

2004

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Gonzalo Hinojosa
Presidente



CORTEFIEL
PEDRO DEL HIERRO
SPRINGFIELD
WOMEN'S SECRET
MILANO
DOUGLAS





1- Entorno Competitivo

Escenario macroeconómico



	2003	2004	Prev 2005	Prev Zona Euro 2005
PIB	2,5	2,7	3	1,7
IPC	3	3	3,2	1,9
Demanda Interna	3,2	4,2	4	n.a.
Consumo Privado	2,9	3,5	3,3	n.a.

- Mejoría general en los **indicadores económicos de la zona euro** durante el ejercicio, aunque España continua manteniendo el diferencial positivo.
- Fortaleza del **consumo privado** en nuestro país, ayudado por cifras de empleo positivas.
- **Expectativas** favorables para el 2005; preocupación por el precio del crudo.

Tendencias de mercado

- Continúa el aumento de cuota de mercado de las tiendas especializadas.
- Estancamiento de ventas de los grandes almacenes.
- Crecimiento de ventas en hipermercados y supermercados.
- Descenso en cuota de los independientes



2- Principales Cifras

BALANCE CONSOLIDADO**ACTIVO****Inmovilizado neto****Fondo de comercio****Gastos a distribuir**

Existencias

Deudores

Inversiones financ.Temp y tesorería

Periodificaciones

Total activo circulante**TOTAL ACTIVO****PASIVO****Fondos propios****Minoritarios, Dif.neg consol y provisiones**

Deuda financiera a largo plazo

Otras deudas a LP

Total pasivo a largo plazo

Deuda financiera a corto plazo

Acreedores comerciales y no comerciales

Total pasivo a corto plazo**Provisiones****TOTAL PASIVO**

Cifras en millones de euros

28/02/2005**29/02/2004****264,404****277,700****12,837****13,117****0,216****0,316**

246,086

253,880

94,306

75,553

9,455

9,348

4,861

4,603

354,708**343,384****632,165****634,517****358,570****312,146****5,527****5,299**

45,384

103,174

2,404

1,874

47,788**105,048**

10,970

8,498

204,488

203,526

215,458**212,024**

4,822

0

632,165**634,517**

BALANCE CONSOLIDADO**ACTIVO****Inmovilizado neto****Fondo de comercio****Gastos a distribuir**

Existencias

Deudores

Inversiones financ.Temp y tesorería

Periodificaciones

Total activo circulante**TOTAL ACTIVO****PASIVO****Fondos propios****Minoritarios, Dif.neg consol y provisiones**

Deuda financiera a largo plazo

Otras deudas a LP

Total pasivo a largo plazo

Deuda financiera a corto plazo

Acreedores comerciales y no comerciales

Total pasivo a corto plazo**Provisiones****TOTAL PASIVO**

Cifras en millones de euros

28/02/2005**29/02/2004****264,404****277,700****12,837****13,117****0,216****0,316**

246,086

253,880

94,306

75,553

9,455

9,348

4,861

4,603

354,708**343,384****632,165****634,517****358,570****312,146****5,527****5,299**

45,384

103,174

2,404

1,874

47,788**105,048**

10,970

8,498

204,488

203,526

215,458**212,024**

4,822

0

632,165**634,517**

BALANCE CONSOLIDADO**ACTIVO****Inmovilizado neto****Fondo de comercio****Gastos a distribuir**

Existencias

Deudores

Inversiones financ.Temp y tesorería

Periodificaciones

Total activo circulante**TOTAL ACTIVO****PASIVO****Fondos propios****Minoritarios, Dif.neg consol y provisiones**

Deuda financiera a largo plazo

Otras deudas a LP

Total pasivo a largo plazo

Deuda financiera a corto plazo

Acreedores comerciales y no comerciales

Total pasivo a corto plazo**Provisiones****TOTAL PASIVO**

Cifras en millones de euros

28/02/2005**29/02/2004****264,404****277,700****12,837****13,117****0,216****0,316**

246,086

253,880

94,306

75,553

9,455

9,348

4,861

4,603

354,708**343,384****632,165****634,517****358,570****312,146****5,527****5,299**

45,384

103,174

2,404

1,874

47,788**105,048**

10,970

8,498

204,488

203,526

215,458**212,024**

4,822

0

632,165**634,517**

Cuenta de resultados consolidada a 28 de Febrero de 2005

	2004	% S/VTAS	2003	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	971,27	100%	921,25	100%	5,43
Coste de ventas	-430,84		-449,98		
MARGEN BRUTO	540,43	55,64%	471,27	51,16%	14,68
Gastos de personal	-177,25		-171,20		3,53
Gastos de explotación	-220,10		-205,54		7,09
Total gastos	-397,35	40,91%	-376,74	40,89%	5,47
EBITDA	143,08	14,73%	94,53	10,26%	51,36
Amortizaciones y prov.	-48,67	5,01%	-46,88	5,09%	3,82
EBIT	94,41	9,72%	47,65	5,17%	98,13
Rdos. Financieros	-3,17		-4,4		
Fdo.Comercio Cons y soc. Participadas	-2,65		-2,79		
Extraordinarios	-5,09		-2,61		
BAT	83,50	8,60%	37,85	4,11%	120,62
Impuestos	-21,30		-7,88		
Minoritarios	0,03		0,07		
Beneficio neto	62,24	6,41%	30,04	3,26%	107,17

Millones de euros

Comentario a los resultados

Ventas/Ingresos

- Ventas totales millones de 971,27 millones de €
+5,43%. Ventas comparables positivas +3%
- Ventas de Franquicias de Springfield y Women´Secret
en crecimiento
- Estrategia comercial centrada en márgenes

Ventas en tiendas gestionadas

Formato	Ventas en millones de euros		
	2004	2003	% Incto
Cortefiel	362,70	356,58	1,72%
Springfield	304,56	286,11	6,45%
Milano	30,30	30,03	0,90%
Women ´ secret	133,45	111,77	19,40%
Douglas (*)	35,35	33,53	5,42%
Werdin	36,99	37,15	-0,43%
Otros	12,39	12,94	-4,24%
Total	915,74	868,12	5,49%

País	Ventas en millones de euros		
	2004	2003	Incto %
España	694,42	653,18	6,31%
Francia	38,68	38,48	0,52%
Alemania	64,65	64,89	-0,37%
Portugal	78,9	74,33	6,15%
Bélgica	23,64	23,19	1,92%
Resto	15,45	14,04	10,03%
Total	915,74	868,12	5,49%

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS COMPARABLES

Formato	2004	2003
Cortefiel	1	1
Springfield	2	3
Women ´ sec	12	17
Douglas	11	9
Milano	2	1
Werdin	-1	-11
Total	3	3

Comentarios a la cuenta de resultados

Ventas/Ingresos

➤ El consumo en España mantiene su diferencial respecto al resto de Europa.

-España:+6%;

-Portugal :+6%

-Alemania y Francia planas.

➤ Todos los formatos , menos Werdin con LFL positivo.

- Women´Secret : +12% LFL.

- Springfield, recuperación en la segunda parte del ejercicio: +7%LFL en el 4º trimestre.

Cuenta de resultados consolidada a 28 de Febrero de 2005

	2004	% S/VTAS	2003	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	971,27	100%	921,25	100%	5,43
Coste de ventas	-430,84		-449,98		
MARGEN BRUTO	540,43	55,64%	471,27	51,16%	14,68
Gastos de personal	-177,25		-171,20		3,53
Gastos de explotación	-220,10		-205,54		7,09
Total gastos	-397,35	40,91%	-376,74	40,89%	5,47
EBITDA	143,08	14,73%	94,53	10,26%	51,36
Amortizaciones y prov.	-48,67	5,01%	-46,88	5,09%	3,82
EBIT	94,41	9,72%	47,65	5,17%	98,13
Rdos. Financieros	-3,17		-4,4		
Fdo.Comercio Cons y soc. Participadas	-2,65		-2,79		
Extraordinarios	-5,09		-2,61		
BAT	83,50	8,60%	37,85	4,11%	120,62
Impuestos	-21,30		-7,88		
Minoritarios	0,03		0,07		
Beneficio neto	62,24	6,41%	30,04	3,26%	107,17

Millones de euros

Comentarios a la cuenta de resultados

Márgenes

- Mejora de 439 puntos básicos
- Factores de mejora :
 - Entorno de precios favorable y mix de producto beneficioso.
 - Gestión de inventarios más rápida y eficiente.
 - Mejores precios de compra: efecto dólar junto a mayor poder de negociación.
 - Reducción de la política de descuentos en Cortefiel.

Cuenta de resultados consolidada a 28 de Febrero de 2005

	2004	% S/VTAS	2003	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	971,27	100%	921,25	100%	5,43
Coste de ventas	-430,84		-449,98		
MARGEN BRUTO	540,43	55,64%	471,27	51,16%	14,68
Gastos de personal	-177,25		-171,20		3,53
Gastos de explotación	-220,10		-205,54		7,09
Total gastos	-397,35	40,91%	-376,74	40,89%	5,47
EBITDA	143,08	14,73%	94,53	10,26%	51,36
Amortizaciones y prov.	-48,67	5,01%	-46,88	5,09%	3,82
EBIT	94,41	9,72%	47,65	5,17%	98,13
Rdos. Financieros	-3,17		-4,4		
Fdo.Comercio Cons y soc. Participadas	-2,65		-2,79		
Extraordinarios	-5,09		-2,61		
BAT	83,50	8,60%	37,85	4,11%	120,62
Impuestos	-21,30		-7,88		
Minoritarios	0,03		0,07		
Beneficio neto	62,24	6,41%	30,04	3,26%	107,17

Millones de euros

Comentario a los resultados

Resultados de explotación

➤ El EBITDA 143,08 mill € ; 14,73% sobre ventas.

- Mejora en 447 puntos respecto 2003/04.
- Crecimiento del 5,47% del total de gastos.
- 1ª mitad más intensiva en gastos
- Crecimientos de gastos operativos algo mayor que el de las ventas → inc. 20% gastos publicidad y marketing.

➤ El EBIT 94,41 mill €, mejora un 98,13% por la moderación de la expansión directa y la estabilización de las amortizaciones:

- Mejora en 455 puntos básicos.
- Se sitúa en el 9,72% de las ventas.

Cuenta de resultados consolidada a 28 de Febrero de 2005

	2004	% S/VTAS	2003	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	971,27	100%	921,25	100%	5,43
Coste de ventas	-430,84		-449,98		
MARGEN BRUTO	540,43	55,64%	471,27	51,16%	14,68
Gastos de personal	-177,25		-171,20		3,53
Gastos de explotación	-220,10		-205,54		7,09
Total gastos	-397,35	40,91%	-376,74	40,89%	5,47
EBITDA	143,08	14,73%	94,53	10,26%	51,36
Amortizaciones y prov.	-48,67	5,01%	-46,88	5,09%	3,82
EBIT	94,41	9,72%	47,65	5,17%	98,13
Rdos. Financieros	-3,17		-4,4		
Fdo.Comercio Cons y soc. Participadas	-2,65		-2,79		
Extraordinarios	-5,09		-2,61		
BAT	83,50	8,60%	37,85	4,11%	120,62
Impuestos	-21,30		-7,88		
Minoritarios	0,03		0,07		
Beneficio neto	62,24	6,41%	30,04	3,26%	107,17
Millones de euros					

Comentarios a la cuenta de resultados

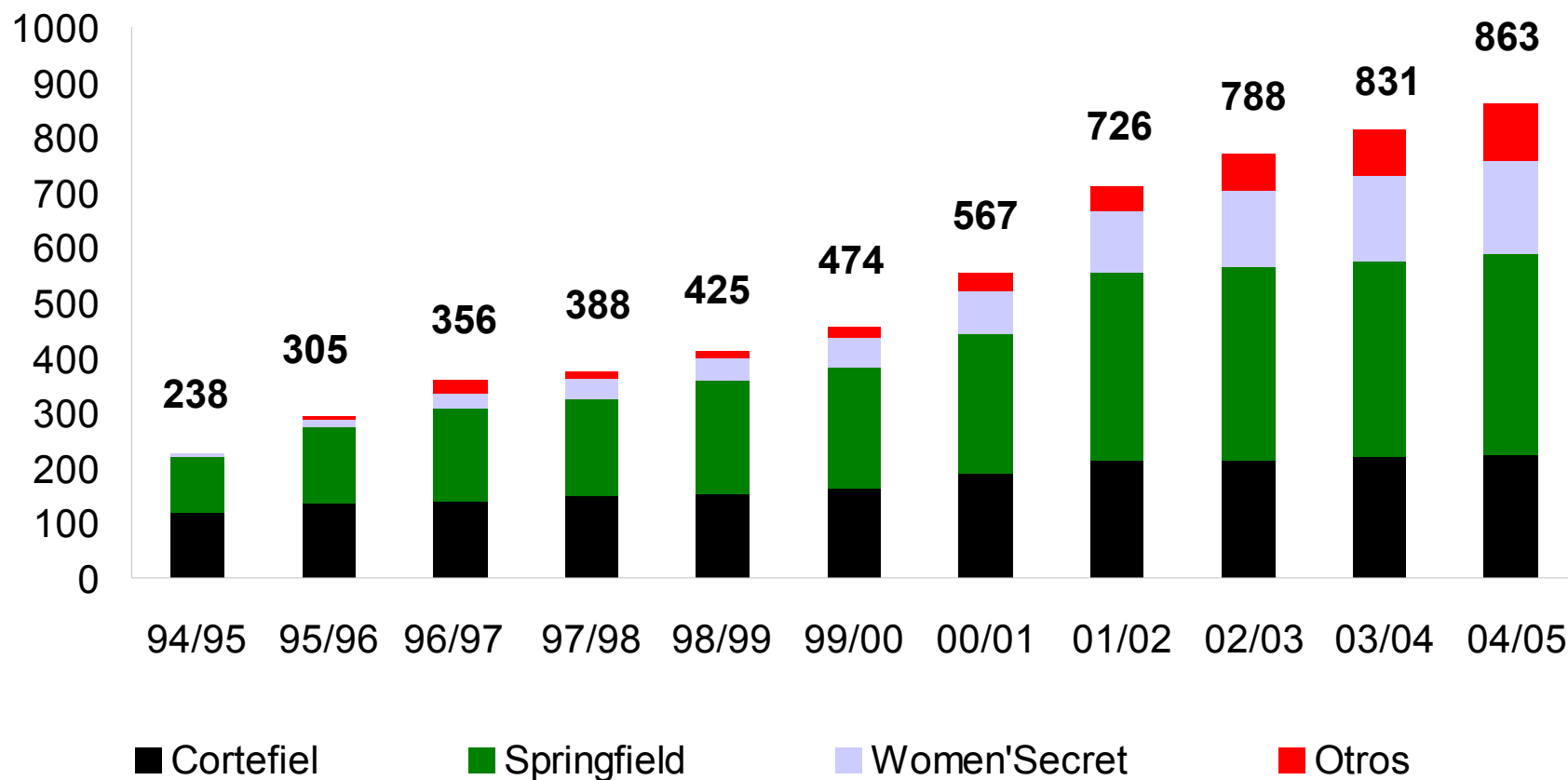
Resultados de explotación

- Mejora del resultado financiero: reducción de deuda y entorno de tipos favorable.
- Mejora en participadas: concentración en negocios “core”.
 - Fondo de comercio de consolidación 2,4 mill €.
- Incremento neto de extraordinarios:
 - Plan de saneamiento de la red comercial.
 - Expediente regulación de empleo por cese actividad fábrica de Madrid por importe de 4,8 mill €.
- Beneficio neto atribuible: 62 mill € +107%, confirmando el éxito de la estrategia de negocio del Grupo.



3- Presencia Internacional y aperturas

Número de tiendas directamente gestionadas



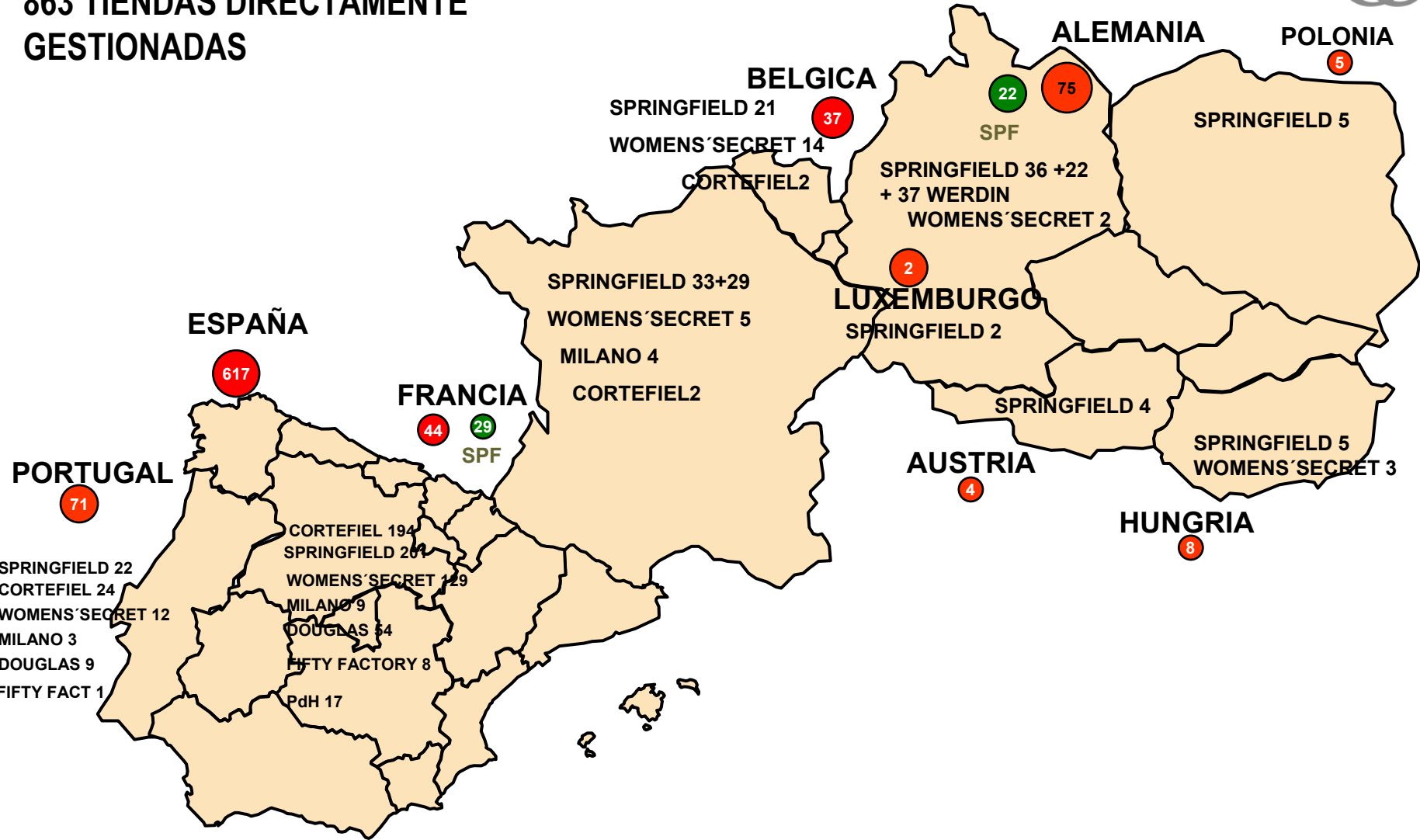
*No incluye córners ni franquicias. Su inclusión supone alcanzar los 1.100 puntos de venta

Número de tiendas abiertas

	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05
CORTEFIEL	8	13	23	27	18	17	4
SPRINGFIELD	32	23	36	92	29	22	21
MILANO	1	1	1	4	1	--	1
WOMEN'S SECRET	5	10	26	33	28	16	20
DOUGLAS	7	4	10	12	11	10	7
OTROS	0	3	2	0	2	2	5
TOTAL GRUPO	53	54	98	169	91	67	58

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

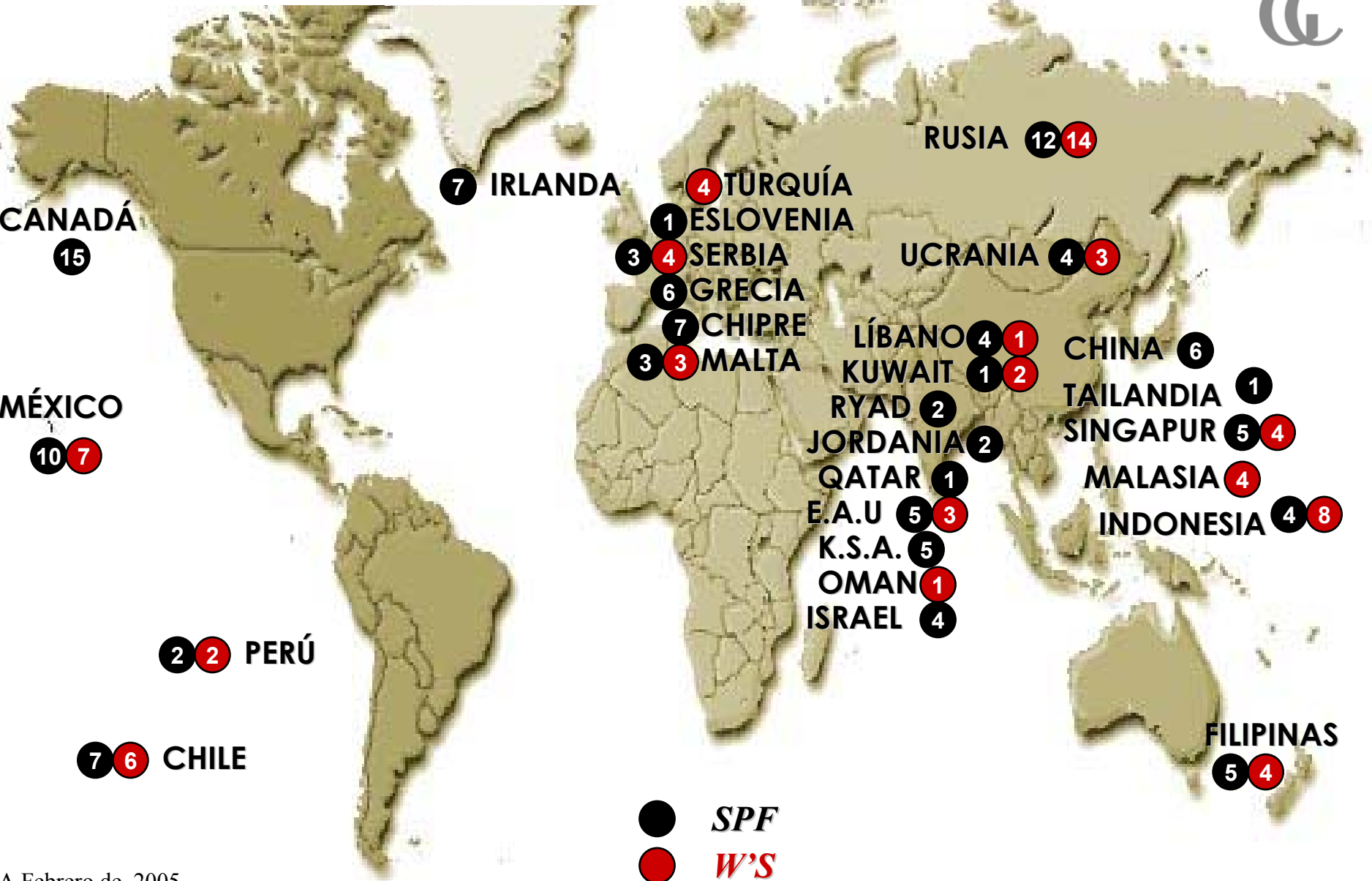
GRUPO CORTEFIEL
863 TIENDAS DIRECTAMENTE
GESTIONADAS



● Tiendas
● Corners



FRANQUICIAS (186 TIENDAS)



● *SPF*
● *W'S*

Previsión de apertura de nuevas tiendas

APERTURAS PREVISTAS 2005						
FORMATO	ESPAÑA	INTERNACIONAL	TOTAL TDG	FRANQUICIAS	CORNER	TOTAL
CORTEFIEL	4	2	6	0	17	6
SPRINGFIELD	16	20	36	45		98
WOMEN'S SECRET	20	9	29	50		79
MILANO	0	0	0	0		0
DOUGLAS	11	4	15	0		15
OTROS	0	0	0	0		0
TOTAL	51	35	86	95	17	198

No considera cierres

- Consolidación y cierta aceleración en el ritmo de aperturas.
- Predominio de España sobre el resto de Europa en TDG.
- Apertura de entorno a 95 franquicias. Vía de penetración en grandes mercados (Canadá, China, Rusia,etc) sin apenas inversión.
- Córners: estrategia de aceleración de la penetración de la marca (Alemania, Francia).



4- Resultados del primer trimestre del ejercicio 2005/6

Preanuncio de resultados 1T05

GRUPO CORTEFIEL EVOLUCIÓN REAL MAYO. 2004, ESTIMADO 2005

	ESTIMADO		REAL	
	MAYO 2005	% s/ventas	MAYO 2004	% s/ventas
VENTAS	218,533	100%	197,280	100%
MARGEN BRUTO	131,916	60,36%	110,482	56,00%
EBITDA	36,537	16,72%	27,030	13,70%
BAT	22,771	10,42%	12,416	6,29%
Beneficio Neto	16,988	7,77%	9,702	4,92%
Millones de euros				

- Mejora la cifra de ingresos en más de un 10%
- Mejora de margen bruto en más de 430 puntos básicos
- Buenas colecciones ,correcta política de compras, posicionamiento de producto y gestión de inventarios.
- Incremento del beneficio en más de un 70%

Preanuncio de resultados 1T05

VENTAS EN TIENDAS GESTIÓN PROPIA

	1er TRIM 05	1er TRIM 04	% Incto		1T05	1T04
				Cortefiel	6	0
Cortefiel	82,91	77,54	6,92	Springfield	11	-6
Springfield	68,11	58,49	16,45	Milano	5	0
Milano	6,75	7,00	-3,63	Women´sec	3	20
Women´secret	28,10	24,04	16,90	Douglas	6	9
Douglas	8,14	7,06	15,30	Werdin	-12	3
Werdin	8,57	9,45	-9,29			
Otros	2,86	2,57	11,27	Total	6	1
Total ventas en tiendas millones de euros	205,44	186,15	10,36			

- Mejora de ventas directas en más de un 10%.
- Comportamiento positivo de todos los formatos excepto Werdin.
- Muy positivo en Springfield y positivo en Cortefiel, mostrando el acierto de sus estrategias comerciales.
- Positivo en Women´Secret a pesar de la difícil Comparativa.



2- Ofertas públicas de adquisición sobre Cortefiel

SOBRE EL PROCESO DE VENTA DE CORTEFIEL

➤ Historia reciente:

- Grupo Cortefiel se convierte en grupo de referencia en el panorama de la distribución textil europea.
- Profesionalización de la gestión y creación de los mejores equipos directivos, comerciales y técnicos.
- Mejor momento posible para la desvinculación de la empresa de sus fundadores, con un proyecto de futuro inmejorable y ante un relevo generacional complejo.

➤ Sobre el futuro:

- Tanto CVC Capital Partners, como Permira y PAI Partners son compañías de reconocida solvencia y prestigio y expertos inversores en nuestro sector.
- Ambos grupos muestran su intención de mantener una estrategia en línea respecto de la actual.
- Y pretenden asimismo dar participación activa en la gestión al actual management de la compañía.



2- Conclusiones

CONCLUSIONES

- ✓ EQUIPOS. Nuestras personas marcan la diferencia
- ✓ Mejora en los PROCESOS
- ✓ Excelencia de nuestro MODELO
- ✓ Determinación en la recuperación de la RENTABILIDAD;
“Plan 70”



CORTEFIEL TIENE UN GRAN FUTURO

2004

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Gonzalo Hinojosa
Presidente



CORTEFIEL
PEDRO DEL HIERRO
SPRINGFIELD
WOMEN'S SECRET
MILANO
DOUGLAS

