



Nueve primeros meses de 2004

Resultados



Miércoles, 10 de noviembre de 2004

Índice

■ Acontecimientos del 3 ^{er} trimestre	página	3
■ Magnitudes y hechos principales	página	5
■ Reorganización	página	6
■ Adquisiciones: Etinera y Balkan Star	página	7
■ RTM	página	8
■ Cigarrillos	página	9
■ Cigarros	página	18
■ Logística	página	24
■ Magnitudes Financieras	página	30
■ Conclusión	página	37
■ Anexos	página	39

Información sobre la acción y bonos

Acción : Código Isin - ES0177040013 Reuters - ALT.MC (Madrid) ALDS.PA (París) Bloomberg - ALT.SM (Madrid) ALD.SM (París)

Bonos : 5 años - ES017683730 (Reuters) ED147823 / Isin XS0176837309 (Bloomberg)
10 años - ES017683837 (Reuters) ED147819 / Isin XS0176838372 (Bloomberg)

Sólidos resultados de los nueve primeros meses: Ventas económicas +4,0%, Ebitda +3,2%

- Altadis ha resistido a la fuerte reacción de los consumidores ante los aumentos de precios en el mercado francés, uno de sus mercados principales de cigarrillos, y a la debilidad de otros mercados de Europa Occidental (descensos de los volúmenes totales).
- A pesar de estos acontecimientos y del efecto negativo del tipo de cambio del dólar, las ventas han aumentado un 4,0% hasta 2.598 millones de euros, con unas ventas orgánicas de 2.500 millones de euros.
- El Ebitda ha crecido el 3,2% hasta 833 millones de euros. El Ebitda orgánico ha sido de 773 millones de euros.
- El beneficio neto ha ascendido a 347 millones de euros frente a los 354 millones de euros de los nueve primeros meses de 2003. El beneficio por acción ha sido de 122 céntimos de euro (+0,6%). El beneficio neto y el beneficio por acción antes de la amortización del fondo de comercio han ascendido a 464 millones de euros (+5,1%) y a 163 céntimos de euro (+7,6%), respectivamente.
- Fuerte generación de flujo de caja libre operativo por importe de 891 millones de euros.

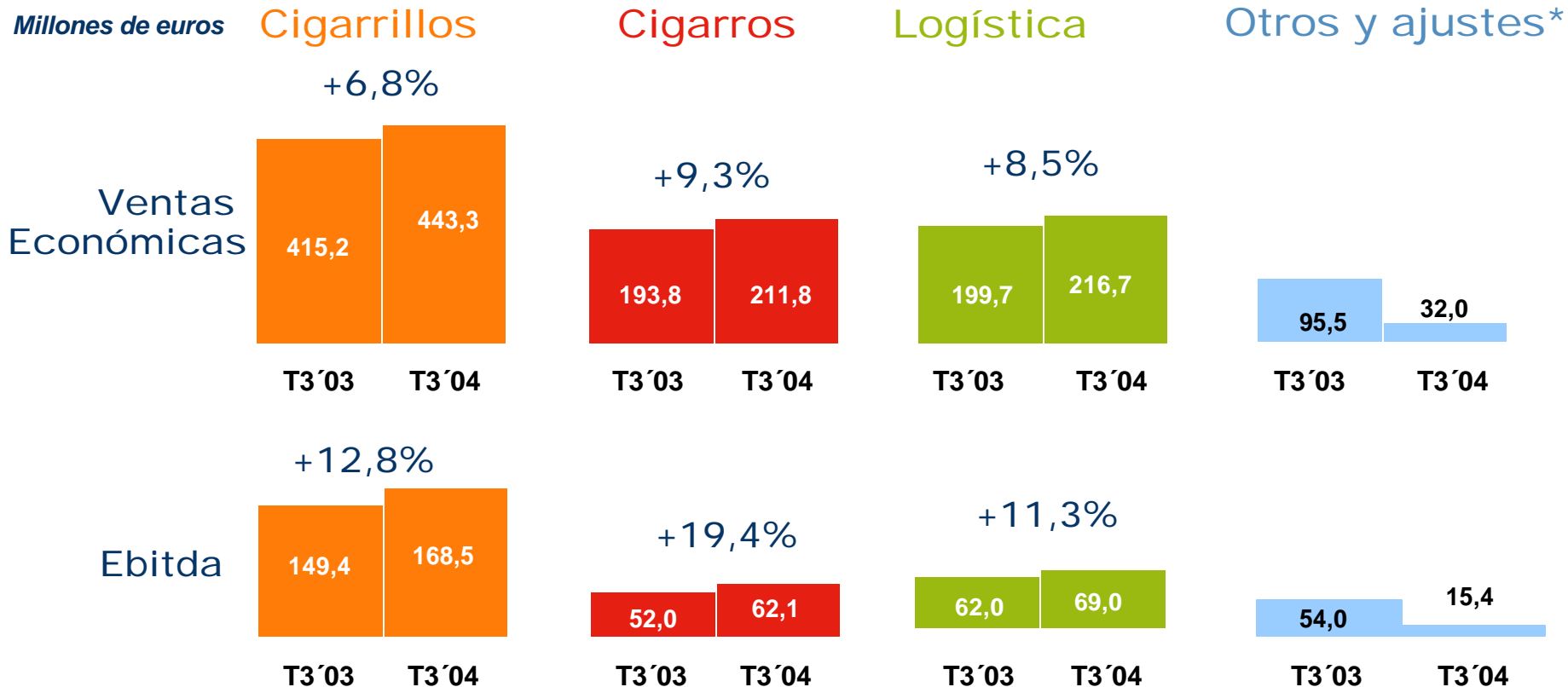
Notas: Las cifras orgánicas reflejan la evolución a perímetro y moneda constantes

Beneficio neto antes del fondo de comercio = beneficio neto + amortización del fondo de comercio

Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX – crédito a los estanqueros

T3: El crecimiento de Cigarros y la consolidación de RTM compensan el impacto del mercado Francés en Cigarrillos y Logística

Total ventas económicas: €904 mn estables frente a 2003



Total Ebitda: €315 mn -0,8 %

Otros y ajustes incluye, básicamente, la eliminación de las ventas entre unidades de negocio y, en 2003, también incluía las ventas de RTM (Régie des Tabacs du Maroc). En 2004, las cifras correspondientes a RTM están incluidas dentro de las unidades de negocio de Cigarrillos y Logística.

Magnitudes y hechos principales: Líder en tabaco y distribución

bn = mil millones

Cigarrillos

Cigarros

Logística

Posición en el Mercado

Nº 3 en Europa Occidental
Nº 1 en España
Nº 2 en Francia
Nº 4 en Alemania
Nº 1 en Marruecos

Nº 1 Mundial
Nº 1 en EE.UU.
Nº 1 en España
Nº 1 en Francia

163.000 puntos de venta en Europa Occidental y Marruecos

Volumen

80,5 bn de cigarrillos ⁽¹⁾

2.654 mn de cigarros

€5.945 mn ⁽²⁾

Ventas Económicas ⁽³⁾ (variación)

€1.363 mn (+5,3%)

€608 mn (+10,5%)

€627 mn (+5,6%)

Grupo (variación)

Ventas Económicas

€ 904 mn (0%)

€ 2.598 mn (+4,0%)

EBITDA

€ 315 mn (-0,8%)

€ 833 mn (+3,2%)

Beneficio Neto

€ 157 mn (+17,9%)

€ 347 mn (-1,7%)

Bº Neto antes del fondo de comercio⁽⁴⁾

€ 193 mn (+10,4%)

€ 464 mn (+5,1%)

3^{er} trimestre 2004

9 meses 2004

Plantilla (30/09/04)

25.371

(1) Incluye 5,3 bn de marcas concedidas bajo licencia a terceros

(2) Ventas netas de Logística

(3) "Otros y ajustes" suponen la diferencia hasta el total de las ventas económicas, cero en 2004 y 59 millones de euros en 2003. Incluye las ventas correspondientes a RTM en 2003, mientras que en 2004 las cifras de RTM están incluidas en las unidades de negocio de Cigarrillos y Logística

(4) Beneficio neto antes del fondo de comercio: beneficio neto + amortización del fondo de comercio

La reorganización ha comenzado a implantarse

- Marruecos, Francia y España están en proceso de reorganización
- En Marruecos, más de 800 personas (sobre una plantilla total de 2.300) están causando baja voluntaria en la compañía. Los ahorros recurrentes serán superiores a 10 millones de euros
- En Francia, el proceso implantación ya ha comenzado. El taller de cigarrillos de Morlaix ha sido cerrado en septiembre de 2004. La fábrica de Tonneins, las 2 instalaciones de Dijon y el centro de distribución regional de Lille serán cerrados en diciembre de 2004, y la fábrica de Lille en agosto de 2005
- En España, las conversaciones para alcanzar un acuerdo con los sindicatos sobre el plan de reorganización están progresando
- La reorganización europea (España + Francia) proporcionará ahorros superiores a 70 millones de euros (anuales, recurrentes, obtenidos en su totalidad en 2006 y parcialmente en 2004 y 2005) por un coste de 243 millones de euros, de los cuales 240 millones de euros, ya fueron contabilizados en 2003

Dos adquisiciones estratégicas significativas en 2004

Etinera

Balkan Star

Detalles de la operación

Precio: 566,4 mn de euros por el 96%
 Deuda: Posición neta de caja a 30/09/03 de 373 millones de euros
 Financiación: Disponibilidades de Altadis
 Cierre: Se espera en 4º trimestre de 2004

Precio: 147 mn de euros por el 80,75%
 Deuda: Libre de deuda y caja
 Financiación: Disponibilidades de Altadis
 Cierre: 4 de noviembre de 2004

Encaje estratégico

- ✓ Encaje perfecto con las actividades logísticas actuales (España, Francia, Marruecos, Portugal)
- ✓ Actualmente centrada en logística tabaquera
- ✓ Perspectivas de desarrollo de la logística general

- ✓ Compañía independiente más importante de Rusia
- ✓ Marca de cigarrillos con filtro N°2 en Rusia
- ✓ Importante red de distribución
- ✓ Capacidad de producción: 40.000 mn de unidades

Magnitudes financieras

(millones de euros) 2003
 Ventas económicas: 194
 Ebitda: 60
 Margen de Ebitda: 31%
 Capex recurrente: 4

2003
 107
 18
 17%
 5

Mejora de rentabilidad

TIR > 17%
 Mejora de la rentabilidad después del fondo de comercio prevista desde el primer año
 Plazo de retorno de la inversión < 5 años

TIR = 13,7%
 Impacto en beneficios neutro en el 1º año
 Objetivo: Doblar el Ebitda en 2008

Régie des Tabacs de Marruecos en el buen camino

Nueve primeros meses

Cigarrillos	Volumen (bn uds)	Variación 9M2004-9M2003	Cuota de Mercado
Rubio local	5,3	+15,0%	48%
Negro local	3,8	-19,2%	35%
Picaduras local	0,1	+2,7%	1%
RTM	9,2	-2,2%	84%
Internacional	1,6	-9,8%	15%
Otras picaduras	0,1	+18,0%	1%
Mercado total	10,9	-3,4%	100%

€mn

9M 2004

Ventas económicas: 169,8

Ebitda: 94,1

- El plan de bajas voluntarias, iniciado en enero, dará lugar a una reducción superior a 800 personas (1/3 de la plantilla), con unos ahorros previstos de €10 mn

Otros datos de la compañía

- RTM mantiene el monopolio de la distribución e importación del tabaco hasta el 1 de enero de 2008

Sinergias esperadas

2005: €18 mn

2008: €25 mn

CIGARRILLOS*

Marcas emblemáticas
Internacionalización
Capacidad de
incrementar precios

Nueve primeros meses



Margen de Ebitda: 36,2% de las ventas económicas
(+0,6 puntos)



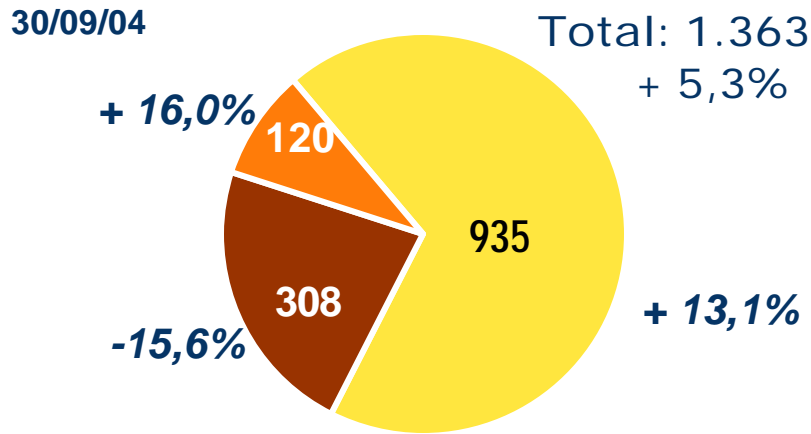
** Incluye los resultados de la División de Cigarrillos de RTM en 2004, pero no en 2003*

Cigarrillos: estrategia de internacionalización

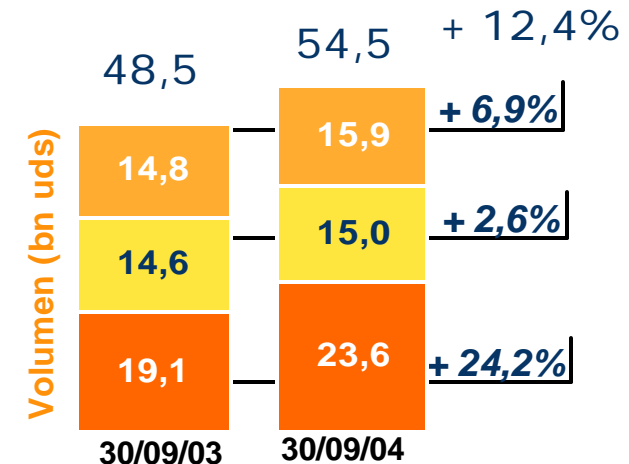
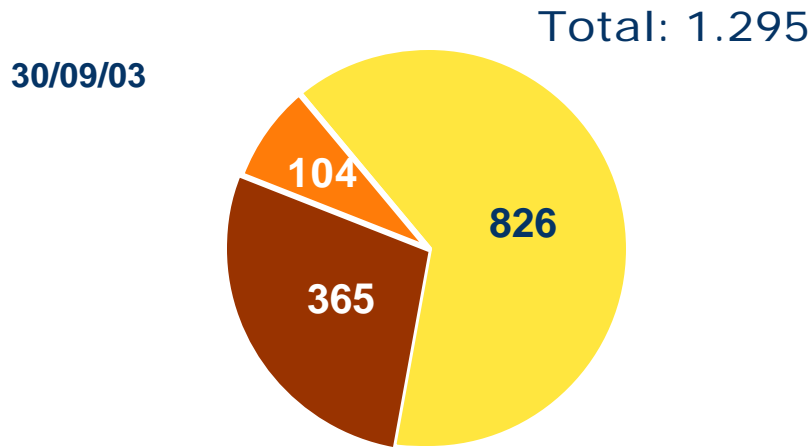
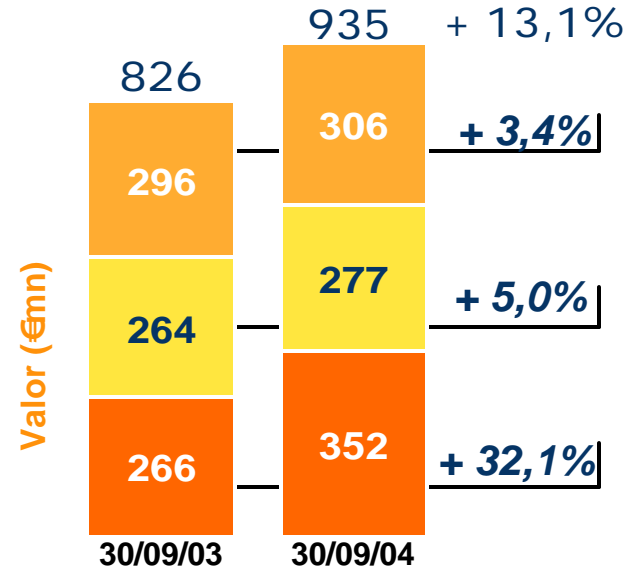
- Capitalización de las dos marcas emblemáticas del Grupo, Gauloises Blondes y Fortuna, cuyas ventas son de aproximadamente 20.000 millones de cigarrillos al año cada una
- Globalización de Gauloises Blondes en el segmento sub-premium
- Desarrollo regional de Fortuna en el segmento medio-bajo (España, Francia, Italia, Marruecos y Portugal)
- Uso táctico de marcas locales fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (News, Nobel, Fox, Spike, Fine, Gitanes, Marquise, ahora también Balkan Star, ...)
- Estrategia de rentabilización « cash cow » de los cigarrillos negros (Gauloises Brunnes, Ducados, Olympic, Casa Sports)

Cigarrillos: + 5,3 % con importantes impactos de RTM (€ 130 mn) y de Francia (€ - 93 mn)

Segmentos (€mn) y Variación



Principales Marcas de Rubio y Variación

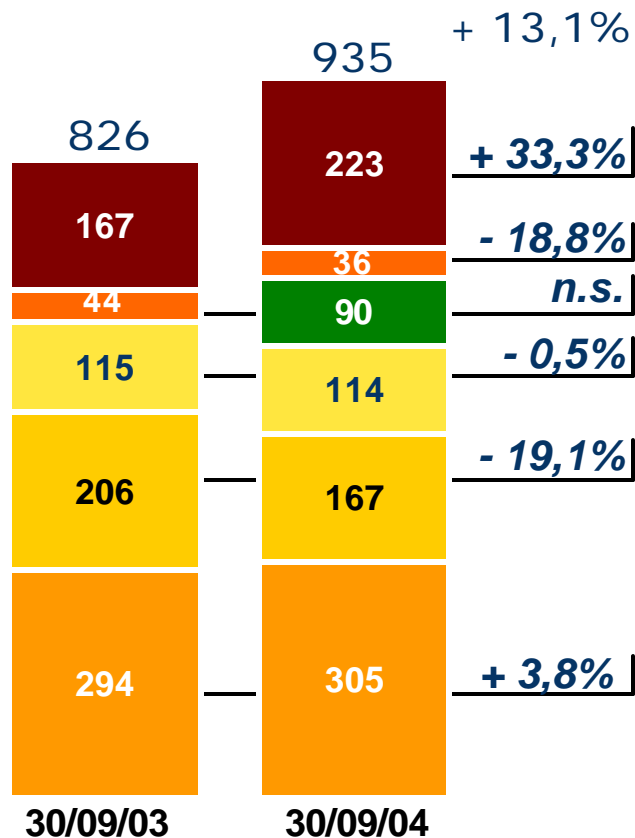


■ Rubio
■ Negro
■ Picaduras (RYO) y otras ventas

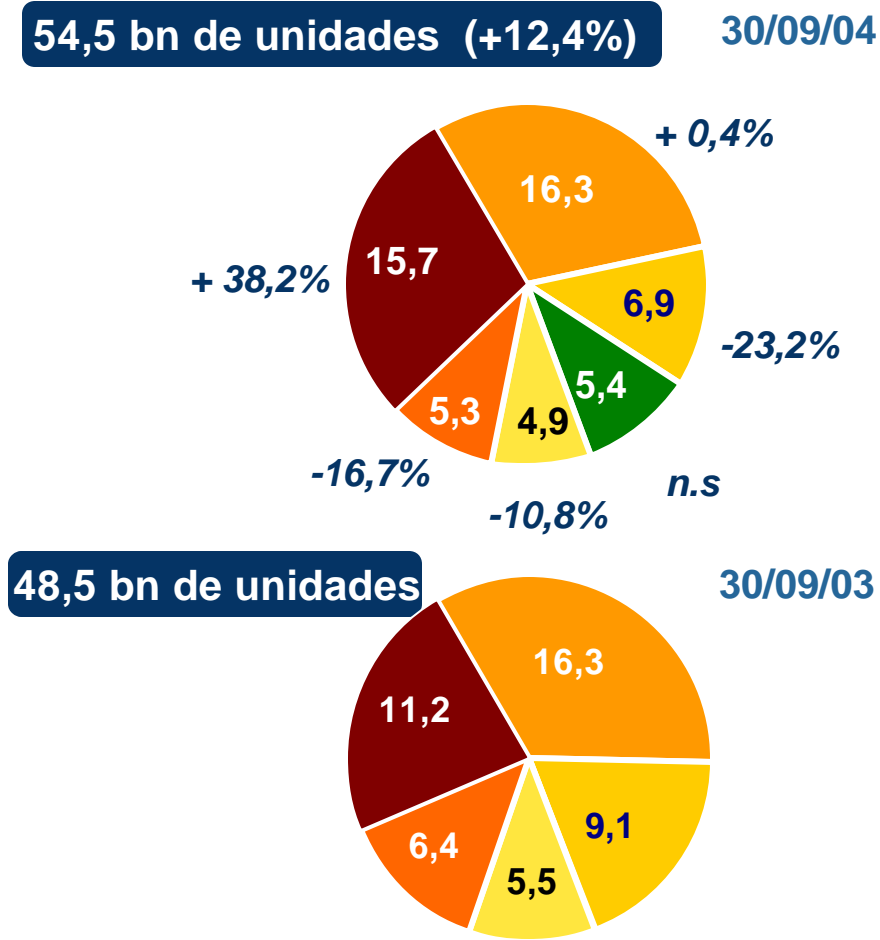
■ Gauloises Blondes
■ Fortuna
■ Otras marcas

Cigarrillos rubios: + 13,1 % impulsados por RTM y las ventas internacionales

Valor (€mn) y Variación



Volumen (bn unidades) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Alemania
 ■ Marruecos
 ■ Polonia
 ■ Otros países

Buena evolución de la cuota de rubio en la mayoría de los mercados europeos

(Volumen en bn de unidades)

	9M'03	9M'04	Variación
España*			
Volumen	16,4	15,6	-4,6%
Cuota de mercado	28,6%	26,9%	-1,7
Francia*			
Volumen	9,0	6,9	-23,3%
Cuota de mercado	18,6%	18,7%	+0,1
Alemania			
Volumen	5,3	4,8	-8,5%
Cuota de mercado	5,2%	5,6%	+0,4
Italia			
Volumen	1,5	1,9	+28,8%
Cuota de mercado	2,0%	2,6%	+0,6
Austria			
Volumen	0,9	0,9	-4,8%
Cuota de mercado	7,8%	8,2%	+0,4
Polonia			
Volumen	6,4	5,3	-16,7%
Cuota de mercado	11,8%	9,9%	-1,9
Bélgica y Luxemburgo			
Volumen	0,6	0,8	+26,3%
Cuota de mercado	4,2%	5,3%	+1,1

* Las cuotas de mercado pueden diferir de las ventas facturadas al distribuidor

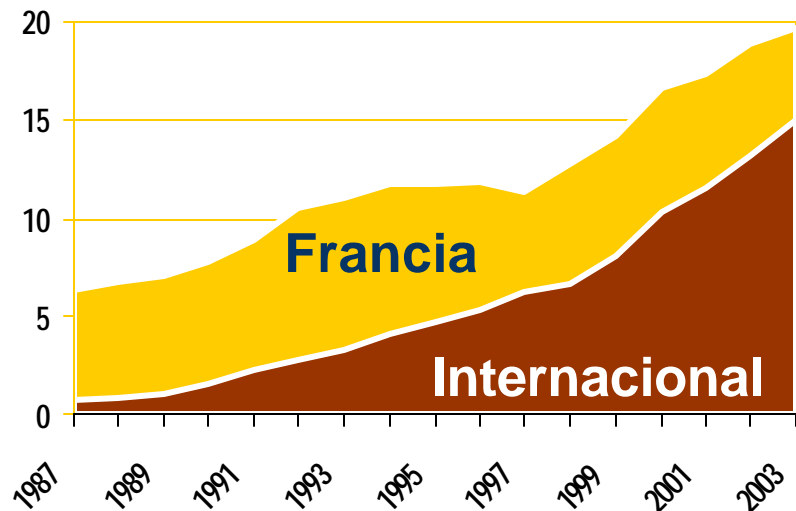
Gauloises Blondes: una marca internacional estratégica



- Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora del nombre de la marca
- Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia
- « Liberté toujours » (libertad para siempre) como lema de la marca
- Precio nivel sub-premium
- Diseño que busca la estética y originalidad
- El objetivo prioritario son mercados maduros donde el *mix* de la marca tiene un mayor atractivo
- Estrategia de comunicación coherente

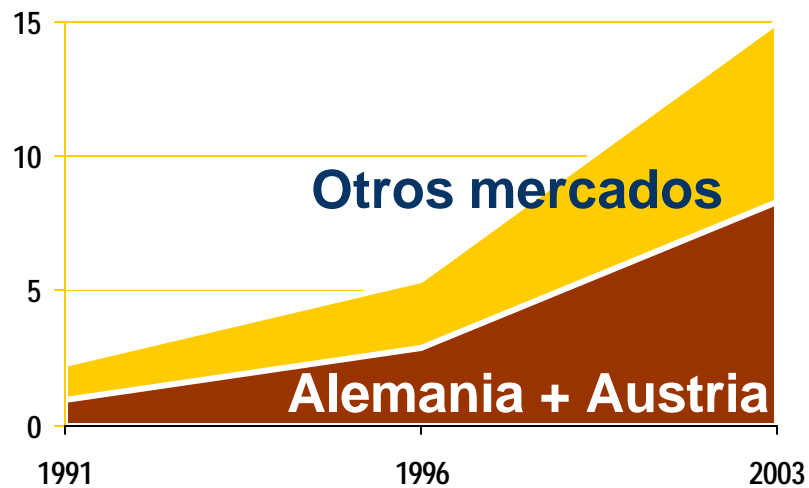
Gauloises Blondes en el mundo

(bn unidades)



Gauloises Blondes fuera de Francia

(bn unidades)



Ventas internacionales de Gauloises Blondes: + 19,8 % en volumen

(Volumen en mn unidades)
(Ventas en €mn)

	9M'01	9M'02	9M'03	9M'04	Var. % 04-03	TAM (01-04)
Alemania						
<i>Volumen</i>	4.632	5.091	5.408	4.837	-10,5%	1,5%
<i>Ventas</i>	103,8	106,1	113,5	113,1	-0,4%	2,9%
Otros países europeos						
<i>Volumen</i>	2.390	2.527	3.124	3.069	-1,8%	8,7%
<i>Ventas</i>	44,4	49,3	59,6	63,7	6,9%	12,8%
Oriente Próximo						
<i>Volumen</i>	182	945	1.044	3.515	x 3,4	x 2,7
<i>Ventas</i>	2,7	13,6	12,8	41,1	x 3,2	x 2,5
Otros países						
<i>Volumen</i>	995	822	1.460	1.798	23,2%	21,8%
<i>Ventas</i>	15,2	12,8	18,9	24,5	29,8%	17,3%
Total (sin incluir Francia)						
<i>Volumen</i>	8.199	9.385	11.036	13.220	19,8%	17,3%
<i>Ventas</i>	166,1	181,8	204,8	242,4	18,4%	13,4%

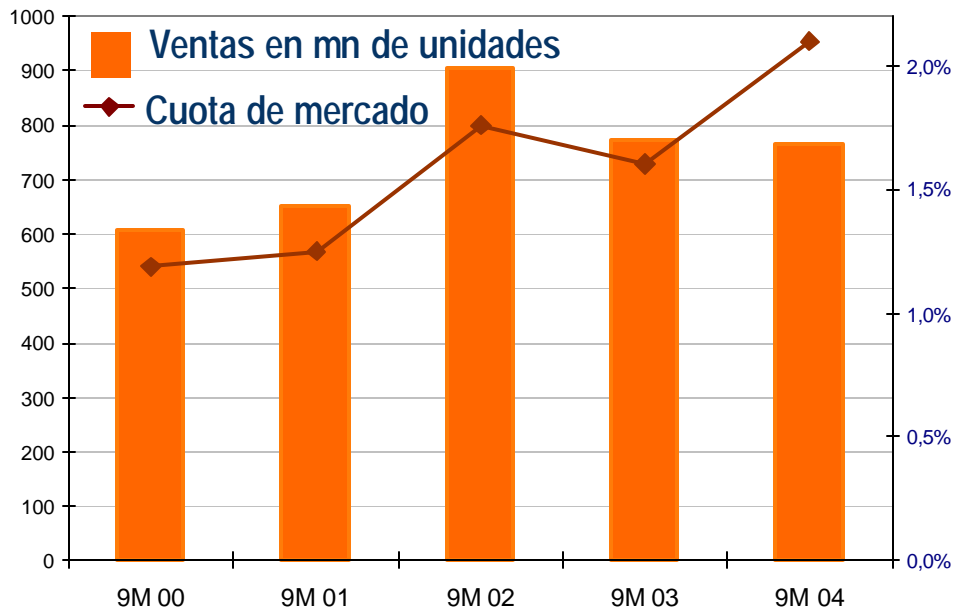
TAM: Tasa Anual Media

Fortuna: potencial demostrado para obtener crecimiento regional

España: Sólida base inicial – Cuota de mercado del 20,6%

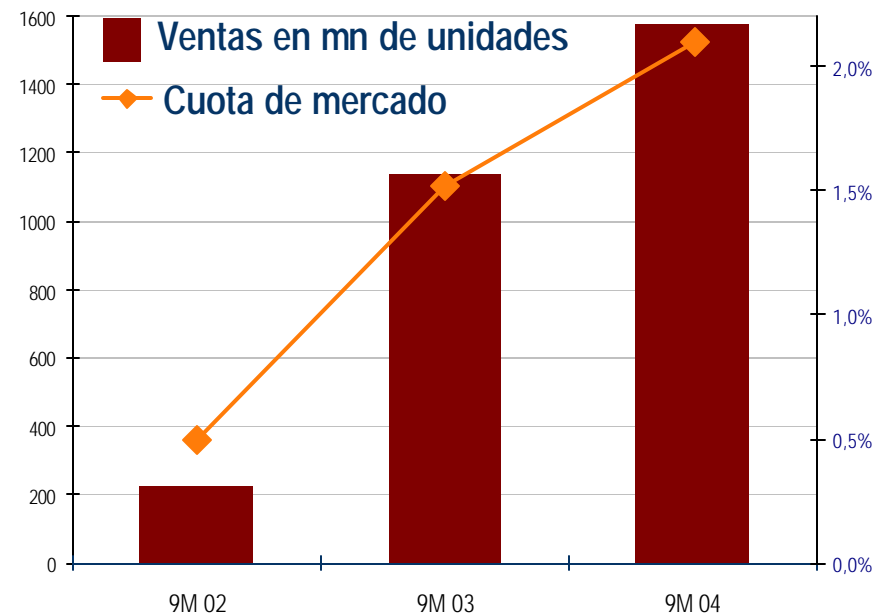
- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas
- Fuerte potencial frente a otras marcas internacionales con una imagen más débil
- Fuerte potencial frente a marcas locales populares, a menudo mucho menos atractivas
- Precio medio-bajo
- Oferta atractiva de valor añadido a su principal grupo objetivo: 18/25 años, hombre/mujer urbanos

Francia: Crecimiento en cuota desde 1997



Cuota de mercado en Francia 9M'04: 2,1%

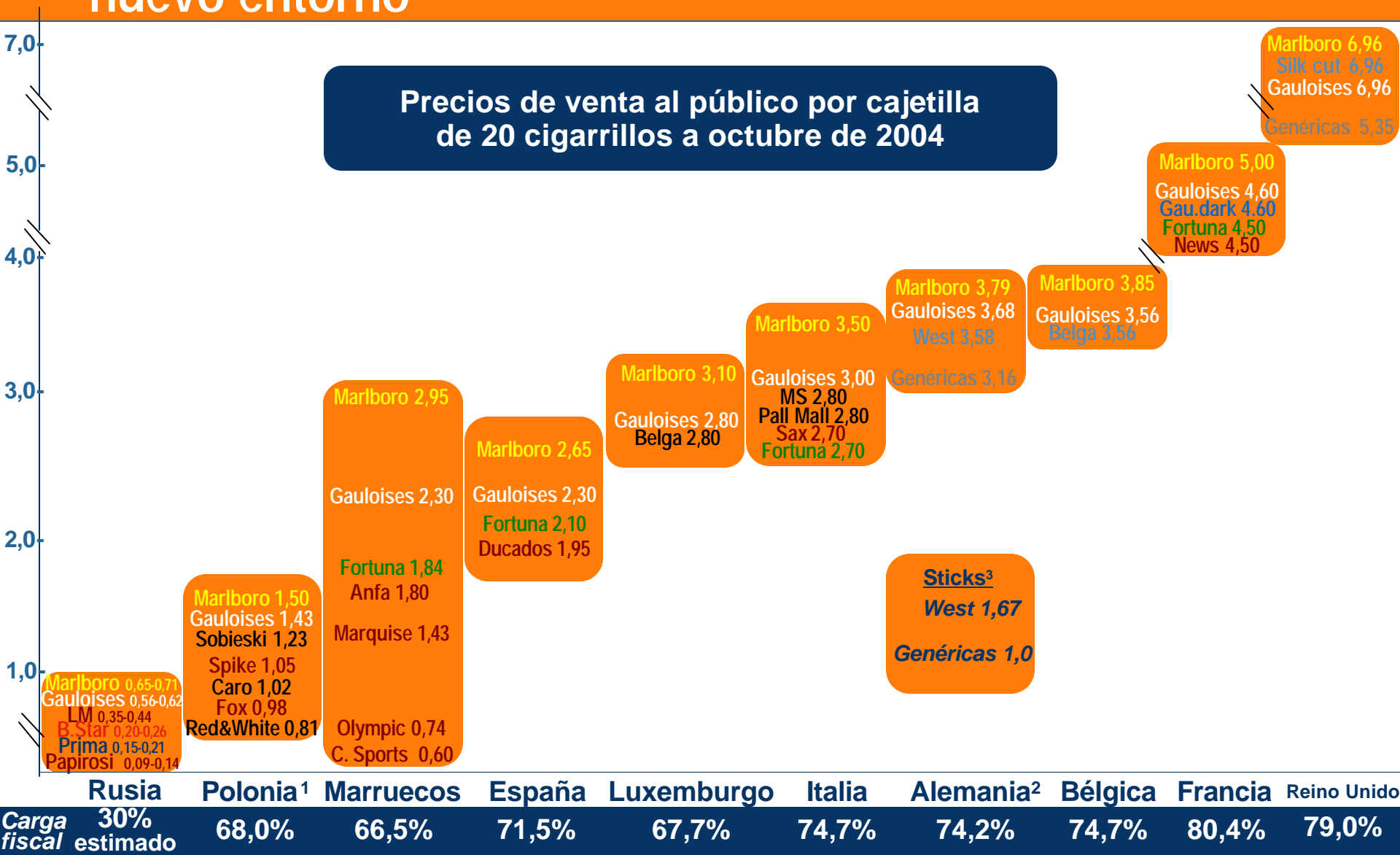
Italia: Rápida escalada



Cuota de mercado en Italia 9M'04: 2,1%

Además de en Marruecos (1,0% de cuota de mercado en 9M'04, 3,5% en septiembre), la marca se ha lanzado en 2004 en Luxemburgo, Austria y Polonia

Potencial de subidas de precios para Altadis a pesar del nuevo entorno



Carga fiscal (impuestos especiales + IVA) de la MPPC (categoría de precio más vendida)

¹ PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 25 cigarrillos, los precios son Caro: € 1,28 y Fox: € 1,22 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,58
² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 19 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son € 3,60, € 3,50, € 3,40 y € 3,00, respectivamente
³ PVP equivalente a 20 unidades. Para 30 unidades (formato estándar), los precios son € 2,50 y € 1,50, respectivamente

CIGARROS

Liderazgo mundial
Crecimiento del
Ebitda del 27,8%
excluyendo el
impacto del dólar

Nueve primeros meses

Margen de Ebitda: 25,8% de las ventas económicas
(+1,3 puntos)

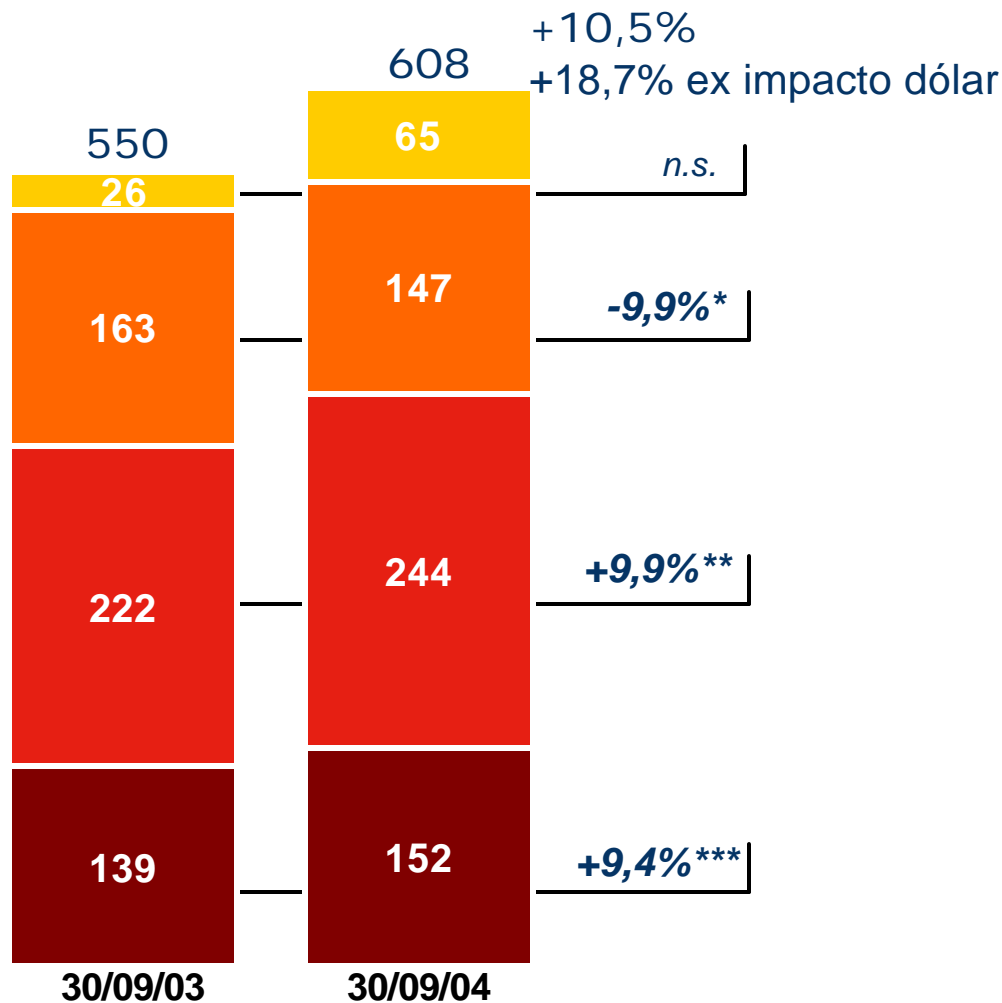


Cigarros: estrategia de liderazgo mundial

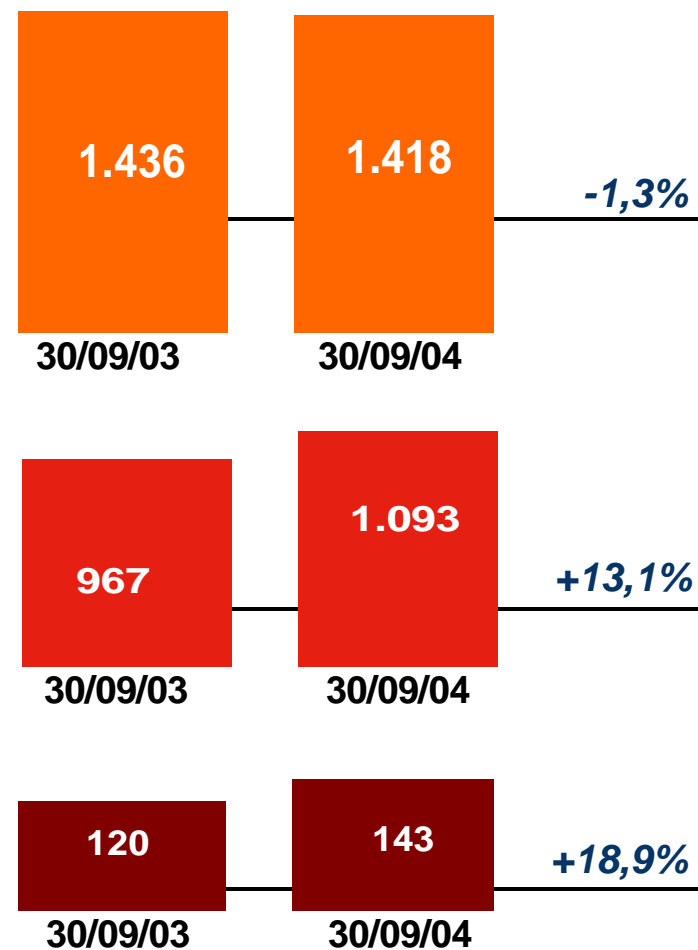
- Reforzar el liderazgo en los EE.UU., a través del *mix* de productos y la reducción de costes
- Aumentar ventas y márgenes en Habanos mediante la mejora continua de la cartera de productos y una más amplia distribución internacional
- Asegurar las cuotas de mercado y mejorar la rentabilidad en los mercados domésticos (España y Francia).
- Convertir las exportaciones en un importante factor de crecimiento.

Cigarros: excelente crecimiento de las ventas

Valor (€mn) y Variación



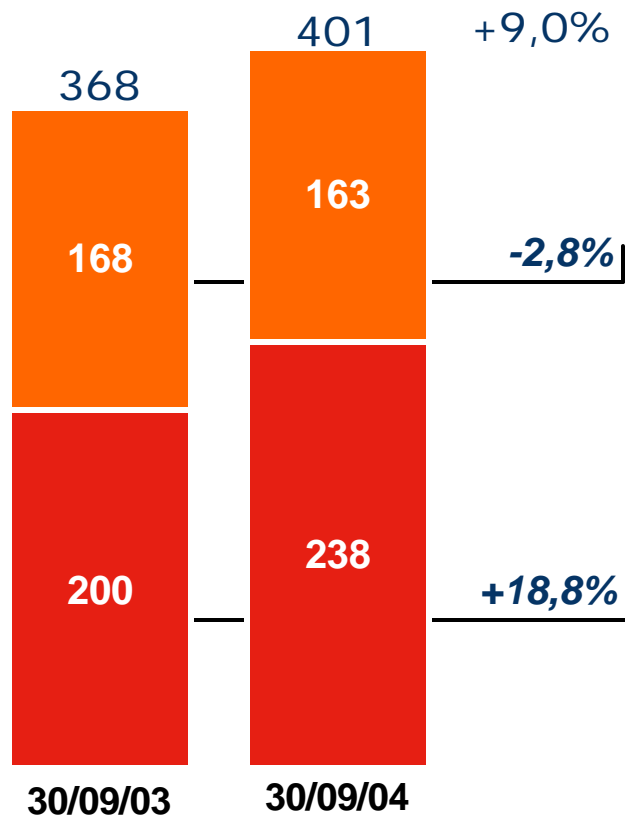
Volumen (mn unidades) y Variación



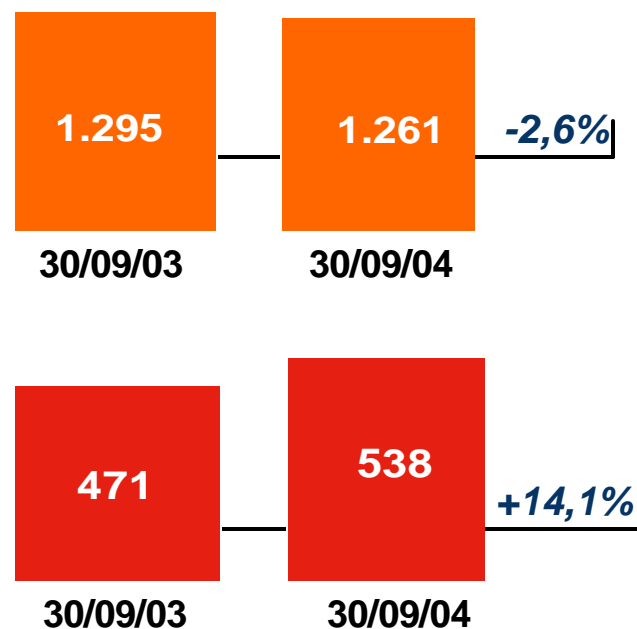
■ Premium y Habanos (50%)
 ■ Natural
 ■ Mass (Popular + Little)
 ■ Otras ventas

EE.UU.: crecimiento del 9,0 % en dólares impulsado por el segmento Premium y Natural

Valor (USD mn) y Variación



Volumen (mn unidades) y Variación



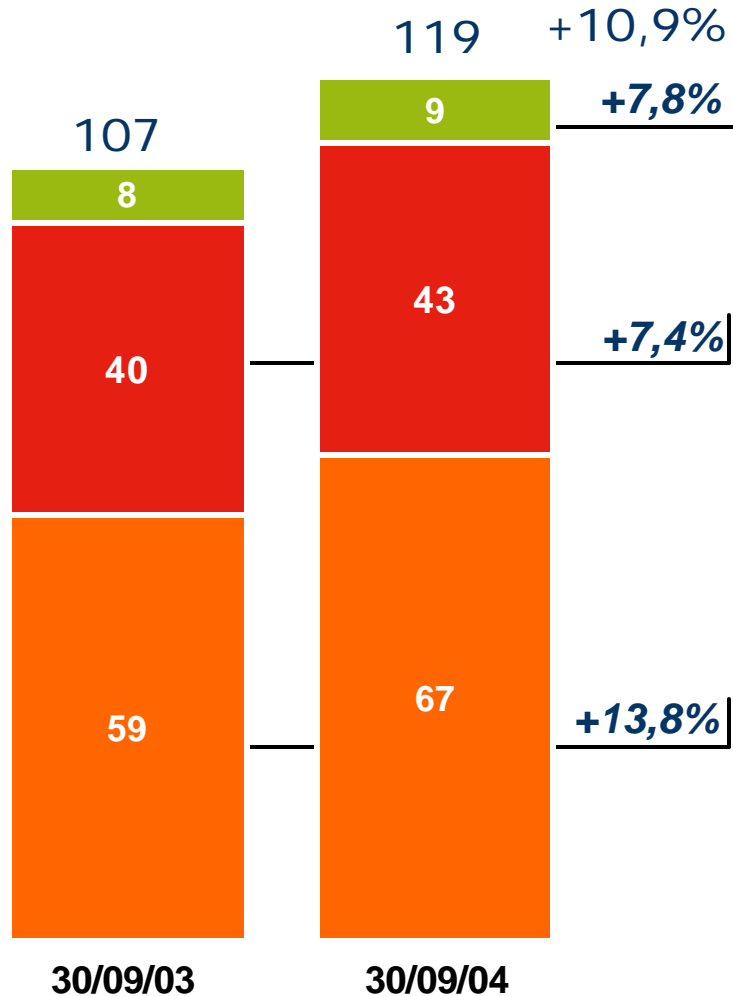
■ Premium y Natural ■ Mass (Popular + Little)

Cigarros cubanos: éxito de la estrategia con un incremento de las ventas del 23,6% en dólares

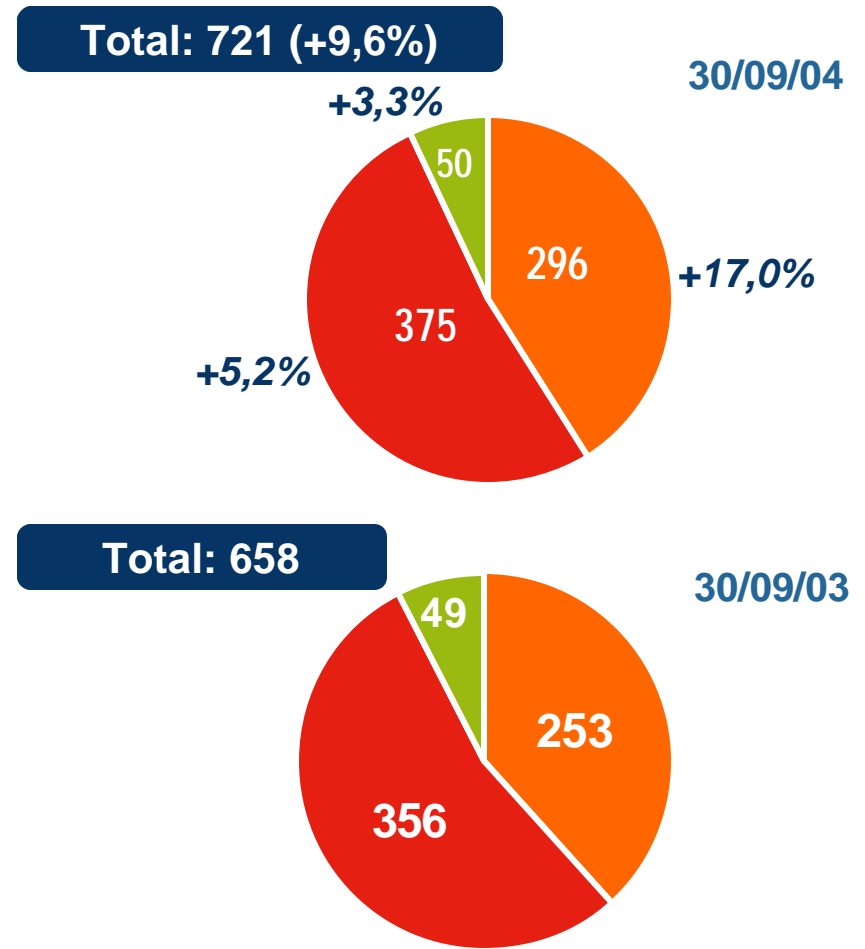
- Las ventas de cigarros cubanos han aumentado hasta 84 millones de euros, reflejando la importante recuperación del mercado
- Los factores de crecimiento más significativos han sido los volúmenes, los precios y el efecto de los cambios en el mix de productos
- Política comercial activa propia de productos de lujo ampliando líneas con ediciones limitadas, reservas especiales, cigarros “vintage”, tales como:
 - Montecristo Edmundo (vitola Robusto)
 - Selección pirámides, (las cinco marcas globales de Habanos en vitola pirámide)
 - Cohiba *Double Coronas* edición limitada
 - Tres nuevas vitolas de la marca Trinidad: Reyes, Coloniales, Robusto extra

Europa: notable crecimiento de las ventas del +10,9%

Valor (€mn) y Variación



Volumen (mn unidades) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones

LOGÍSTICA

Mejora de la eficiencia de las actividades vinculadas al tabaco y desarrollo de la logística general



Margen de Ebitda: 30,1% de las ventas económicas
(+0,7 puntos)

Nueve primeros meses



** Incluye los resultados de la División Logística de RTM en 2004, pero no en 2003*

Estrategia de logística: aplicar una especialización única a nuevos campos

- Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España, Francia, Marruecos y pronto también en Italia, a la vez que se optimizan costes
- Mayor desarrollo de la especialización aplicada con éxito a la Logística General
- Concentrarse en servicios logísticos para nichos de mercado con elevados márgenes
- Optimizar los medios operativos

Logística: un nuevo trimestre de mejora, RTM más que compensa la caída del mercado francés

(€ mn)

Total: 594

Total: 627 +5,6%

-1,8% ex impacto perímetro

Logística general
163.000
puntos de
venta

351

355

+1,2%

Logística tabaquera
85.500
puntos de
venta

243

272

+12,0%

30/09/03

30/09/04

Logística General

Logística Tabaquera

Logística tabaquera: la consolidación de RTM compensa el impacto del mercado francés

Número de puntos de venta

85.500

<i>Ventas económicas (€mn)</i>	30/09/03	30/09/04	Variación
España y Portugal	120,1	130,9	+9,0%
Francia	127,6	102,8	-19,4%
Marruecos	-	39,6	<i>n.s.</i>
Eliminaciones	-4,5	-0,8	<i>n.s.</i>
TOTAL	243,2	272,5	+12,0%

Logística general: crecimiento de las ventas del +1,2%

Número de puntos de venta

163.000

Ventas económicas (€mn)

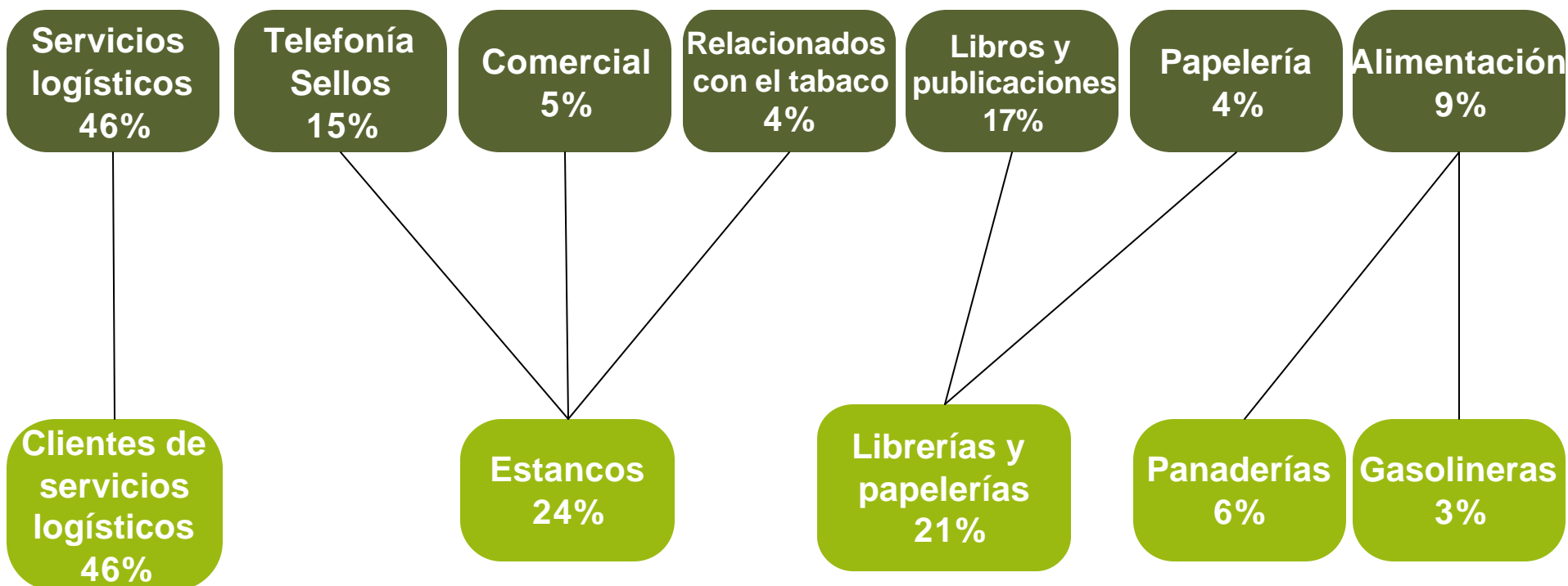
	30/09/03	30/09/04	Variación
España y Portugal	225,8	238,4	+5,6%
Francia	124,9	116,5	-6,7%
TOTAL*	350,7	354,9	+1,2%

* Las ventas de Logística General de Marruecos no son significativas

Logística General: productos y canales variados y complementarios

Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la Logística General (no tabaquera) de los primeros nueve meses de 2004

LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES



MAGNITUDES FINANCIERAS

Evolución de las principales magnitudes financieras

9M 2003 vs 9M 2004
(€ mn)

Ventas económicas: +101

Orgánico: +2

Perímetro: +150

Tipo de cambio: -51

- Aumento de volúmenes de cigarrillos en mercados internacionales, caída de los volúmenes en Francia y excelentes ventas de Cigarros

- RTM y JR Cigar

- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

- Volúmenes en Francia, *mix* de productos

- RTM

- RTM y JR Cigar

- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

Orgánico: -41

Reestructuración y sinergias: +7

Perímetro: +72

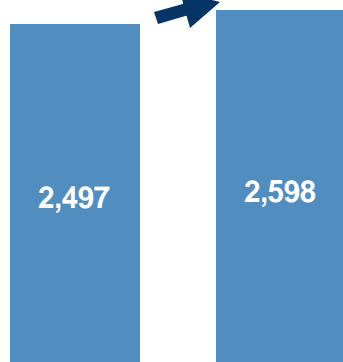
Tipo de cambio: - 12

Ebitda: +26

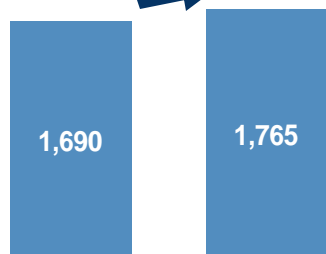
Margen de EBITDA del 32,0%

9M 2003 vs 9M 2004
(€ mn)

Ventas Económicas
+4,0%

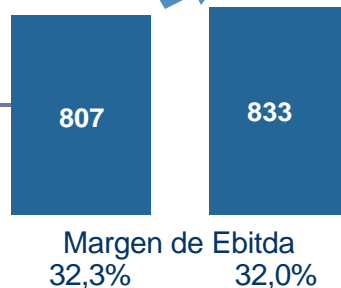


Gastos de Explotación
+4,4%



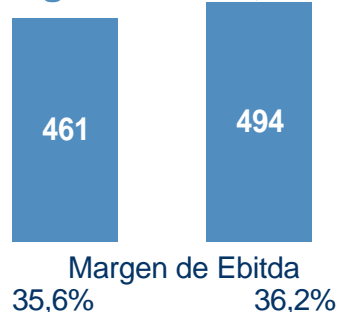
Las ventas y el Ebitda de RTM (€57mn y €34 mn) en 2003 están incluidas en "Otros y ajustes". No obstante, en 2004 tanto las ventas como el Ebitda por valor de €170 mn y €94 mn están incluidas en Cigarrillos y Logística.

EBITDA
+ 3,2 %

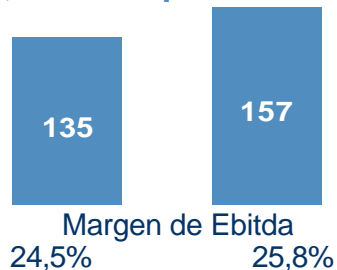


Desglose del EBITDA

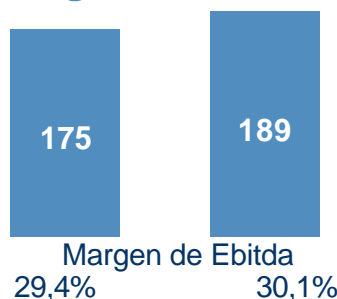
Cigarrillos + 7,1%



Cigarros +16,6%
+27,8% ex impacto dólar



Logística +8,1%



Otros y ajustes n.s.



Incremento de las ventas del 5,3% de 1.295 a 1.363 millones de euros
Incremento del margen de Ebitda de 0,6 puntos
Ventas internacionales
Mejoras de las cuotas de mercado
Crecimiento de volúmenes de rubio vs. caída de volúmenes de negro
Volúmenes en Francia
Consolidación de RTM

Incremento de las ventas del 10,5% (18,7% ex impacto dólar) de 550 a 608 millones de euros
Aumento del margen de Ebitda de 1,3 puntos
Fuerte mejora de las ventas en EE.UU.
Impacto negativo del dólar
Excelente crecimiento de Habanos
Vuelta al crecimiento en Europa
JR Cigar

Aumento de las ventas del 5,6% de 594 a 627 millones de euros
Incremento del margen de Ebitda de 0,7 puntos
Mejora de las Logísticas Tabaquera y General en España
Consolidación de RTM
Evolución del mercado francés

Ventas de 59 a 0 millones de euros
RTM solo en 2003

EBITDA: + 3,2% hasta € 833 millones

(€mn)

	9M '03	9M '04	Var.***
<i>Ventas económicas</i>	2.497,4	2.598,4	+4,0%
EBITDA*	806,7	832,6	+3,2%
<i>EBITA</i>	720,2	735,2	+2,1%
Beneficio de explotación (EBIT)	693,2	701,1	+1,2%
<i>Resultados financieros</i>	(49,2)	(61,4)	-24,9%
<i>Amortización del fondo de comercio</i>	(87,6)	(116,4)	-32,9%
<i>Empresas asociadas por puesta en equivalencia</i>	3,8	19,9	n.s.
<i>Resultados extraordinarios</i>	(6,8)	16,7	n.s.
Beneficios antes de impuestos	553,4	559,9	+1,2%
<i>Impuesto sobre sociedades</i>	(167,3)	(172,9)	-3,4%
<i>Intereses minoritarios</i>	(32,5)	(39,6)	-21,7%
Beneficio neto del Grupo	353,6	347,4	-1,7%
BPA (en céntimos de euro)	121	122	+0,6%
Promedio de acciones (millones)**	291,6	284,9	2,3% reducción
Beneficio neto antes del fondo de comercio****	441,2	463,8	+5,1%
BPA antes del fondo de comercio (en céntimos de euro)	151	163	+7,6%

* Ebitda: Ebit + amortización de activos materiales e inmateriales

** Promedio de acciones = promedio de (total de acciones – acciones propias)

*** El signo + indica una evolución positiva y el signo - una evolución negativa

**** Beneficio neto antes del fondo de comercio: beneficio neto + amortización del fondo de comercio

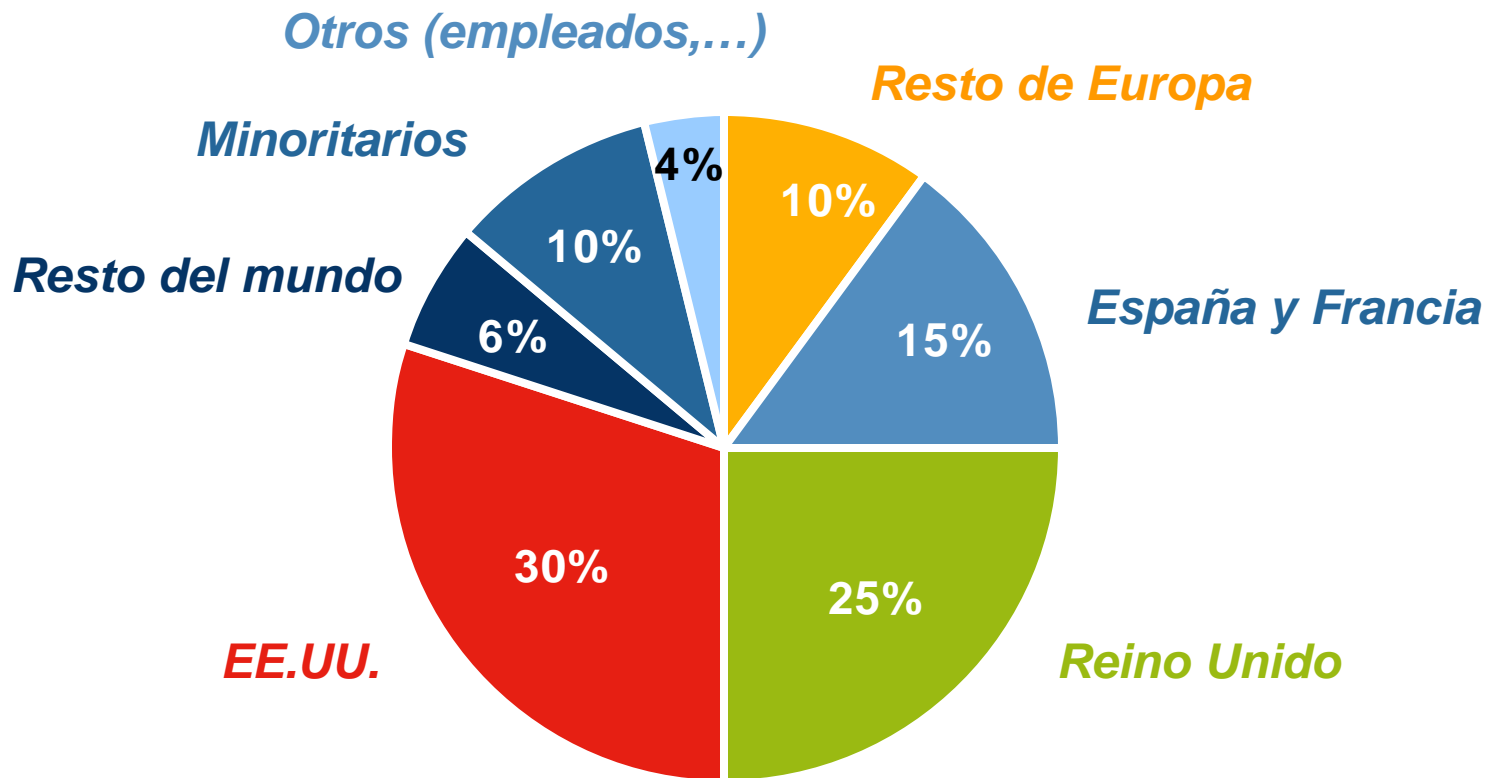
Un flujo de caja alto y recurrente: flujo de caja libre operativo de € 891 millones en 9M´04

	(€mn)	9M´03	9M´04
<i>Ebitda</i>		807	833
<i>Diferencias de conversión + Variación fondo de maniobra</i>		248	339
<i>Flujo operativo (Ebitda + Dif. de conversión + Var. fondo de maniobra)</i>		1.055	1.172
<i>Pago por impuesto de sociedades</i>		(189)	(184)
<i>Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios</i>		(34)	(57)
Flujo de caja de las actividades ordinarias		832	931
CAPEX		(90)	(106)
<i>Crédito a los estanqueros</i>		(32)	9
<i>Adquisiciones e inversiones financieras</i>		(1.320)	(11)
<i>Ingresos por desinversiones</i>		12	69
Flujo de caja de las actividades de inversión		(1.430)	(39)
<i>Pagos por los intereses financieros</i>		(37)	(61)
<i>Dividendos netos</i>		(192)	(224)
<i>Compra de acciones (de compañías del Grupo)</i>		(158)	(134)
Flujo de caja de las actividades de financiación		(387)	(419)
Cambio neto en caja y equivalentes		(985)	473
Posición financiera neta inicial		(1.086)	(2.036)
<i>Deuda/caja neta de compañías adquiridas/vendidas</i>		(107)	28
Cambio neto de caja		(985)	473
<i>Impacto por fluctuación del tipo de cambio en la deuda bancaria y adquirida</i>		9	(4)
Posición financiera neta final		(2.169)	(1.539)
Flujo de caja libre operativo*		755	891

dis

* Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX – crédito a los estanqueros

Un accionariado internacional



Aproximadamente 100 inversores representan el 85% del accionariado institucional

Aproximadamente 200.000 accionistas minoritarios

Conclusion



Creación de valor para nuestros accionistas

- Potencial de crecimiento, en ventas y resultados.
- Transparencia e información relevante facilitada al mercado.
- Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo por encima del 10% como referencia. En 2004 se han pagado 80 céntimos de euro por acción, que supone un incremento del 14,3% (un *payout* del 52%).
- Recompra y amortización de acciones de compañías del Grupo. El pasado mes de junio, la Junta General de Accionistas amortizó un 2,5% y autorizó una nueva recompra de otro 5%, de acuerdo con nuestra política.
- Aumento del apalancamiento financiero tras las adquisiciones recientes.
- Adquisiciones en Marruecos, Italia y Rusia basadas en su encaje estratégico y creación de valor.



Anexos

Anexos

- Calendario Corporativo – Contactos
- Definiciones
- Reorganización
- Gobierno corporativo
- Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados
- Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán y marroquí
- Ventas de cigarrillos negros y picaduras
- Ventas de cigarros de Altadis por mercados
- Normas internacionales de contabilidad (IFRS)
- Evolución de los fondos propios
- Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- Escasas contingencias no recogidas en el balance
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

23 de febrero de 2005 (provisional)	Resultados anuales 2004
1er trimestre 2005	Pago del dividendo a cuenta
11 de mayo de 2005 (provisional)	Resultados 1er trimestre 2005
Mayo 2005	Informe Anual
Junio 2005	Junta General de Accionistas
2º trimestre 2005	Pago del dividendo complementario
31 de agosto de 2005 (provisional)	Resultados 1er semestre 2005
8 de noviembre de 2005 (provisional)	Resultados 9 primeros meses 2005

Periodos de *blackout*: un mes antes de la fecha de publicación de resultados

CONTACTOS

Stanislas VRLA

Director de Relaciones con Inversores

Teléfono: 33 1 44 97 62 21

Fax: 33 1 44 97 66 27

E-mail: stanislas.vrla@altadis.com

Pedro ALONSO DE OZALLA

Director Adjunto de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 92 91

E-mail: paozalla@altadis.com

Definiciones

Definiciones de algunos conceptos específicos de Altadis que son utilizados en esta presentación

- **Venta económicas.** Las ventas económicas para las Divisiones de Cigarrillos y Cigarros son iguales al importe neto de la cifra de negocios. En la División Logística, las ventas económicas son iguales al margen de distribución (el cual no incluye el valor de los productos distribuidos, como sí ocurre en el importe neto de la cifra de negocios).

Este concepto proporciona una visión más proporcionada de la actividad del Grupo, dado que el importe neto de la cifra de negocios incrementan los ingresos logísticos de forma significativa y provocan que el peso de cada división no sea el real.

- **Flujo de caja libre operativo** = Flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento – Crédito a estanqueros.
- **Orgánico (aplicado a las ventas económicas y al Ebitda).** Supone mantener constantes tanto el perímetro de consolidación como el tipo de cambio.
- **Otros y ajustes (como parte de las ventas económicas totales y del Ebitda),** contienen:
 - Los resultados de un reducido número de pequeñas filiales que no se incluyen en ninguna de las tres Divisiones.
 - Ventas y Ebitda de transacciones realizadas entre divisiones del Grupo (las más frecuentes son las ventas de cigarrillos y cigarros a la División Logística que incrementan el inventario de la misma, en vez de aquellas ventas que son inmediatamente transferidas por la División Logística al mercado, sin que supongan un incremento de sus inventarios).
 - En el segundo semestre de 2003, incluyen los resultados de RTM (a partir del 1 de enero de 2004 estos resultados de RTM están incluidos dentro de las Divisiones de Cigarrillos y Logística).
 - Ajustes contables, generalmente de impacto limitado.

Situación actual y después de la reorganización



Fábricas de cigarrillos	7 a 4
Fábricas de cigarros	4 a 2
Fábricas de tabaco de pipa y picaduras	1
Fábricas de procesado de tabaco	4 a 3

Nota: los mapas no muestran el cierre propuesto de otras 3 dependencias (logística y unidades técnicas)

X: Fábrica ya cerrada

Gobierno corporativo

- Desde la creación de Altadis y actualizado el 7 de mayo de 2003, para recoger las últimas recomendaciones
 - Comisión de Auditoría y Control
 - Comisión de Nombramientos y Retribuciones
 - Código ético de conducta interno
- Auditores:
 - Altadis, Altadis USA, Logista y RTM: Deloitte & Touche
 - Seita: Deloitte & Touche y BFA (Ernst and Young)
- Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales
- Calificación financiera por Standard & Poor's: A- (*perspectiva negativa*) y Moody's: Baa1 (*perspectiva estable*)
- IFRS (International Financial Reporting Standards): proyecto en curso de adaptación a las nuevas normas contables a partir del 31 de diciembre de 2004
- El Informe Anual de Gobierno Corporativo, emitido en mayo, ha sido incluido en el Informe Anual de 2003

Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

30/09/03 30/09/04 Var. %

VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)

Rubio	48,5	54,5	+12,4%
Negro	18,5	17,8	-3,6%
Picaduras	2,6	2,9	+8,8%
Total	69,6	75,2	+8,0%

30/09/03 30/09/04 Var. %

VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)

España	27,0	25,0	-7,5%
Francia	17,6	13,5	-23,3%
Alemania	5,8	5,3	-9,7%
Marruecos	-	9,3	n.s.
Polonia	6,4	5,3	-16,7%
Otros países europeos	6,3	6,3	+1,3%
Otros países	6,5	10,5	+61,1%
Total	69,6	75,2	+8,0%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)

Fortuna	14,6	15,0	+2,6%
Gauloises Blondes	14,8	15,9	+6,9%
Rubio	29,4	30,9	+4,7%
Ducados	9,4	7,5	-19,9%
Gauloises Brunes	5,3	3,7	-29,7%
Negro	14,7	11,2	-23,4%

VENTAS POR MERCADOS (€mn)

España	459	454	-0,9%
Francia	420	327	-22,0%
Alemania	122	123	+0,8%
Marruecos	-	109	n.s.
Polonia	44	36	-18,8%
Otros países europeos	113	118	+3,0%
Otros países	85	132	+56,1%
Otras ventas	52	64	+23,5%
Total	1.295	1.363	+5,3%

Nota: ventas facturadas al distribuidor

Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán y marroquí

(Volumen en bn unidades, valor en €mn)

30/09/03 30/09/04 Var. %

MERCADO TOTAL ESPAÑOL

		30/09/03	30/09/04	Var. %
Volumen	Rubio	57,3	58,0	+1,3%
	Negro	12,1	10,8	-10,6%
	Total	69,4	68,8	-0,8%
Vallor	Rubio	1.159	1.227	+5,8%
	Negro	182	183	+0,7%
	Total	1.341	1.410	+5,1%

MERCADO TOTAL MARROQUÍ

		30/09/03	30/09/04	Var. %
Volumen	Rubio	6,4	6,9	+7,9%
	Negro	4,7	3,8	-19,2%
	Picaduras	0,2	0,2	+8,1%
	Total	11,3	10,9	-3,4%
Valor	Rubio	158	171	+8,4%
	Negro	36	33	-8,5%
	Picaduras	2	2	+12,3%
	Total	195	205	+5,3%

30/09/03 30/09/04 Var. %

MERCADO TOTAL FRANCÉS

		30/09/03	30/09/04	Var. %
Volumen	Rubio	48,2	36,7	-23,9%
	Negro	6,9	4,8	-30,3%
	Picaduras	5,1	5,9	+16,1%
	Total	60,2	47,4	-21,3%
Valor	Rubio	1.340	982	-26,7%
	Negro	177	119	-32,6%
	Picaduras	105	122	+15,6%
	Total	1.622	1.223	-24,6%

MERCADO TOTAL ALEMÁN

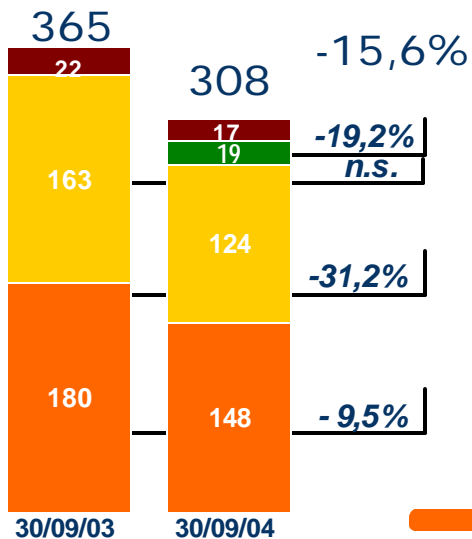
Cigarrillos	86,5	101,8	-15,0%
-------------	------	-------	--------

Notas: Las cuotas de mercado pueden diferir de las ventas facturadas al distribuidor.
Los datos en valor no incluyen la tarifa de distribución.
Las ventas de picaduras en España no son significativas.

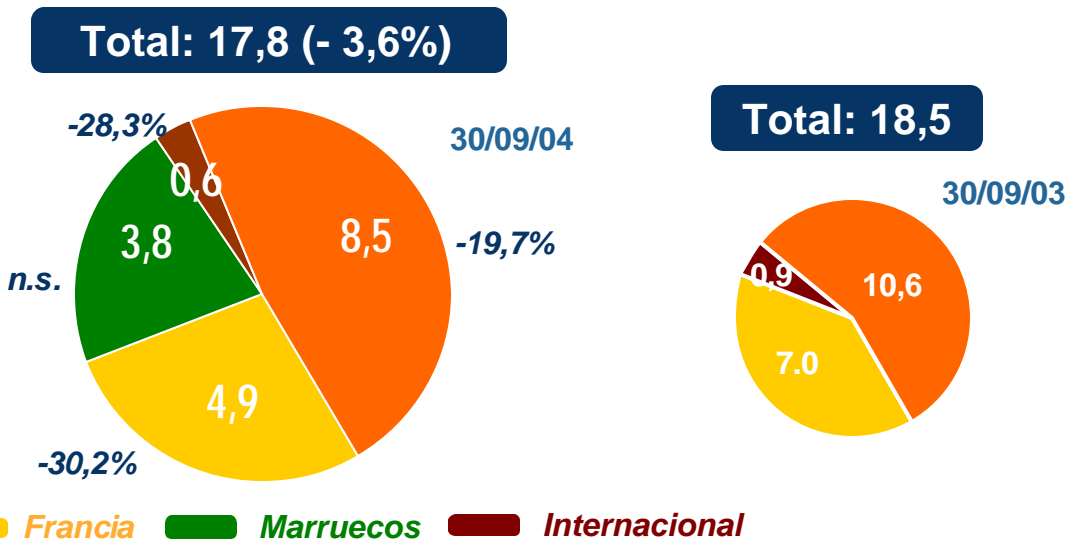
Ventas de cigarrillos negros y picaduras

Cigarrillos negros

Valor (€mn) y Variación

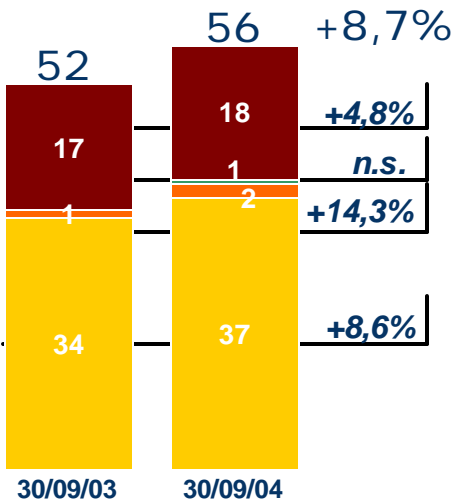


Volumen (bn unidades) y Variación

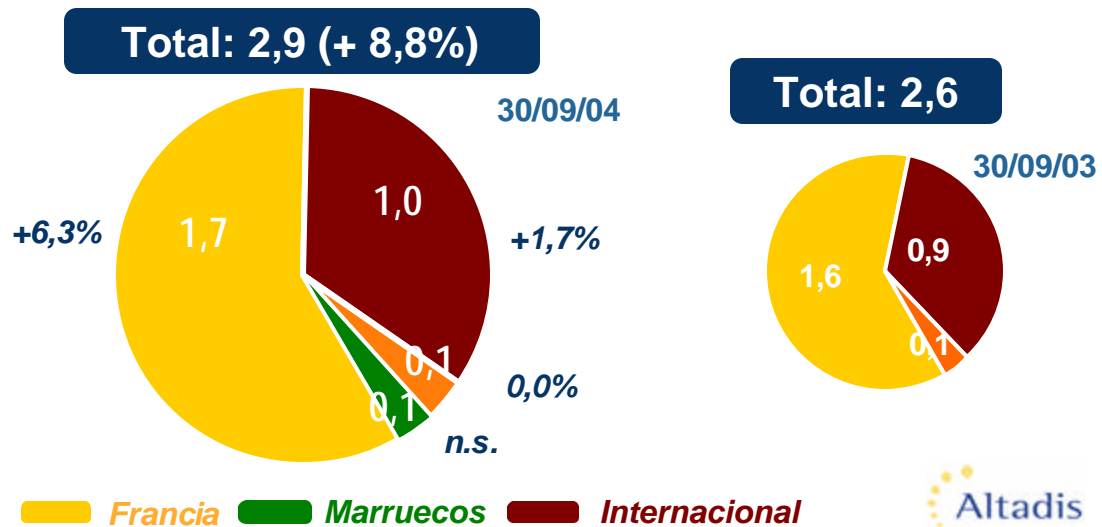


Picaduras

Valor (€mn) y Variación

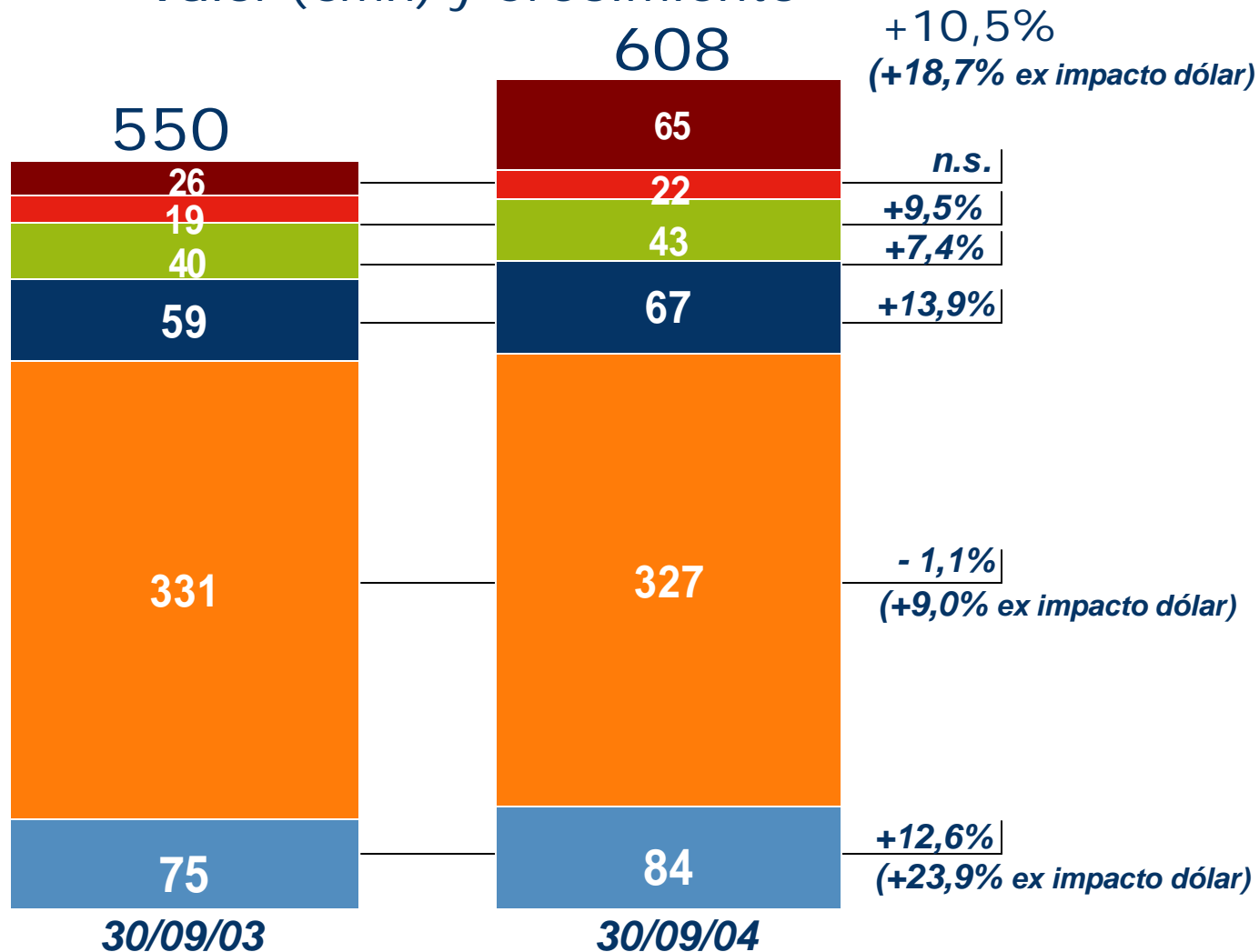


Volumen (bn unidades) y Variación



Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 18,7% excluyendo el impacto del dólar

Valor (€mn) y Crecimiento



■ Habanos (50%)
 ■ EE.UU.
 ■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones
 ■ Otras ventas

Normas internacionales de contabilidad (IFRS)

Obligatorias para Grupos cotizados desde el 1 de enero de 2005
El conjunto de normas no está aún establecido en su totalidad

Cuenta de resultados

Nuevo formato: Cuenta de resultados por destinos en el Informe Anual de 2004, por naturaleza en los anexos

Principales efectos:

- | | | |
|--------------------------------------|---|--------------------------|
| ① Amortización del fondo de comercio | ➔ | Prueba de envilecimiento |
| ② Resultados extraordinarios | | Resultados ordinarios |

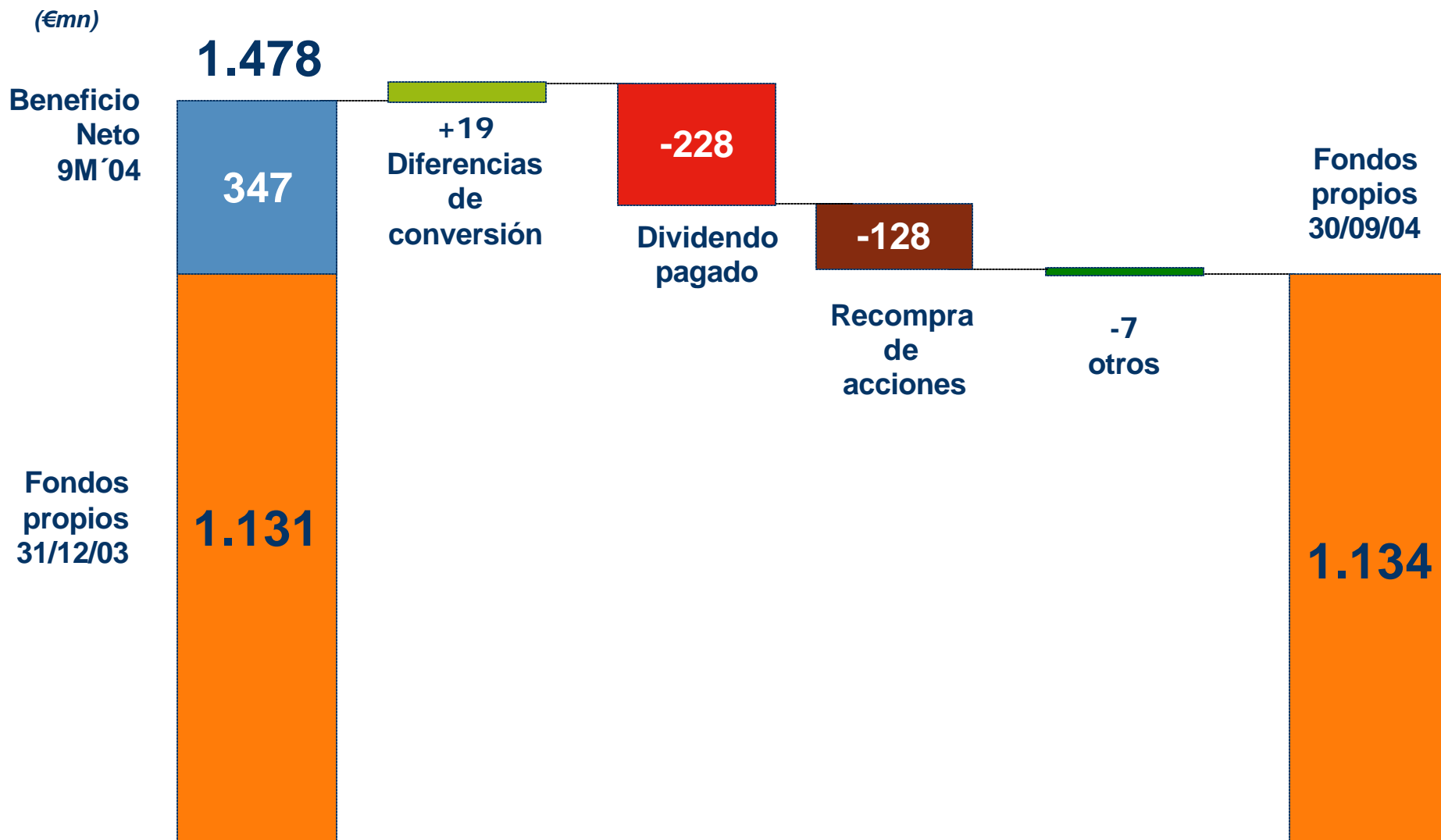
Balance de situación

Principales efectos :

- ① Los créditos a estancieros en Francia serán reclasificados desde activos financieros a inventarios
- ② Amortización de activos
- ③ Se producirán algunas modificaciones en la clasificación de activos financieros, tesorería y equivalentes de tesorería (IAS 32 y 39)

- ✓ OPORTUNIDAD ÚNICA PARA MEJORAR LA COMPARABILIDAD Y RESALTAR LOS RESULTADOS DE ALTADIS
- ✓ IMPACTO MUY REDUCIDO EN LOS PRINCIPALES RATIOS DE RENTABILIDAD

Fondos propios de € 1.134 mn por el pago del dividendo, la recompra de acciones y las diferencias de conversión



Exposición anual limitada al tipo de cambio del dólar

La mayor parte de las actividades de Altadis tienen la fabricación y la venta dentro de la misma zona monetaria

Actividad en la zona del euro

Exposición neta: USD - 70 mn

(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta: USD + 256 mn

(contribución al Ebitda del Grupo)

El impacto del dólar en la cuenta de resultados, aunque reducido, ha aumentado por el desarrollo de las ventas en USD

**ALTADIS ES LA ÚNICA COMPAÑÍA TABAQUERA
QUE COTIZA EN EUROS**

Escasas contingencias no recogidas en el balance

- *Equity swap* para el plan de opciones sobre acciones por € 142 millones
- Tipos de interés (*swaps*):
 - 1,97% para € 450 millones (2004)
 - Interés variable para € 500 millones (2003-2013)
 - Swaps a corto plazo (inferior a 3 meses) para cubrir la emisión de papel comercial
 - 2,57% para € 200 millones (2005)
 - 3,48% para USD 100 millones durante 3 años (2004-2007)
- Tipos de interés (*caps*):
 - 4,00% para € 250 millones (2003-2008)
 - 3,76% para € 200 millones (2003-2008)
- Tipos de cambio (*hedges*):
 - Futuro de venta de USD 3 millones a \$1,17/€ (2004)
 - Swap €/USD 160 millones (financiación intra-grupo)
 - Futuro de venta Rublos equivalente a €107,5 millones en 2 años (ampliado a €174,5 millones a partir del 31/12/04)
- Marruecos: opción de compra/venta para el 20% restante de *RTM* por aproximadamente € 323 mn en 2007/2008
- Otros:
 - Aval (*comfort letter*) por un crédito bancario concedido a Habanos por importe de € 130 millones, del cual el 50% ya está incluido en el balance de situación de Altadis
 - JR CIGAR Inc.: para la participación restante, las partes han llegado a un acuerdo de opción de compra para el comprador y de venta para el vendedor, que podrán ser ejercidas una vez transcurridos cinco años. El precio de adquisición para este resto de acciones se establecerá en función de los resultados de la empresa en los últimos ocho trimestres previos al ejercicio de la opción de compra o de venta
 - Contrato de arrendamiento a largo plazo de oficinas centrales de París
 - La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas

El riesgo de litigios es limitado

Situación de Altadis:

- Casos en curso: 8 demandas individuales + Junta de Andalucía + CPAM Saint Nazaire (Francia)
- 18 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- En la demanda de la Junta de Andalucía, el Tribunal de Primera Instancia ha dictaminado la necesidad de incluir al Estado en el proceso, por lo que éste deberá volver al Tribunal Contencioso-Administrativo. La Junta de Andalucía ha recurrido esta decisión
- Las sentencias favorables son a menudo tajantes

Factores clave y, concretamente, la ausencia de:

- *Class actions*
- *punitive damages* (condenas ejemplarizantes)
- *cuota litis* (porcentaje de la condena)
- jurados populares

Distinguen de manera fundamental la legislación en Europa continental y EE.UU., lo que conduce a un tipo y nivel de riesgo totalmente diferente

Datos trimestrales

VENTAS ECONÓMICAS

(€mn)

	T1'03	T2'03	T3'03	T4'03	2003	T1'04	T2'04	T3'04
Cigarrillos	406,5	472,9	415,2	426,1	1.720,7	468,4	451,3	443,3
Cigarros	163,2	193,1	193,8	212,2	762,3	183,5	212,7	211,8
Logística	192,7	201,5	199,7	201,3	795,2	190,0	220,7	216,7
Otros y ajustes*	-11,1	-25,6	95,5	48,4	107,2	-41,6	9,6	32,0
Total	751,3	841,9	904,2	888,0	3.385,4	800,3	894,3	903,8

EBITDA

(€mn)

	T1'03	T2'03	T3'03	T4'03	2003	T1'04	T2'04	T3'04
Cigarrillos	142,4	169,2	149,4	146,8	607,8	173,0	152,2	168,5
Cigarros	36,6	46,0	52,0	42,6	177,2	37,5	57,3	62,1
Logística	54,2	58,7	62,0	57,3	232,2	45,1	74,9	69,0
Otros y ajustes*	-9,5	-8,3	54,0	24,6	60,8	-22,7	0,3	15,4
Total	223,7	265,6	317,4	271,3	1.078,0	232,9	284,7	315,0

• Incluye RTM en T3 2003 y T4 2003.

En 2004 las cifras correspondientes a RTM están asignadas a las unidades de negocio de Cigarrillos y Logística