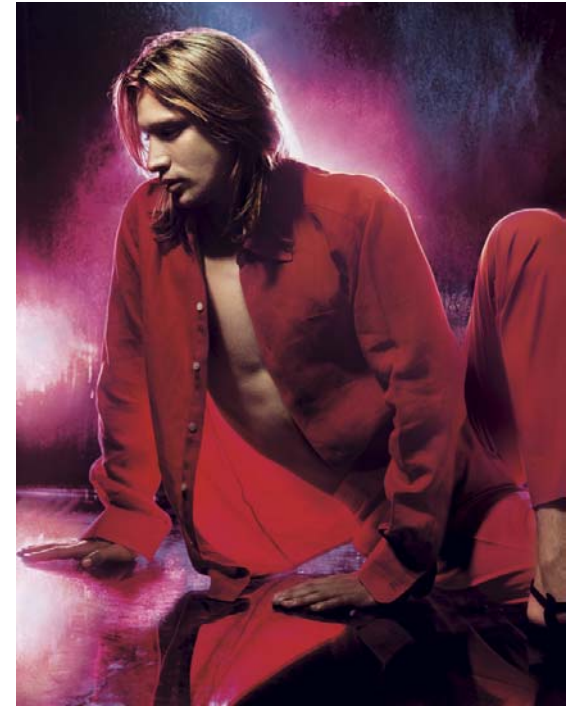


Inversiones en tiendas

(en millones de euros)

	2002	2001
• Inmaterial	9.36	8.11
• CAPEX en nuevas tiendas		
· España	21.63	22.26
· Internacional	16,38	13.33*
· TOTAL	38.01	35.59
• Reformas		
· España	10.85	14.01
· Internacional	3.36	12.77*
· TOTAL	14.21	26.78
• Resto	5.51	7.34
 TOTAL CAPEX TIENDAS	 67.09	 77.82

* No recoge el impacto de la adquisición de las tiendas de Werdin al incluirse como inversión financiera en 2000 la incorporación de la sociedad. Solo recoge las reformas producidas en 2001.



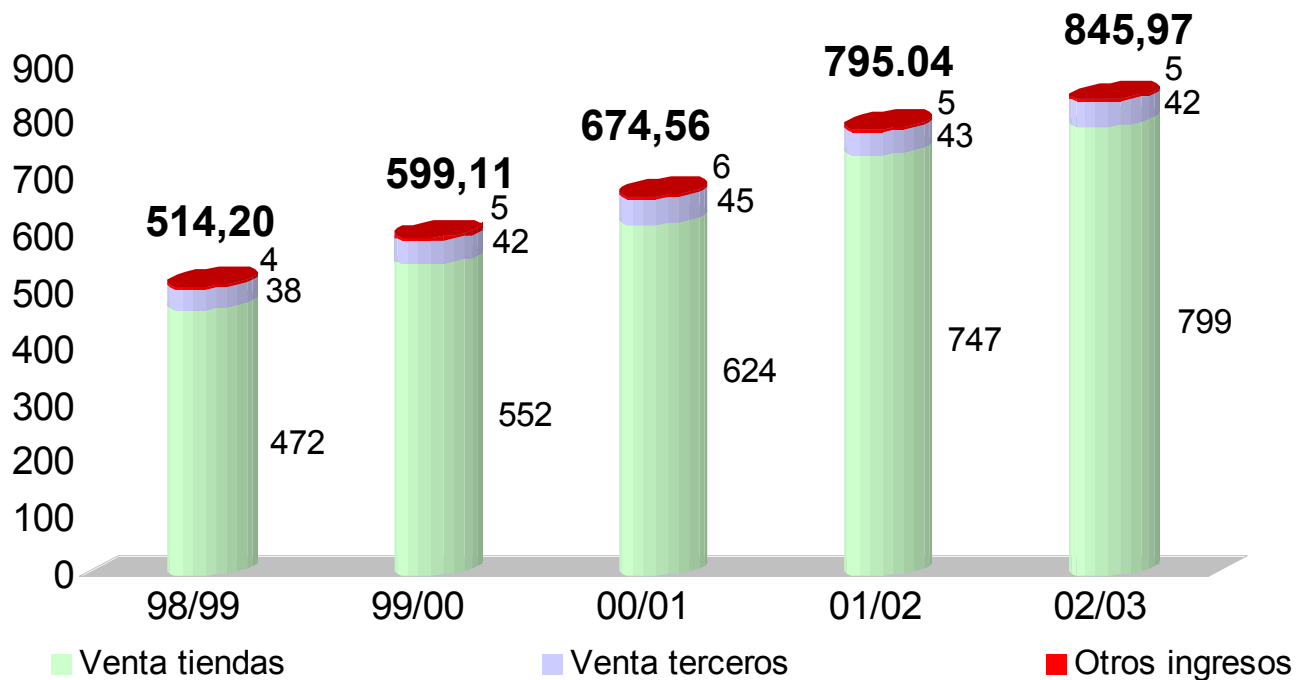
Ventas



JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
2002

EVOLUCIÓN INGRESOS FISCALES POR PARTIDAS

Millones de Euros

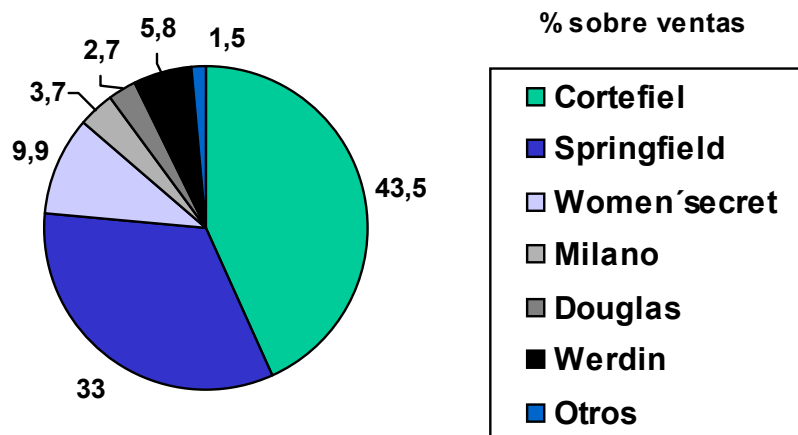


VENTAS EN TIENDAS GESTIÓN PROPIA

	2002	2001	% Incto
Cortefiel	347,05	315,30	10,07
Springfield	263,24	245,60	7,18
Milano	29,70	29,82	-0,41
Women'secret	79,07	61,45	28,67
Douglas	21,59	15,78	36,81
Werdin (*)	46,28	67,59	-31,53
Otros	11,58	11,37	1,83
Total	798,50	746,91	6,91

Cifras en millones de euros

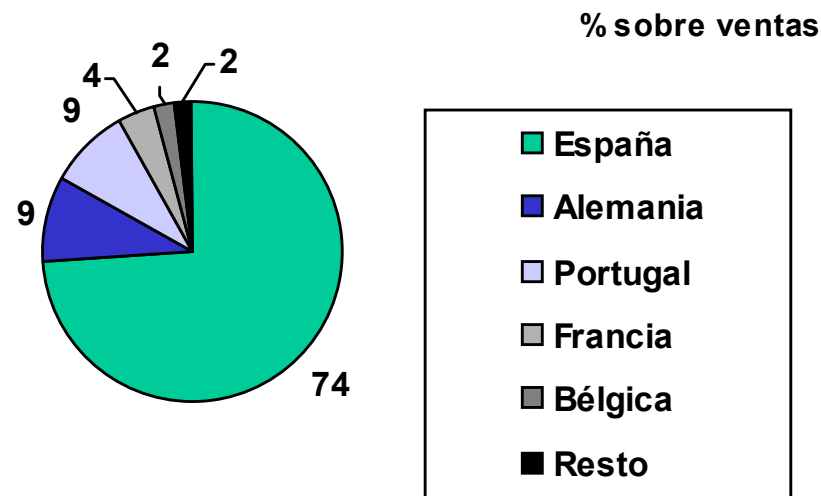
(*) La incorporación de Werdin en enero de 2001 supuso un ejercicio de 14 meses para la cadena. Los 9 millones de euros de ventas correspondientes a enero y febrero 2001 y que quedaban fuera del ejercicio fiscal del Grupo que comienza en marzo se incorporaron en el 4º trimestre de 2001.



VENTAS EN TIENDAS GESTIÓN PROPIA POR PAÍSES

País	2002	2001	Incto %
España	589,12	525,70	12,06
Francia	35,41	37,20	-4,82
Alemania	72,35	89,97	-19,58
Portugal	69,42	67,84	2,33
Bélgica	19,97	16,42	21,61
Resto	12,24	9,78	25,19
Total	798,50	746,91	6,91

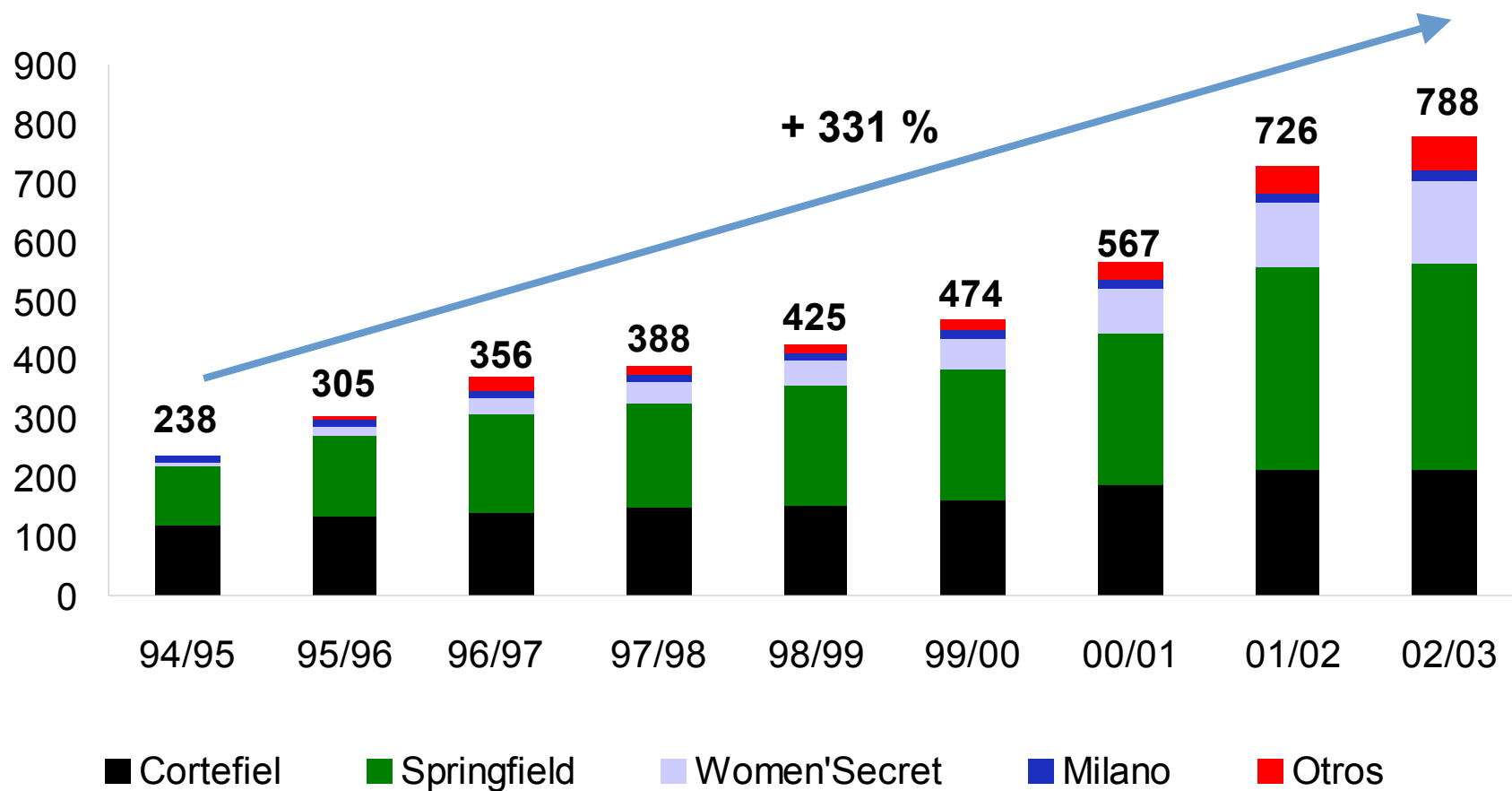
Cifras en millones de euros





Tiendas

Número de tiendas*



(*) no incluye córners ni franquicias.

Su inclusión implica alcanzar **884 puntos de venta**.

Nuevas tiendas abiertas*

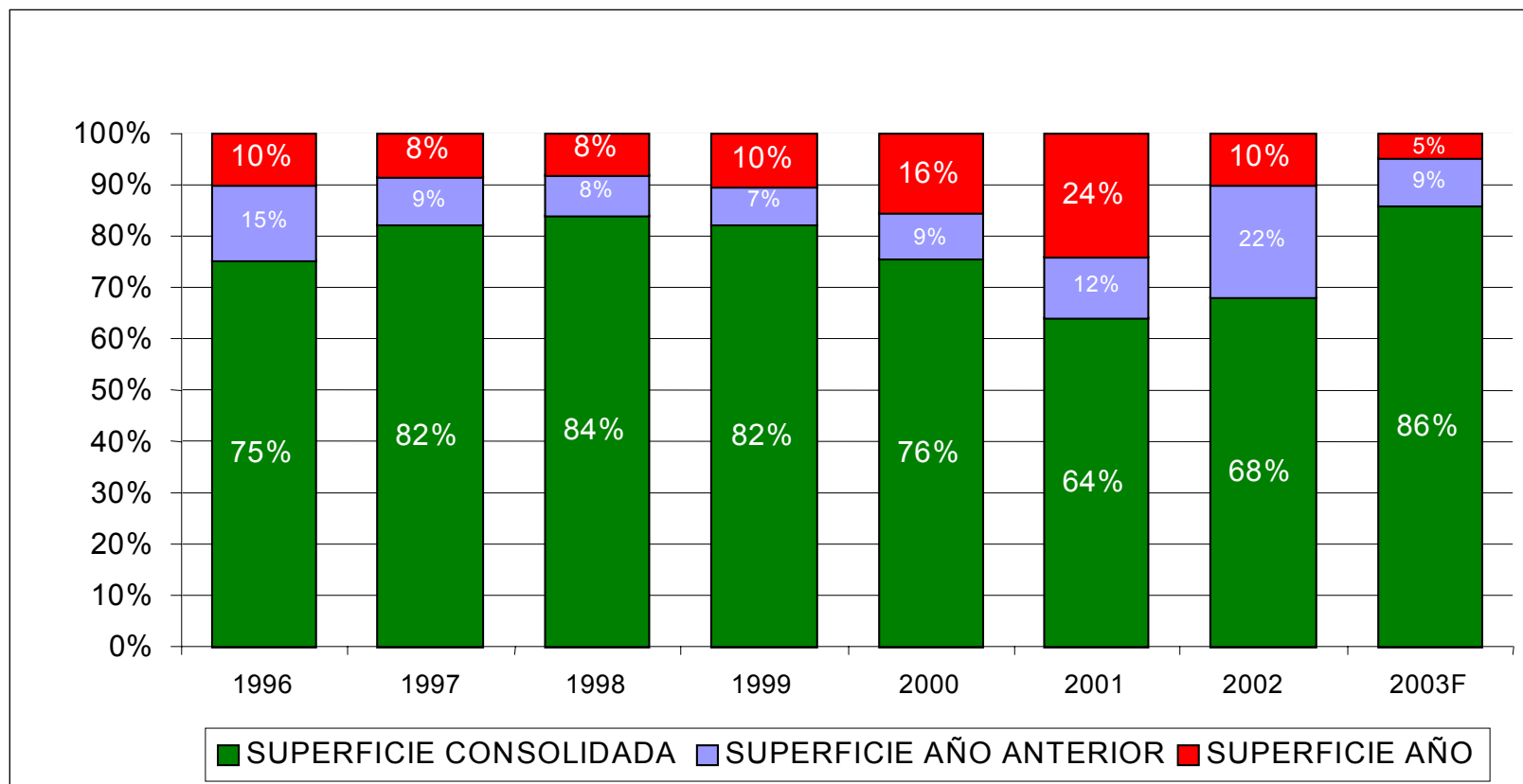
	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03
CORTEFIEL	12	8	13	23	27	18
SPRINGFIELD	15	32	23	36	92	29
MILANO	1	1	1	1	4	1
WOMEN'S SECRET	10	5	10	26	33	28
DOUGLAS	1	7	4	10	12	11
OTROS	1	0	3	2	0	2
TOTAL GRUPO	40	53	54	98	169	91

* No incluye corners ni franquicias. No considera cierres de tiendas.



Tiendas:

Fuerte componente de tiendas inmaduras que se reduce en 2003.



EXPANSION DEL GRUPO CORTEFIEL (884 PUNTOS DE VENTA)



Actualizado 28 FEBRERO 2003. Cortefiel hombre y mujer se consideran tiendas separadas.



Evolución en el primer trimestre de 2003

Buen inicio de la temporada P/V 2003

Datos al primer trimestre

Buena evolución de las ventas

Total ingresos consolidados: 194,5 Millones de euros +15,4%

Ventas en tiendas: 179,18 Millones de euros +14,6%

Desglose:

VENTAS EN TIENDAS GESTIÓN PROPIA

	1er TRIM 03	1er TRIM 02	% Incto
Cortefiel	77,66	65,67	18,26
Springfield	58,45	50,84	14,97
Milano	7,05	6,94	1,59
Women'secret	18,29	12,94	41,34
Douglas	5,68	4,31	31,79
Werdin	9,18	13,19	-30,40
Otros	2,88	2,45	17,63
Total	179,19	156,34	14,62

VENTAS EN TIENDAS GESTIÓN PROPIA POR PAÍSES

País	1er TRIM 03	1er TRIM 02	Incto %
España	135,21	112,49	20,20
Francia	7,82	6,88	13,66
Alemania	15,10	18,25	-17,26
Portugal	13,19	12,87	2,49
Bélgica	4,62	3,43	34,69
Otros	3,25	2,42	34,30
Total	179,19	156,34	14,62

Cifras en millones de euros

Cifras en millones de euros



JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2002

Buen inicio de la temporada P/V 2003

Datos al primer trimestre

Importantes incrementos en ventas comparables:

Cortefiel +14% (Mujer +19%; Hombre +9%)

Springfield +8%

Women'secret +13%

Milano +1%

Douglas +8%

Total ventas comparables Grupo +9%

Ventas comparables en España +13%

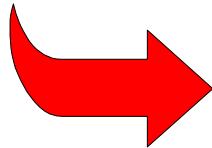


CONCLUSIONES



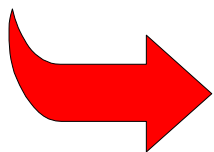
MOTIVOS PARA LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL

- MAYOR PODER DE COMPRA
- REDUCCIÓN DE LOS COSTES DE ESTRUCTURA:
APALANCAMIENTO OPERATIVO
- MAYOR PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE MARCA
- MEJORA DEL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO
- ACCESO A TECNOLOGÍA



**EL FUTURO DEL SECTOR ESTÁ EN
LAS CADENAS INTERNACIONALES
ESPECIALIZADAS**

- **ALCANZAR RECONOCIMIENTO DE MARCA EN CADA PAÍS**
 - **NECESIDAD DE ALCANZAR MASA CRÍTICA SUFICIENTE**
 - **CONSTRUCCIÓN LENTA DE LA BASE DE CLIENTES**
 - **CUIDADOSO DESARROLLO DE LOS EQUIPOS EN CADA PAÍS**
 - **IMPORTANTES COSTES DE ESTRUCTURA INICIALES**



**EL TIEMPO ES UNA PARTE
FUNDAMENTAL DE LA ECUACIÓN**

RESUMEN

UNA ESTRATEGIA CLARA Y DEFINIDA

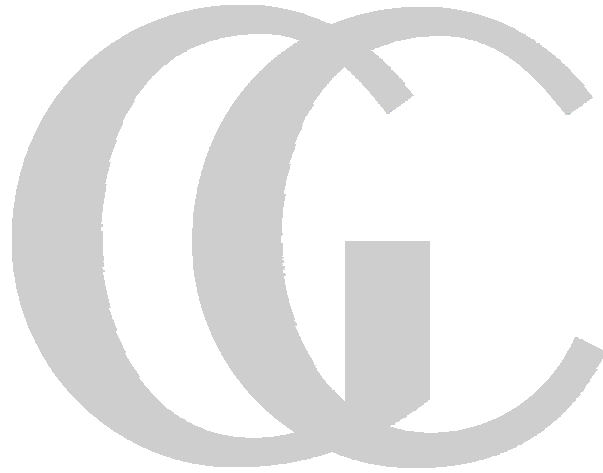
MARCAS FUERTES Y RECONOCIDAS

UNA ESTRUCTURA APALANCADA Y EFICIENTE

**ENFOQUE DE EQUIPOS Y PROFESIONALES ALTAMENTE
MOTIVADOS**

UNA TRAYECTORIA EXCELENTE

**EL COMPROMISO DE SER UNO DE LOS RETAILERS
INTERNACIONALES DE MAYOR ÉXITO**



JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2002

Gonzalo Hinojosa
Presidente



JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2002

Gonzalo Hinojosa
Presidente