

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2003

Gonzalo Hinojosa
Presidente



1- Entorno Competitivo



Escenario macroeconómico en España

	2002	2003	Prev. 2004
PIB	2.0	2.4	2,9
IPC	3,5	3.0	2.2
DEMANDA INTERNA			
- Disponibilidad Consumo	4.6	3.1	5.4

Leve mejoría de los indicadores sin entrar en franca recuperación.

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

Fuente: Ministerio de Economía e INE

La situación geopolítica (11-M e Iraq) y las elecciones han tenido impacto en el inicio de la temporada Primavera/Verano 04, pero la tendencia es de clara mejoría.

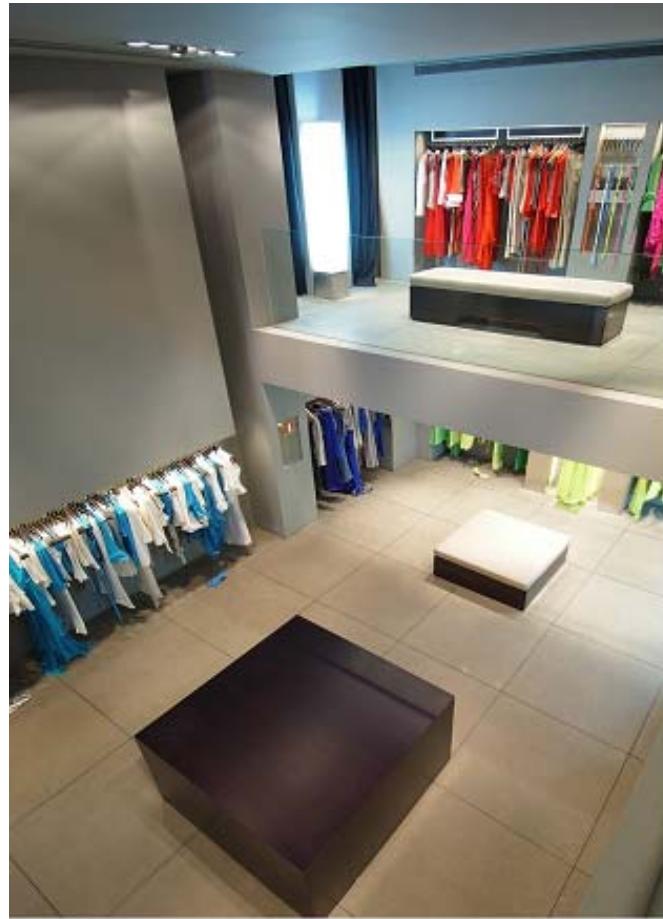


Tendencias de mercado

- Aumento de las tiendas especializadas.
- Reducción multimarcas independientes.
- Recuperación de hipermercados.
- Mantenimiento de los grandes almacenes.
- Fuerte crecimiento de la superficie en centro comerciales.



2- Principales cifras



Balance

RESUMEN DEL BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO A 29 DE FEBRERO DE 2004

ACTIVO	2003	2002	%Inc	PASIVO	2003	2002	%Inc
Inmovilizado neto	277,70	283,85	-2,16	Fondos propios	312,15	298,11	4,71
Fondo de comercio	13,12	15,64	-16,12	Minoritarios, Dif.neg consol y provisiones	5,31	6,57	-19.1
Gastos a distribuir	0,32	0,39	-17,94	Deuda a largo plazo	105,05	112,43	-6.16
Existencias	253,88	262,75	-3,38	Total pasivo a largo plazo	422,51	417,11	1,29
Deudores	75,55	52,89	42,84	Deuda financiera a corto plazo	8,88	21,29	-58,3
Inversiones financ.Temp y tesorería	9,35	10,48	-10,78	Acreedores comerciales y no comerciales y prov.	203,14	190,96	5,8
Periodificaciones	4,60	3,35	37,3	Total pasivo a corto plazo	212,02	212,24	-0.1
Total activo circulante	343,38	329,47	4,22	TOTAL PASIVO	634,52	629,35	0,8
TOTAL ACTIVO	634,52	629,35	0,8				

Cifras en millones de euros



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 29 DE FEBRERO DE 2004

	2003/04	% S/VTAS	2002/03	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	921,25	100%	845,97	100%	8,90
Coste de ventas	-449,98		-410,18		9,70
MARGEN BRUTO	471,27	51,16%	435,79	51,51%	8,14
Gastos de personal	-171,20	18,58%	-160,58	18,98%	8,00
Gastos de explotación	-205,54	22,31%	-190,31	22,50%	6,62
Total Gastos	-376,75	40,90%	-350,89	41,48%	7,37
EBITDA	94,53	10,26%	84,90	10,04%	11,34
Amortizaciones y prov.	-46,88		-40,43		15,96
EBIT	47,65	5,17%	44,48	5,26%	7,12
Rdos. Financieros	-4,40		-5,05		
Fdo. Com.cons. Y Participadas	-2,79		-6,36		
Extraordinarios	-2,61		-7,35		
BAT	37,85	4,11%	25,72	3,04%	47,16
Impuestos	-7,88		-5,38		
Minoritarios	0,07		0,14		
Beneficio neto	30,04	3,26%	20,48	2,42%	46,68



Comentarios a la cuenta de resultados

Ventas/Ingresos

➤ Desaceleración del crecimiento en superficie. Etapa de consolidación.

	2000	2001	2002	2003
%Inc Sup	25%	30%	10%	4%

- Ventas totales 916 millones de € +9%. Ventas comparables positivas +3,3%.
- Ventas con Franquicias como vía complementaria de crecimiento.



Ventas en tiendas gestionadas

	2003	2002	% IncTo		2003	2002	IncTo %
Cortefiel	358,97	343,37	4,54	España	653,18	589,12	10,87
Springfield	286,11	263,24	8,69	Francia	38,48	35,41	8,68
Milano	30,03	29,70	1,12	Alemania	64,89	72,35	-10,32
Women'secret	109,38	82,76	32,17	Portugal	74,33	69,42	7,08
Douglas (*)	33,53	21,59	55,34	Bélgica	23,19	19,97	16,14
Werdin	37,15	46,28	-19,73	Resto	14,04	12,24	14,71
Otros	12,94	11,58	11,78	Total	868,12	798,50	8,72
Total	868,12	798,50	8,72				

VENTAS COMPARABLES AL CIERRE DEL EJERCICIO

2003

Cortefiel	1
Springfield	3
Women'sec	17
Douglas	9
Milano	1
Werdin	-11
Total	3

(*) El cambio de fecha de cierre en el ejercicio fiscal de la sociedad a septiembre ha supuesto un ejercicio de 14 meses para la cadena.

Cifras en millones de euros

Comentarios a la cuenta de resultados

Ventas/Ingresos

- Meteorología adversa
- Positiva evolución en casi todos los países (LFL)
 - Francia +8% y Bélgica +7%
 - Alemania: SPRINGFIELD +10% y WERDIN -11%
 - España: +4%
- Portugal todavía negativo: -1% (LFL)
- Todos los formatos en positivo (LFL) salvo Werdin :
 - women'secret +17%



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 29 DE FEBRERO DE 2004

	2003/04	% S/VTAS	2002/03	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	921,25	100%	845,97	100%	8,90
Coste de ventas	-449,98		-410,18		9,70
MARGEN BRUTO	471,27	51,16%	435,79	51,51%	8,14
Gastos de personal	-171,20	18,58%	-160,58	18,98%	8,00
Gastos de explotación	-205,54	22,31%	-190,31	22,50%	6,62
Total Gastos	-376,75	40,90%	-350,89	41,48%	7,37
EBITDA	94,53	10,26%	84,90	10,04%	11,34
Amortizaciones y prov.	-46,88		-40,43		15,96
EBIT	47,65	5,17%	44,48	5,26%	7,12
Rdos. Financieros	-4,40		-5,05		
Fdo. Com.cons. Y Participadas	-2,79		-6,36		
Extraordinarios	-2,61		-7,35		
BAT	37,85	4,11%	25,72	3,04%	47,16
Impuestos	-7,88		-5,38		
Minoritarios	0,07		0,14		
Beneficio neto	30,04	3,26%	20,48	2,42%	46,68



Comentarios a la cuenta de resultados

Márgenes

- Crece en las cadenas comerciales.+68 pb
- Recuperación gradual impacto negativo negocio industrial. Impacto en 2º trimestre 03 por D.Algodón.
- Efecto mixto de las nuevas franquicias. Más Volumen y capacidad. Menos Margen bruto.
- No impacto \$ en 2003. Previsible en 2004. Sourcing



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 29 DE FEBRERO DE 2004

	2003/04	% S/VTAS	2002/03	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	921,25	100%	845,97	100%	8,90
Coste de ventas	-449,98		-410,18		9,70
MARGEN BRUTO	471,27	51,16%	435,79	51,51%	8,14
Gastos de personal	-171,20	18,58%	-160,58	18,98%	8,00
Gastos de explotación	-205,54	22,31%	-190,31	22,50%	6,62
Total Gastos	-376,75	40,90%	-350,89	41,48%	7,37
EBITDA	94,53	10,26%	84,90	10,04%	11,34
Amortizaciones y prov.	-46,88		-40,43		15,96
EBIT	47,65	5,17%	44,48	5,26%	7,12
Rdos. Financieros	-4,40		-5,05		
Fdo. Com.cons. Y Participadas	-2,79		-6,36		
Extraordinarios	-2,61		-7,35		
BAT	37,85	4,11%	25,72	3,04%	47,16
Impuestos	-7,88		-5,38		
Minoritarios	0,07		0,14		
Beneficio neto	30,04	3,26%	20,48	2,42%	46,68



Comentarios a la cuenta de resultados

Resultados de explotación

➤ El EBITDA crece un 11% y mejora 22 Pb. en el ratio a ventas.

Moderación en la expansión

Apalancamiento operativo

Planificación, IT y distribución se han seguido reforzando

➤ El EBIT acusa el impacto de las amortizaciones:

En máximos por la expansión reciente.

Contabilización conservadora: períodos cortos



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA A 29 DE FEBRERO DE 2004

	2003/04	% S/VTAS	2002/03	% S/VTAS	Incto%
VENTAS	921,25	100%	845,97	100%	8,90
Coste de ventas	-449,98		-410,18		9,70
MARGEN BRUTO	471,27	51,16%	435,79	51,51%	8,14
Gastos de personal	-171,20	18,58%	-160,58	18,98%	8,00
Gastos de explotación	-205,54	22,31%	-190,31	22,50%	6,62
Total Gastos	-376,75	40,90%	-350,89	41,48%	7,37
EBITDA	94,53	10,26%	84,90	10,04%	11,34
Amortizaciones y prov.	-46,88		-40,43		15,96
EBIT	47,65	5,17%	44,48	5,26%	7,12
Rdos. Financieros	-4,40		-5,05		
Fdo. Com.cons. Y Participadas	-2,79		-6,36		
Extraordinarios	-2,61		-7,35		
BAT	37,85	4,11%	25,72	3,04%	47,16
Impuestos	-7,88		-5,38		
Minoritarios	0,07		0,14		
Beneficio neto	30,04	3,26%	20,48	2,42%	46,68



Comentarios a la cuenta de resultados

Otros datos

- Financieros: mejora por descenso en el endeudamiento y tipos más favorables.
- Extraordinarios: Positivos en el 4º trimestre.
- Participadas: Mejora en participadas tras el saneamiento del grupo en los últimos ejercicios y concentración en el “Core Business”.
- Resultado atribuible:+47% marca el inicio de la recuperación de los márgenes y beneficios del Grupo.



Mejora de la situación en el negocio internacional

(Miles de euros)

	<u>2003</u>	<u>2002</u>
Resultado Operativo* Gestión directa	1.503	-249
Resultado Operativo Franquicias	5.208	3.780

ASPECTOS NEGATIVOS

Perdida *Werdin* 1S03 y saneamiento



Recuperación 2S03 y 2004

Año difícil en *Portugal*



Clara recuperación en 2004

Lento incremento de las *ventas/m²*



Continúa el proceso de maduración

Procesos de reestructuración de tiendas



Aperturas selectivas con éxito

Reestructuración management



Consolidación de los equipos

✓ Positivo impacto de las franquicias:

- Sin riesgo de inversión
- Sin riesgo de inventarios

✓ Mayor notoriedad de las marcas

✓ Apalancamiento operativo

*Neto de amortizaciones.

No incluye asignación de gastos generales

ASPECTOS POSITIVOS

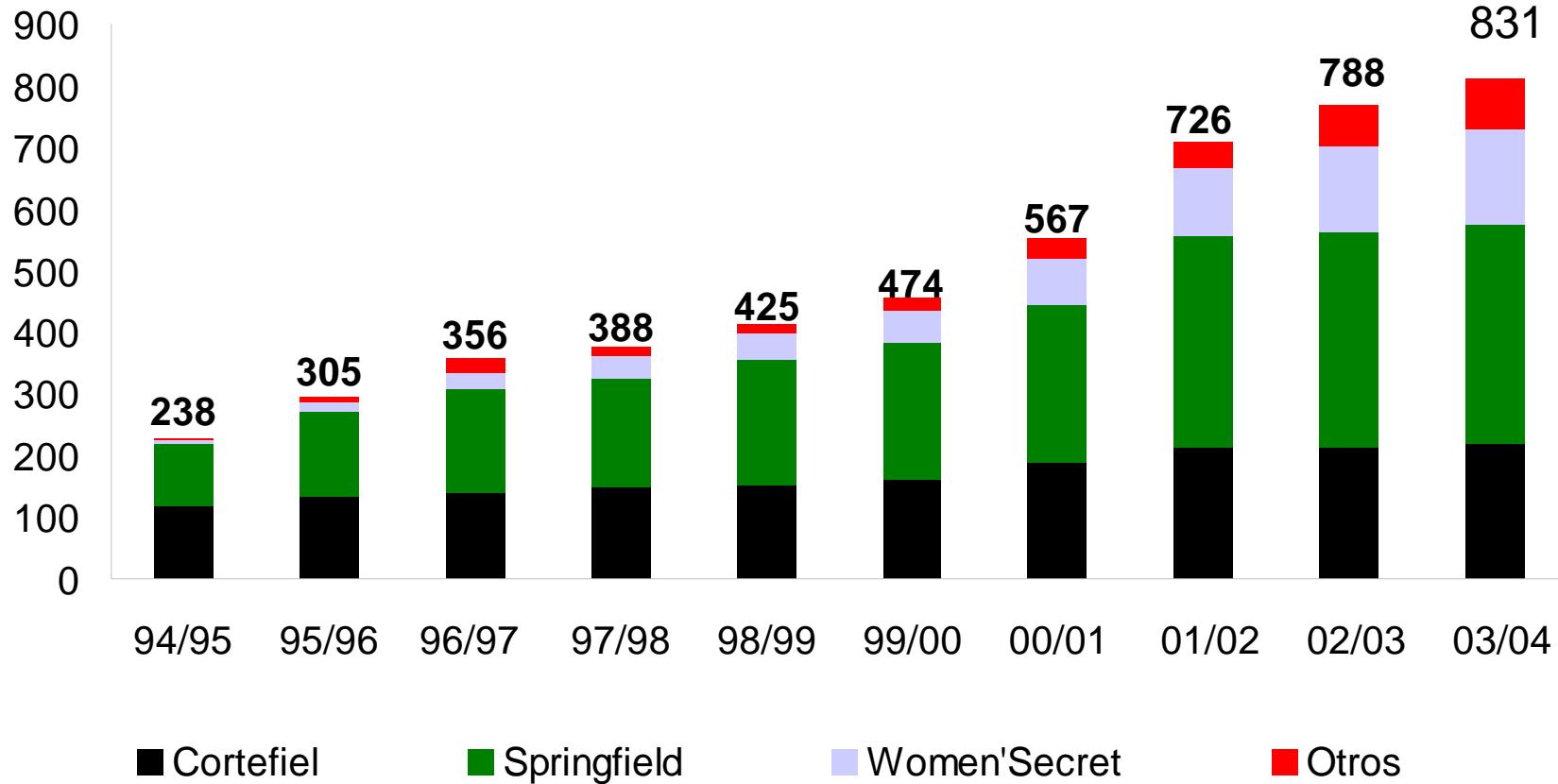




3- Presencia Internacional y aperturas



Número de tiendas



(*) no incluye cárteras ni franquicias.

Su inclusión implica alcanzar **986 puntos de venta**.



Nuevas tiendas abiertas

	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04
CORTEFIEL	12	8	13	23	27	18	17
SPRINGFIELD	15	32	23	36	92	29	22
MILANO	1	1	1	1	4	1	--
WOMEN'SECRET	10	5	10	26	33	28	16
DOUGLAS	1	7	4	10	12	11	10
OTROS	1	0	3	2	0	2	2
TOTAL GRUPO	40	53	54	98	169	91	67

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



GRUPO CORTEFIEL

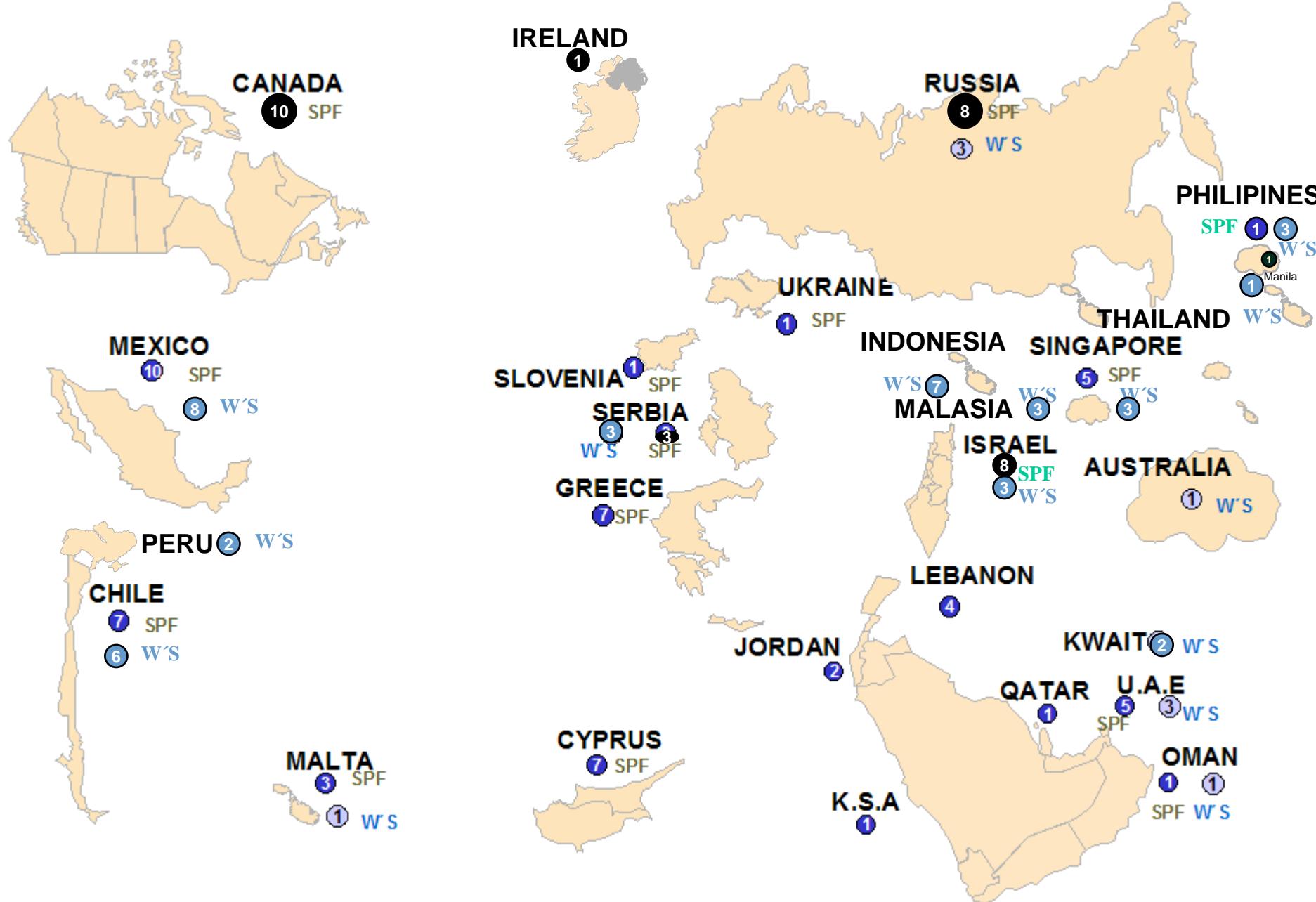
831 TIENDAS DIRECTAMENTE GESTIONADAS ...



Actualizado 29 de Febrero 2004. Tiendas Cortefiel considera hombre y mujer por separado



... EXPANSIÓN DE FRANQUICIAS (133 PUNTOS DE VENTA)



Previsión apertura de nuevas tiendas

APERTURAS PREVISTAS 2004						
FORMATO	ESPAÑA	INTERNACIONAL	TOTAL TDG	FRANQUICIAS	CORNERS	TOTAL
CORTEFIEL	3	0	3	0		3
SPRINGFIELD	22	10	32	45	23	100
WOMEN'SECRET	17	7	24	38		62
MILANO	0	0	0	0		0
DOUGLAS	10	2	12	0		12
OTROS	0	0	0	0		0
TOTAL	52	19	71	83	23	177

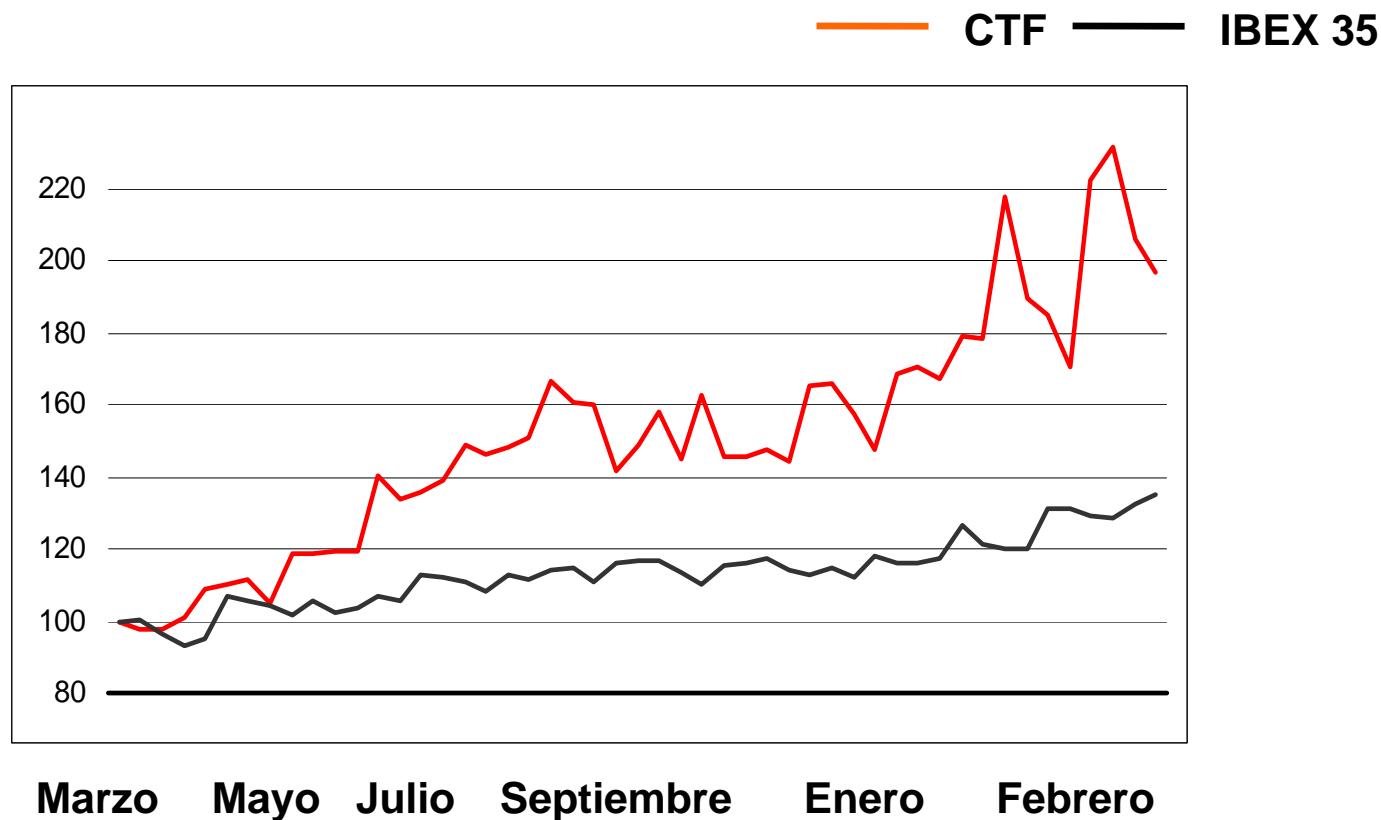
No considera cierres

- Se mantiene la fase de consolidación en gestión directa.
- Todavía reequilibrando el peso España (+ TGD)/extranjero (+ Corners y Franquicias).
- Expansión de franquicias en especial grandes mercados :China, Canadá, Rusia.
- Añadimos la fórmula “corner” en Alemania, testada en Francia



Evolución bursátil

- Marzo 2003-Febrero 2004; Excelente comportamiento Cortefiel
- Ibex 35: + 36% Cortefiel: +132%



Evolución bursátil

- Mejoría de las bolsas mundiales en el periodo; mejoría económica y empresarial. Destaca España.
- Evolución Marzo 2004 - Junio 2004 : -11.5%
 - Corrección lógica después de la subida.
 - Perspectivas positivas por negocio y valoración
 - Recomendación consenso analistas positiva





5- Perspectivas para el próximo ejercicio



Perspectivas para el próximo ejercicio

- Positiva evolución ventas en el año, con un comportamiento de menos a mas.
- Buenas perspectivas de evolución en márgenes:
 - Compras
 - Mayor eficiencia
 - Apalancamiento operativo



6 - Conclusiones



Claves del ejercicio

- Ventas: evolución positiva en un entorno de consumo debilitado en Europa.
- Recursos: Estabilización y maduración de los recursos creados. Se estabiliza el crecimiento en superficie comercial.
- Negocio internacional:
 - Desarrollo de acuerdo con expectativas en el área internacional, excelente Francia y Bélgica. Recuperación Alemania 2º sem.
 - Consolidación equipos comerciales e inicio del proceso de maduración.
 - Adaptación a mercados locales. Mejora notoriedad de las marcas.



Planteamiento estratégico

➤ Recuperación de niveles de rentabilidad

1- Aprovechando los recursos de que se dispone:

- Estructura centralizada.
- Balance saneado.
- Apalancamiento operativo

2 -Planificación consciente.Crecimiento moderado.
Maduración de los recursos en proceso.

3 -Fortalecimiento de imagen de marca. Conceptos individualizados cada vez mas fuertes.Desarrollo de franquicias.

4 – Adaptación al cliente.



RESUMEN

UNA ESTRATEGIA CLARA Y DEFINIDA

MARCAS FUERTES Y RECONOCIDAS

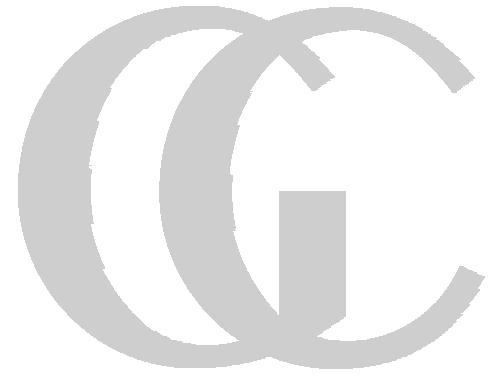
UNA ESTRUCTURA APALANCADA Y EFICIENTE

ENFOQUE DE EQUIPOS ALTAMENTE PROFESIONALES

UNA TRAYECTORIA EXCELENTE

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





JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

2003

Gonzalo Hinojosa
Presidente

