



Resultados



Primer









Trimestre 2003



Miércoles, 14 de mayo de 2003



Índice

 Altadis en el camino	página	3
 Magnitudes y Hechos Principales	página	4
 Cigarrillos	página	5
 Cigarros	página	16
 Logística	página	24
 Magnitudes Financieras	página	30
 Conclusiones	página	37
 Apéndices	página	39

Altadis en el camino hacia un crecimiento significativo: Ebitda + 6,4%, EPS + 9,8%

- ✍ **Al finalizar el primer trimestre, Altadis se encuentra en un camino de crecimiento.**
- ✍ **A pesar del tipo de cambio del dólar, las ventas crecen un 6,4% hasta €751 millones.**
- ✍ **El Ebitda, de €224 millones, en línea con las ventas y el Beneficio de Explotación crece un 10% hasta €188 millones.**
- ✍ **Debido a la política de recompra de acciones, mientras que el beneficio neto crece un 7,1% hasta €94 millones, el beneficio por acción aumenta un 9,8% hasta 32 céntimos de euro.**

Magnitudes y Hechos Principales

	Cigarrillos 54% (*)	Cigarros 21% (*)	Logística 25% (*)
Posición en el Mercado	Nº 3 en Europa Occ. Nº 1 en España Nº 2 en Francia Nº 4 en Alemania	Nº 1 Mundial Nº 1 en USA Nº 1 en España Nº 1 en Francia	150.000 puntos de venta en Europa Occidental
Volumen	24,4 bn de unidades (**)	758 mn de unidades	€1.818 mn (***)
Ventas Económicas (crecimiento)	€407 mn (+8,6%)	€163 mn (-5,9%) (+9,8% ex impacto del dólar)	€193 mn (+23,4%)

Primer trimestre de 2003

Grupo (crecimiento)	Ventas Económicas	€ 751 mn (+6,4%)
	EBITDA	€ 224 mn (+6,4%)
	Beneficio Neto	€ 94 mn (+7,1%)
	Plantilla	21.568

(*) de las Ventas Económicas del Grupo; (**) Incluyendo 2,3 bn de marcas concedidas bajo licencia a terceros; (***) ventas contables de Logística

Billón = mil millones

CIGARRILLOS

Marcas principales
Internacionalización
Capacidad de
incrementar precios



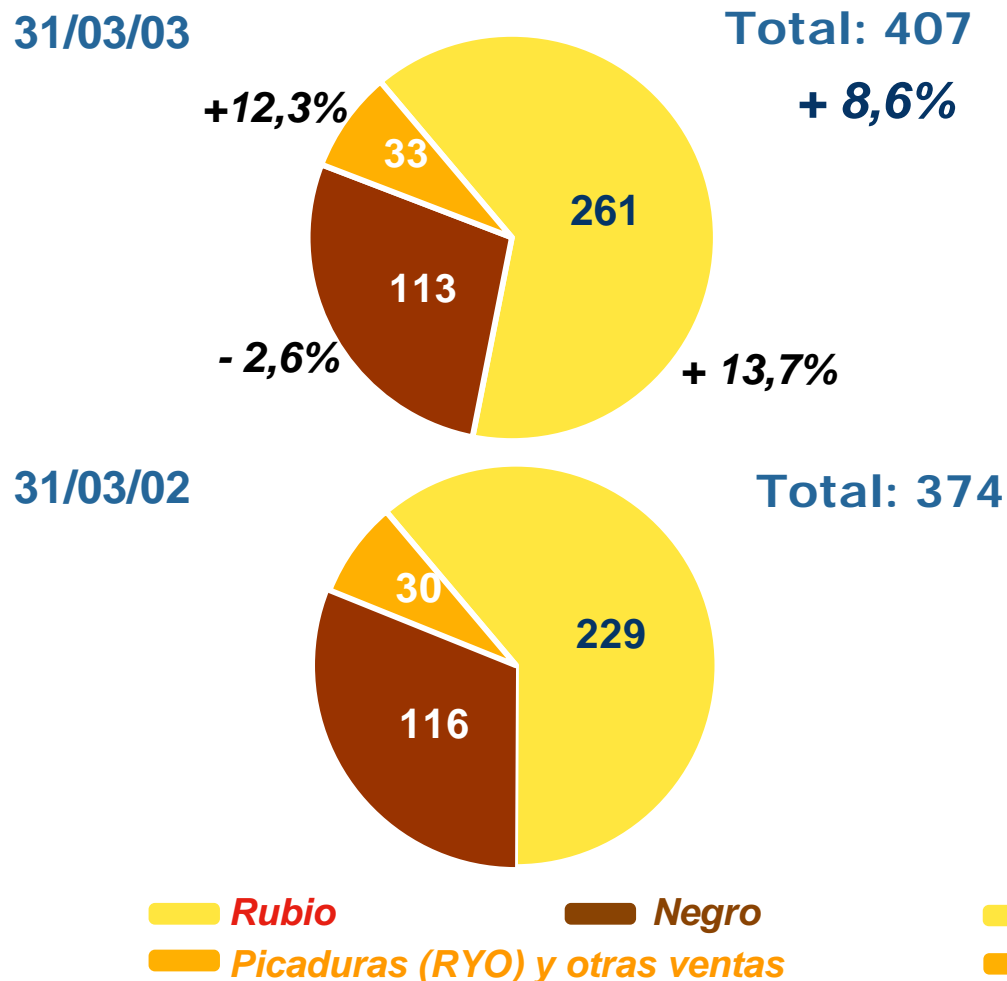
54% de las ventas económicas del Grupo
61% del Ebitda del Grupo
Margen de Ebitda: 35,0% de las ventas económicas
(+3,2 puntos)

Cigarrillos: estrategia de internacionalización

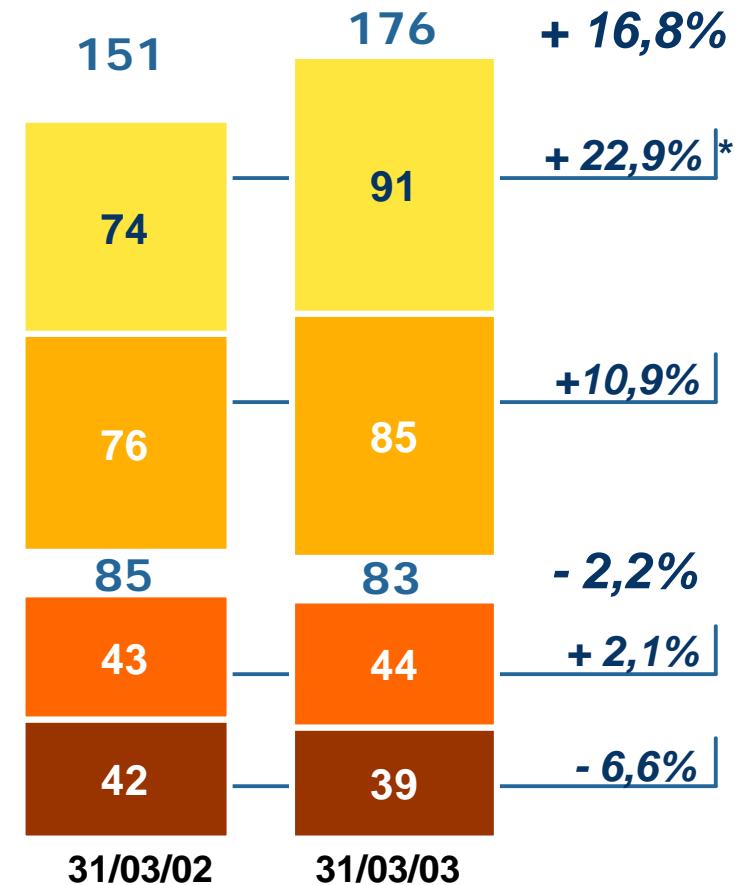
- ✍ Capitalizar las dos marcas del Grupo cuyas ventas son de aproximadamente 20.000 millones de cigarrillos al año
- ✍ Globalización de Gauloises Blondes en el segmento *sub-premium*.
- ✍ Desarrollo regional de Fortuna en el segmento de valor medio (España, Francia, Italia, Portugal).
- ✍ Uso táctico de sólidas marcas locales (News, Nobel, Fox, Spike, Fine, Gitanes, ...).
- ✍ Estrategia de rentabilización « cash cow » de los cigarrillos negros (Gauloises Brunas, Ducados).

Cigarrillos: crecimiento de las ventas económicas del 8,6%

Segmentos (€mn) y Crecimiento T1'02- T1'03



Principales Marcas (€mn) y Crecimiento T1'02-T1'03



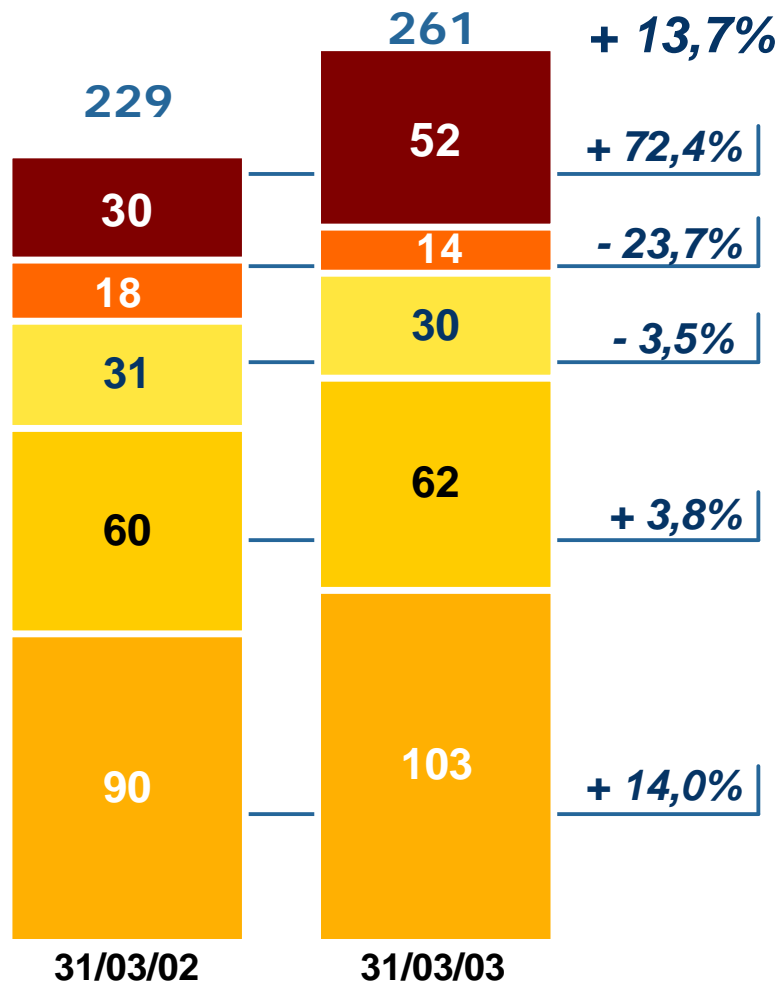
■ Rubio
■ Negro
■ Picaduras (RYO) y otras ventas

■ Fortuna
■ Gauloises Blondes
■ Ducados
■ Gauloises brunes

* : 11 puntos proceden de ajustes de inventarios

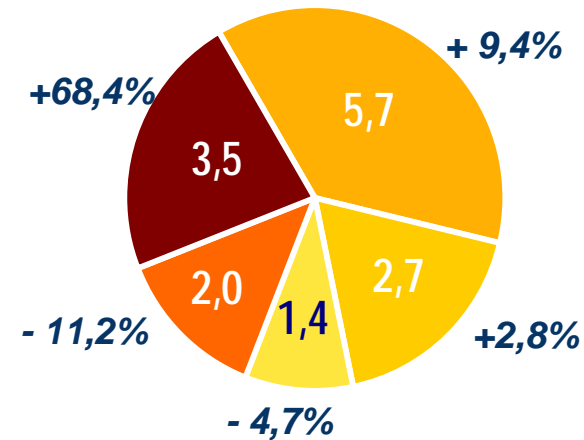
Las ventas internacionales impulsan considerablemente el crecimiento de las ventas de rubio, de un 13,7%

Valor (€mn) y Crecimiento T1'02- T1'03



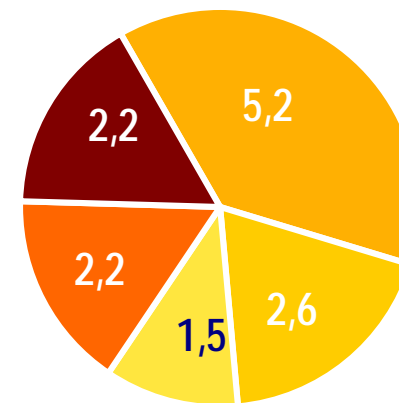
Volumen (bn unidades)

Total: 15,4 (+12,2 %) 31/03/03



Total: 13,7

31/03/02



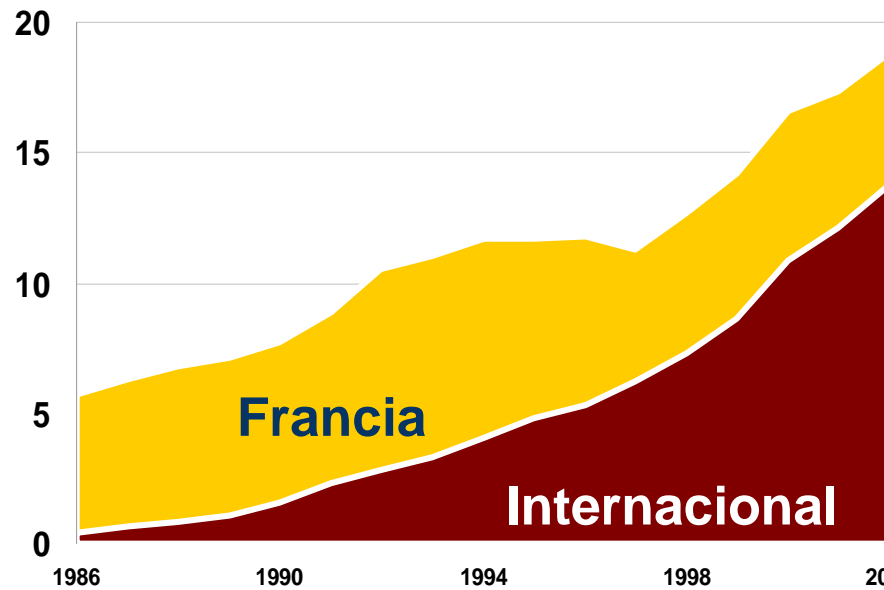
Buena evolución de la cuota de rubio en la mayoría de los mercados

(Volumen en bn de unidades) *	31/03/02	31/03/03	Variación
España			
Volumen	5,2	4,9	-6,0%
Cuota de mercado	31,3% **	28,6%	-2,7
Francia			
Volumen	2,7	2,7	-0,4%
Cuota de mercado	17,0%	18,5%	+1,5
Alemania			
Volumen	1,5	1,5	+3,0%
Cuota de mercado	4,5%	5,0%	+0,5
Austria			
Volumen	0,2	0,2	+12,8%
Cuota de mercado	6,8%	7,8%	+1,0
Bélgica / Luxemburgo			
Volumen	0,1	0,2	+11,7%
Cuota de mercado	3,5%	3,9%	+ 0,4
Polonia			
Volumen	2,2	2,0	-11,2%
Cuota de mercado	13,3%	12,3%	-1,0

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

** Cifras favorecidas por el efecto de anticipación a la subida de precios del 1 de abril de 2002.

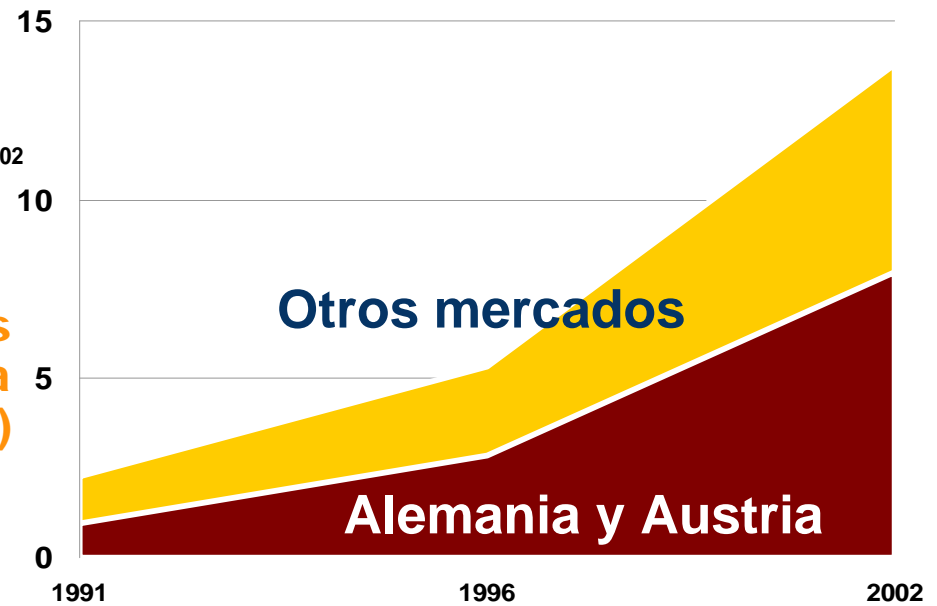
Gauloises Blondes: una marca europea estratégica



Gauloises Blondes
en el mundo
(bn unidades)



Gauloises Blondes
fuera de Francia
(bn unidades)



Ventas internacionales de Gauloises Blondes: + 29,7% en volumen en T1 2003

<i>(Volumen en mn unidades) (Ventas en €mn)</i>	00 T1	01 T1	02 T1	03 T1	Var. % 03-02	TAM (03-00)
Alemania						
<i>Volumen</i>	1.188	1.419	1.491	1.422	-4,6%	6,2%
<i>Ventas</i>	25,8	31,0	31,1	30,0	-3,4%	4,4%
Austria						
<i>Volumen</i>	169	134	203	229	12,8%	10,7%
<i>Ventas</i>	3,1	2,4	3,8	4,4	13,8%	12,1%
Bélgica / Luxemburgo						
<i>Volumen</i>	95	152	127	211	66,1%*	30,5%*
<i>Ventas</i>	1,8	3,1	2,8	5,0	80,2%*	38,7%*
Resto del mundo						
<i>Volumen</i>	957	1,136	666	1,363	104,7%	12,5%
<i>Ventas</i>	12,5	16,4	9,5	18,0	90,2%	14,6%
Total (sin incluir Francia)						
<i>Volumen</i>	2.409	2.842	2.487	3.225	297%	13,0%
<i>Ventas</i>	43,2	52,9	47,2	57,4	21,8%	9,9%

* Las ventas del primer trimestre de 2003 estan muy afectadas por el traspaso de ventas desde Diciembre a Enero

Gauloises Blondes: valor intrínseco, *mix* exitoso

- ✍ Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora de la marca.
- ✍ Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia.
- ✍ « Liberté toujours » (Libertad para siempre) fundamento de la marca.
- ✍ Precio nivel sub-premium
- ✍ Diseño que busca la estética y originalidad
- ✍ Objetivo prioritario en mercados maduros donde la marca y el mix tienen un mayor atractivo
- ✍ Estrategia de comunicación coherente

Fortuna: éxito del lanzamiento en Italia



1 España: importante punto de partida

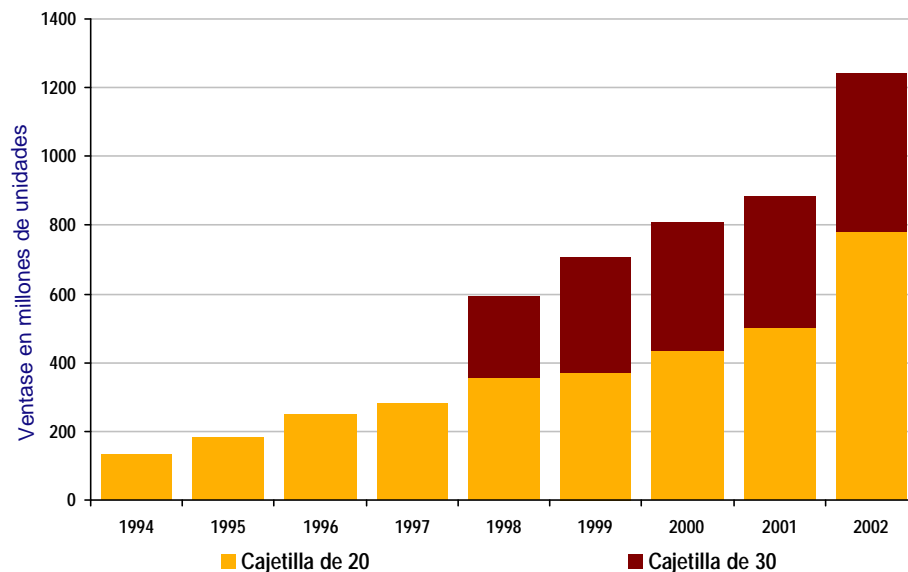
✍ Marca líder en España

✍ Cuota de mercado del 22,2 %

✍ Atractivo para adultos jóvenes

fumadores urbanos

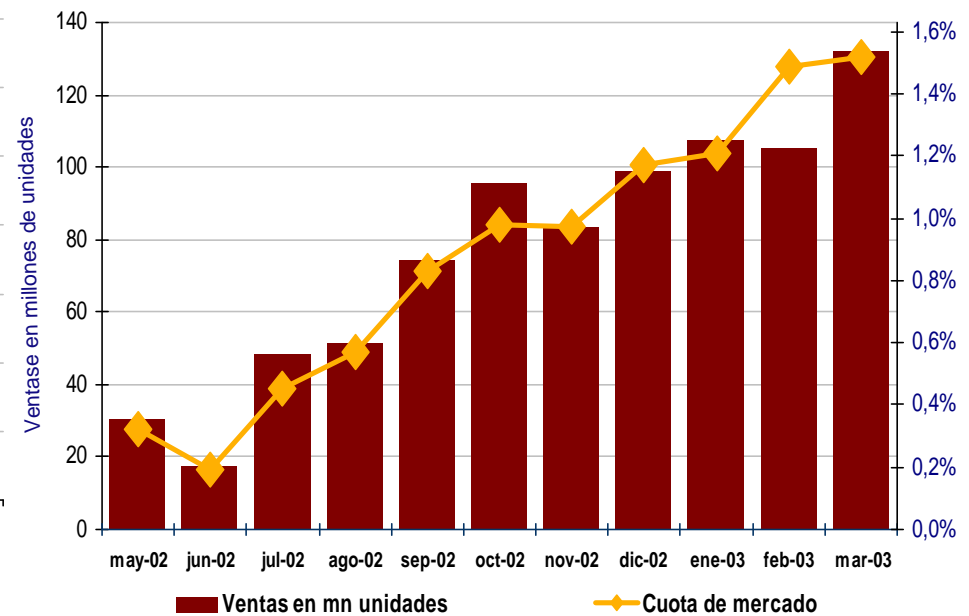
2 Francia: crecimiento desde 1994



Cuota de mercado en Francia T1'03:

1,73% (+0,10 vs T1'02)

3 Italia: lanzamiento exitoso en mayo de 2002

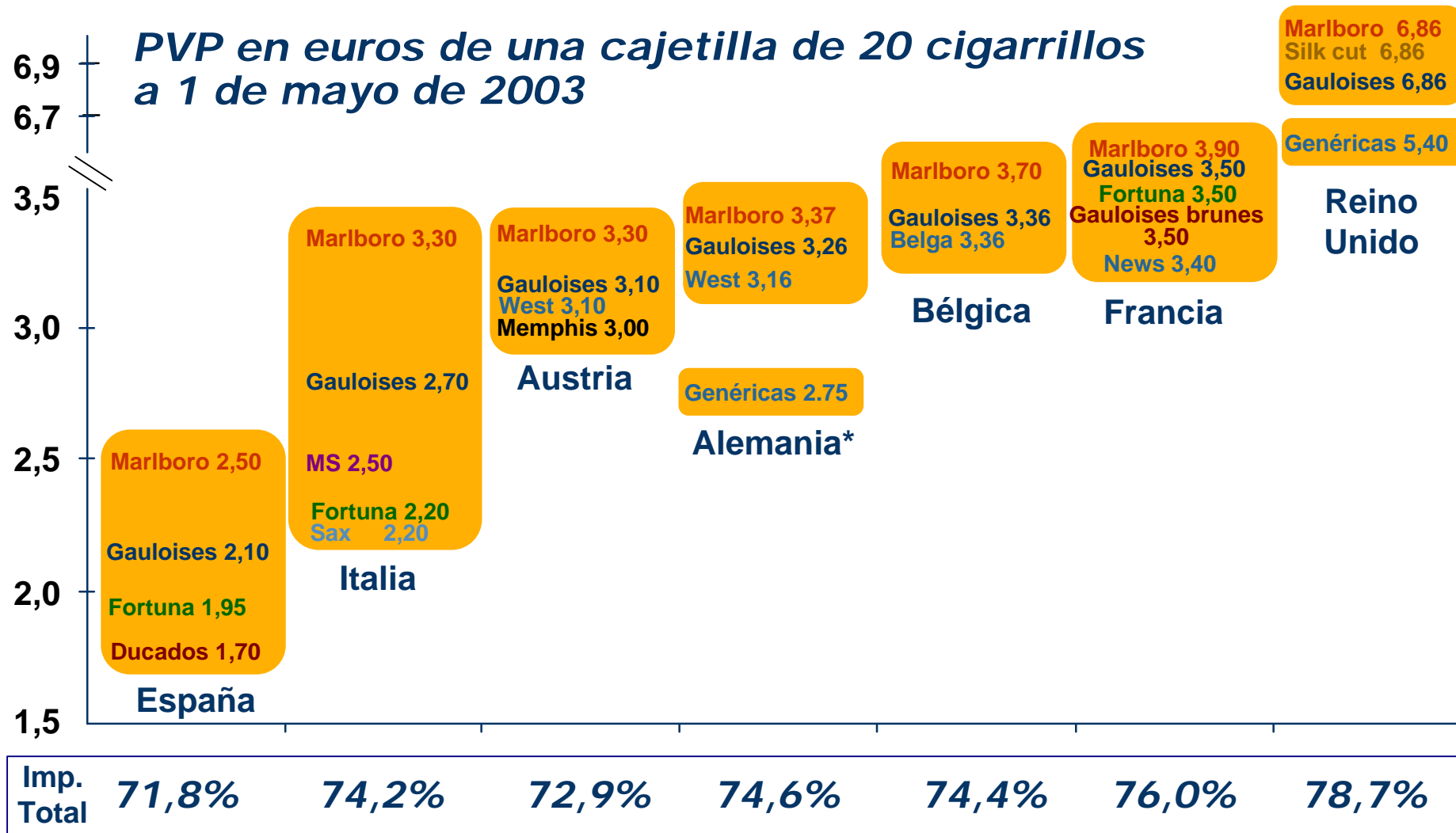


Fortuna: potencial para obtener crecimiento regional



- ✍ Capitalizar las raíces españolas y latinas de manera universal y atractiva.
- ✍ Fuerte potencial frente a otras marcas internacionales con imágenes de menos fuerza
- ✍ Fuerte potencial frente a marcas locales populares, a menudo poco ambiciosas.
- ✍ Precio medio-bajo.
- ✍ Oferta atractiva de valor añadido a su principal *target*: 18/25 años, hombre/mujer urbano.

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



Imposición total (impuesto especial + IVA) de la MPPC (Categoría de Precio Más Vendida)

* PVP para un paquete de 20 cigarrillos. Para el paquete 19 cigarrillos (paquete estándar) el precio es de 3,20, 3,10, 3,00 y 2,60 euros, respectivamente

CIGARROS

Liderazgo mundial
Crecimiento del
Ebitda del 29,2%
excluyendo el
impacto del dólar

21% de las ventas económicas del Grupo
16% del Ebitda del Grupo
Margen de Ebitda: 22,4% de las ventas económicas
(+2,0 puntos)

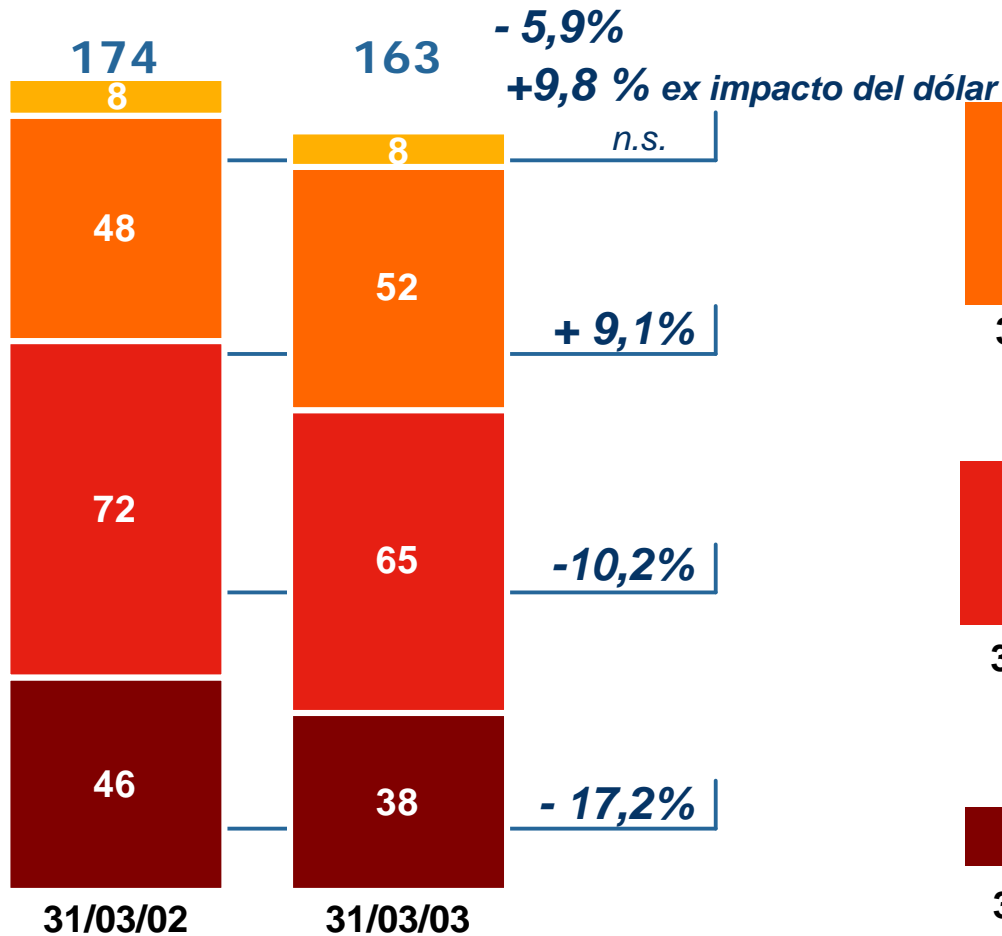


Cigarros: estrategia de liderazgo

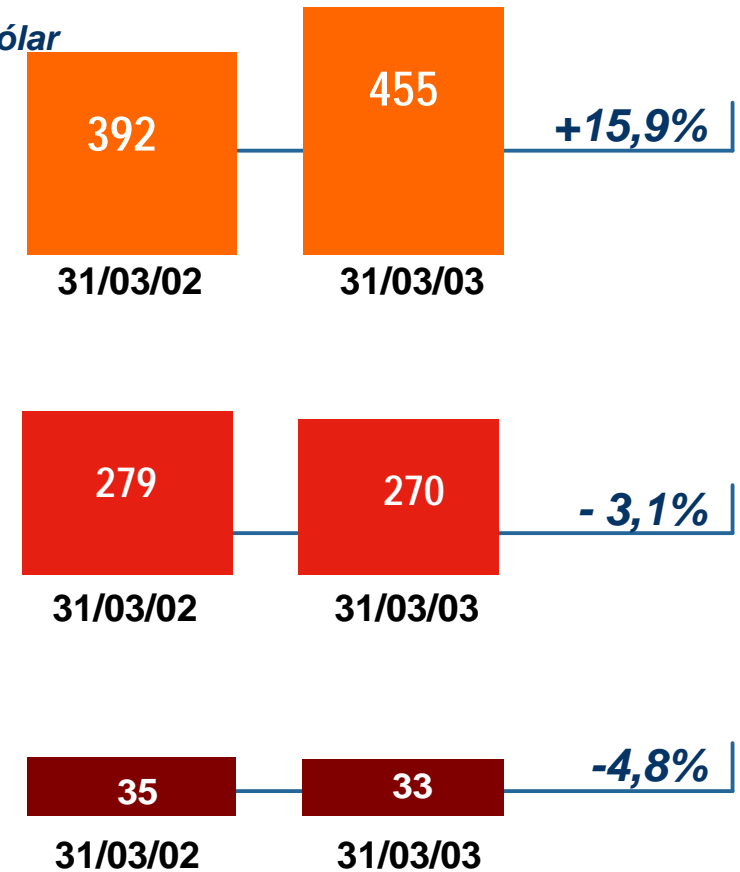
- ✍ Reforzar el liderazgo en EE.UU., con la correspondiente capacidad de tomar la iniciativa con respecto al lanzamiento de productos y a la política de precios
- ✍ Mayor expansión del prestigio de los cigarros cubanos, aprovechando el alto potencial de las marcas más importantes del mundo
- ✍ Unificar posiciones de liderazgo (EE.UU., marcas cubanas, España y Francia) para desarrollar una presencia mundial que incluya mercados aún sin explorar
- ✍ Fuerte concentración en la optimización de los costes y márgenes

Cigarros: fuerte crecimiento de las ventas excluyendo el impacto del dólar

Valor (€mn) y Crecimiento T1'02-T1'03



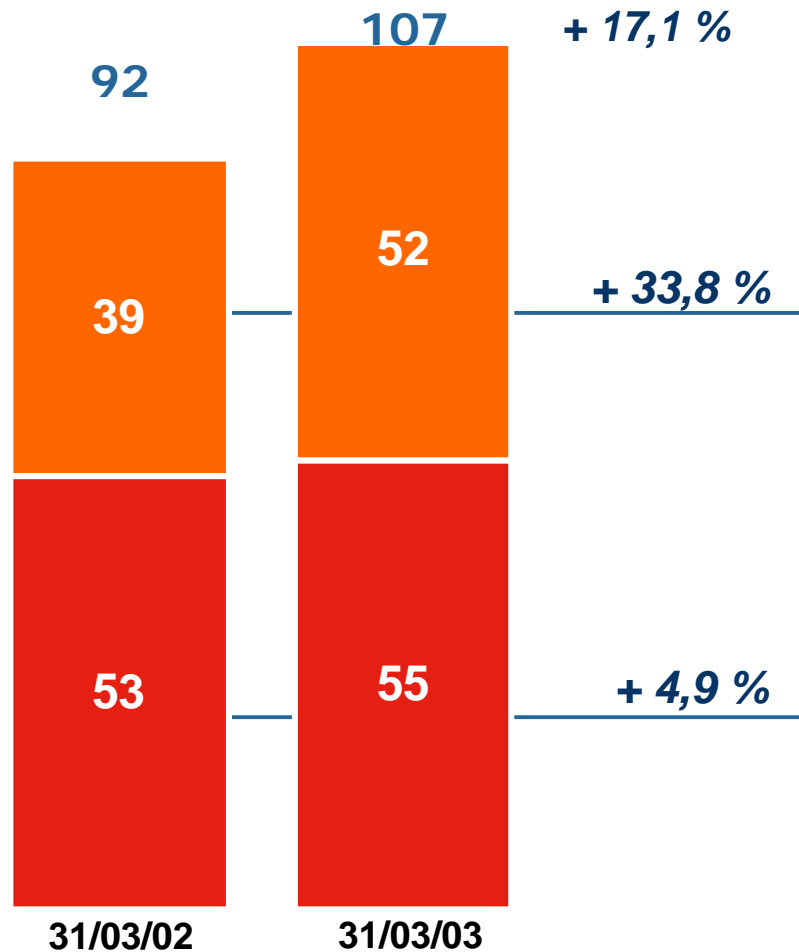
Volumen (mn unidades)



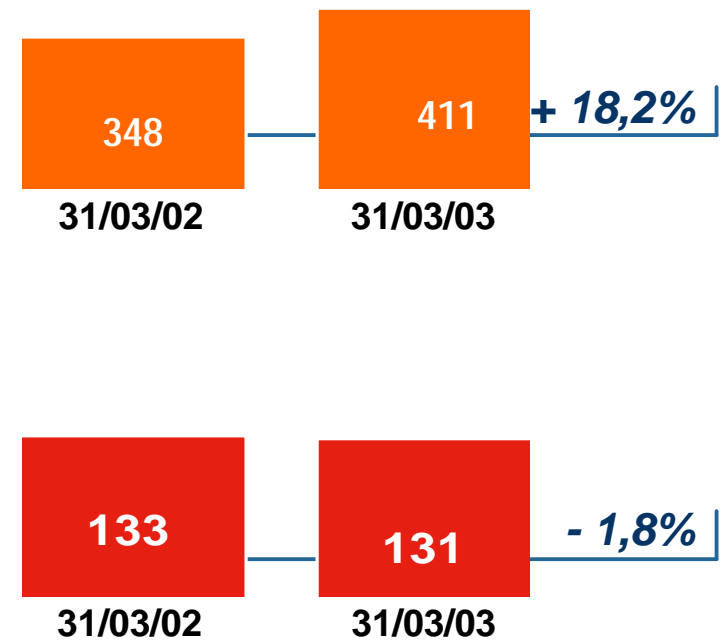
■ Premium y Habanos (50%)
 ■ Natural
 ■ Mass (Popular + Little)
 ■ Otras ventas

EE.UU.: crecimiento de las ventas del 17,1% en USD en el mercado más rentable

Valor (€mn) y Crecimiento T1'02-T1'03



Volumen (mn unidades)



■ Premium y Natural

■ Mass (Popular + Little)

Una exitosa nueva línea de cigarros

Imágenes eliminadas
por tamaño

El crecimiento del segmento *popular* de Altadis se basa en sus nuevos productos con sabores

Imágenes eliminadas
por tamaño

LA MARCA PHILLIES en 2002

- ✍ Crecimiento en volumen del 32%
- ✍ 64% de las ventas del segmento *popular* de Altadis

Imágenes eliminadas
por tamaño

Imágenes eliminadas
por tamaño

Cigarros cubanos: preparándose para el cambio en la tendencia del ciclo

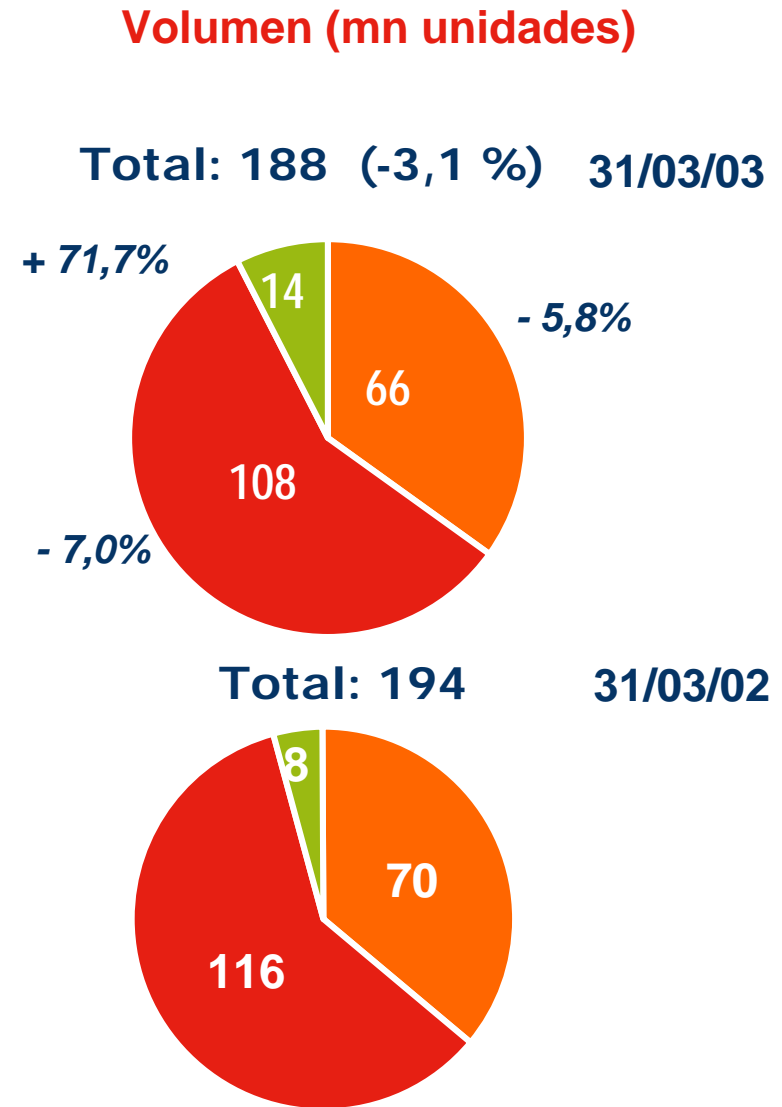
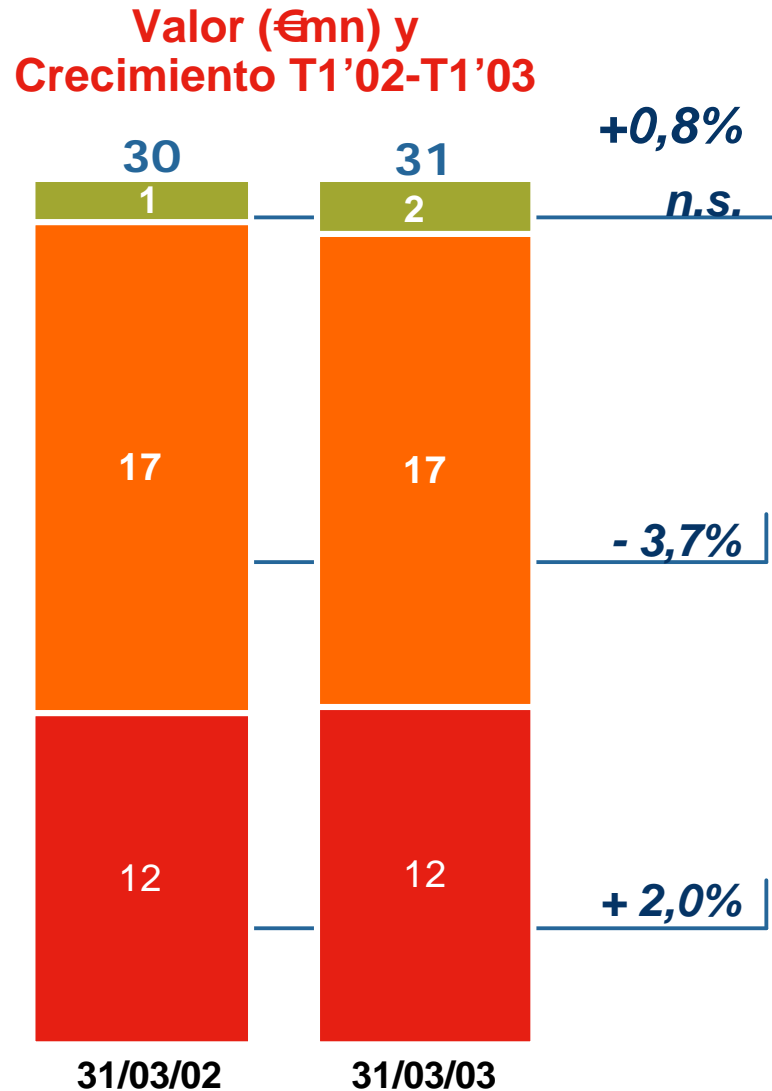
- ✍ Influencia negativa del clima de inestabilidad (sector de artículos de lujo, viajes, ocio) en las ventas de Habanos que han descendido un 7,0% en dólares.
- ✍ Los márgenes continúan mejorando: crecimiento del margen de EBITDA en más de 2 puntos.
- ✍ Concentración a corto plazo en prepararse para el cambio en la tendencia del ciclo.

Un nuevo segmento de cigarros cubanos: Mini cubanos

**Imágenes eliminadas
por tamaño**

- ✍ Marcas altamente reconocidas.
- ✍ 100% tabaco cubano.
- ✍ Puerta de entrada idónea al mundo del cigarro cubano.

Europa: comienza la recuperación de las ventas en España



■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones

LOGÍSTICA

Mejora de la eficiencia de las actividades vinculadas al tabaco e importante crecimiento de la logística general



25% de las ventas económicas del Grupo

23% del Ebitda del Grupo

Margen de Ebitda: 28,1% de las ventas económicas
(-4,3 puntos)

Estrategia de logística: aplicar una especialización única a nuevos campos

- ✍ Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España y Francia a la vez que se optimizan costes
- ✍ Mayor desarrollo de la especialización aplicada con éxito a los productos distintos al tabaco
- ✍ Concentrarse en servicios logísticos para nichos de mercado con márgenes por encima de la media
- ✍ Optimizar los medios operativos.

Las ventas económicas de la actividad tabaquera crecen un 2,1%

Número de puntos de venta

50.000

<i>Ventas económicas (€mn)</i>	31/03/02	31/03/03	Variación
España y Portugal	37,1	36,2	-2,4%
Francia	42,6	44,9	+5,4%
Ajustes	-1,9	-1,7	
TOTAL	77,8	79,4	+2,1%

Contratos de logística tabaquera renovados en Francia y España

- ✍ Altadis mantiene una relación duradera, en el ámbito de la logística tabaquera, con todos los fabricantes de tabaco basada en:
 - ✍ Neutralidad
 - ✍ Calidad del servicio
 - ✍ Fiabilidad
 - ✍ Competitividad
- ✍ Los contratos para Francia con Altria, BAT y Japan Tobacco acaban de ser renovados por un periodo de tres años, finalizando en diciembre de 2005
- ✍ Los contratos para España, también por un periodo de tres años, están aún vigentes. El contrato con BAT ha sido renovado en enero de 2003

Logística general: crecimiento de las ventas del 44,7% impulsado por la compra de Burgal

Número de puntos de venta

150.000

<i>Ventas económicas (€mn)</i>	31/03/02	31/03/03	Variación
España y Portugal*	41,7	73,5	+76,3%
Francia	36,6	39,8	+8,7%
TOTAL	78,3	113,3	+44,7%

**+10,1 %
ex impacto del
perímetro**

* El Grupo Burgal está consolidado desde el 25 de febrero de 2002

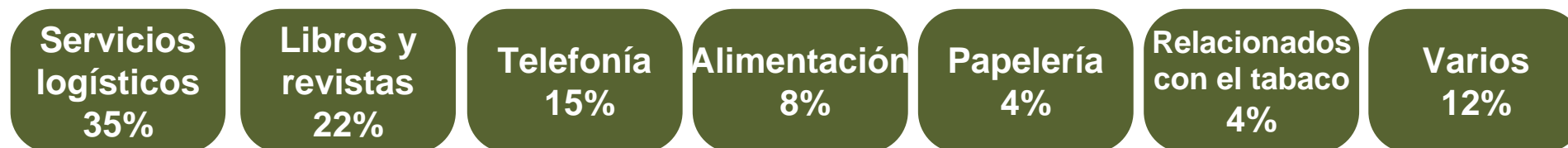
Logística general: canales y productos

Porcentajes del total de ventas económicas de la logística general de 2002

CANALES



LÍNEAS DE PRODUCTOS





MAGNITUDES FINANCIERAS

Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad en T1 2003

T1'02 vs T1'01
(€mn)

Ventas económicas: +46

Crecimiento orgánico: +53

Perímetro: +27

Tipo de cambio: -33

Otros: -1

- ✍ Crecimiento de volúmenes internacionales, diferentes precios y evoluciones de volúmenes en Francia
- ✍ Compra del Grupo Burgal principalmente
- ✍ Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

✍ Precios, *mix*, control de costes

Crecimiento orgánico: +9

✍ Reestructuración y sinergias

Reestructuración y Sinergias: +10

✍ Compra del Grupo Burgal principalmente

Perímetro: +2

✍ Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

Tipo de cambio: -7

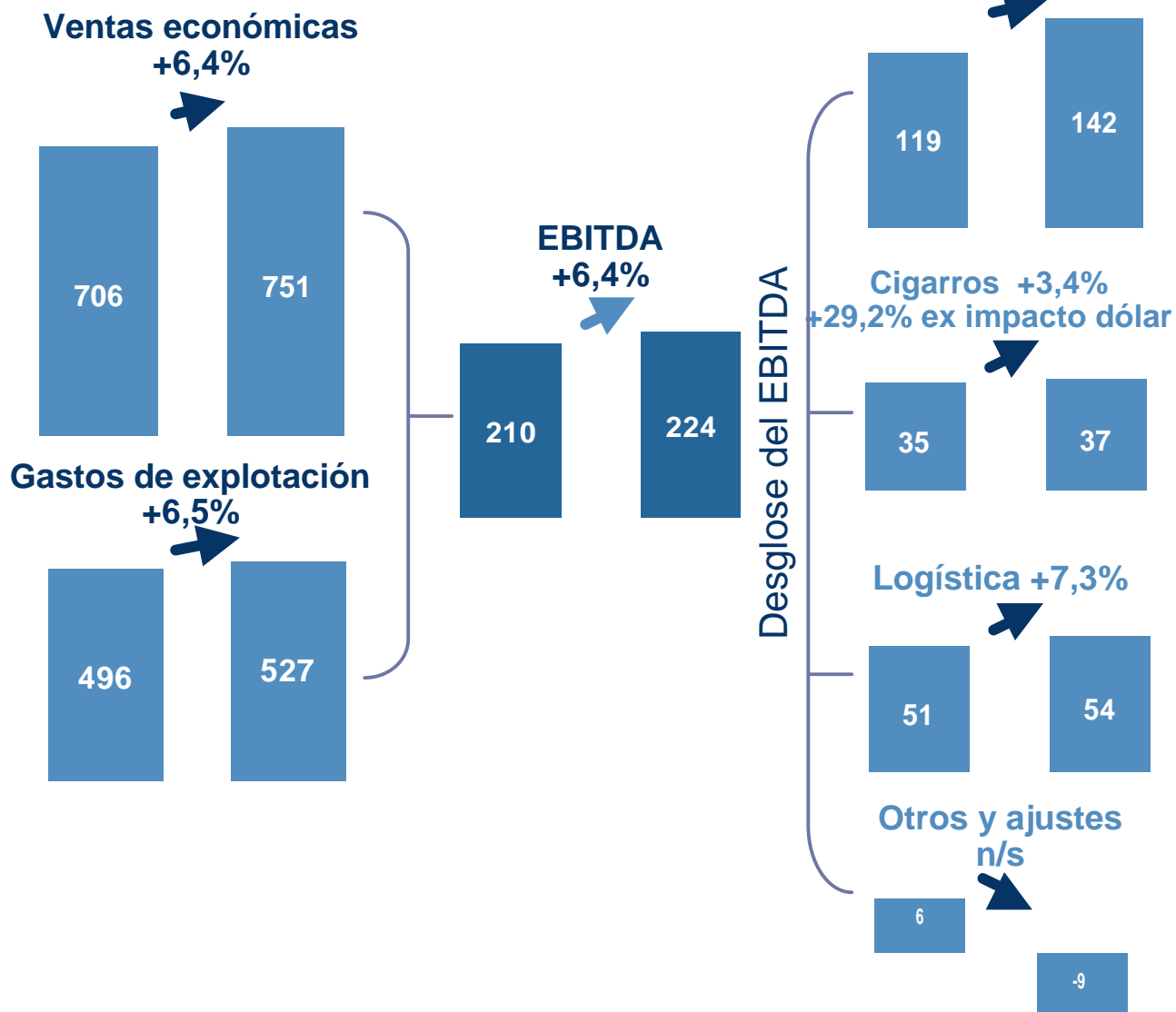
Otros: -0

Ebitda: +14

Margen de Ebitda estable del 29,8%

T1'02 vs T1'03

(€mn)



Incremento de las ventas del 8,6% de 374 a 407€mn

Incremento del margen de Ebitda de 3,2 puntos hasta el 35,0%

Subida de precios (España, Francia)

Efecto negativo del mix de producto

Crecimiento de volúmenes de rubio

Un cliente de exportación incobrable

Impacto positivo de la reestructuración

Beneficio intragrupo (inventarios)

Incremento de las ventas del 9,8% ex impacto del dólar, descenso en euros del 5,9% de 174 a 163 €mn

Incremento del margen de Ebitda de 2,0 puntos hasta el 22,4%

Importante incremento de las ventas en EE.UU.

Impacto negativo del dólar

Inestabilidad del mercado de Habanos

Efecto positivo de la reestructuración

Incremento de las ventas del 23,4% de 156 a 193 €mn

Disminución del margen de Ebitda de 4,3 puntos hasta el 28,1%

Dilución por adquisiciones

Crecimiento orgánico

Evolución del mercado de tabaco

Optimización de costes

Ventas de 2 a -12 €mn

Eliminación de beneficios intragrupo procedentes del incremento de inventarios

EBITDA : + 6,4% hasta €224 millones

(€mn)	31/03/02	31/03/03	Variación
<i>Ventas económicas</i>	705,8	751,3	+ 6,4 %
EBITDA	210,2	223,6	+ 6,4 %
<i>EBITA</i>	180,9	196,4	+8,6 %
Beneficio de explotación (EBIT)	170,7	187,8	+10,0 %
<i>Resultados financieros</i>	(5,9)	(14,5)	+ 145,8 %
<i>Amortización delfondo de comercio</i>	(22,3)	(22,3)	+ 0,0 %
<i>Empresas Asociadas por puesta en equivalencia</i>	2,0	6,0	+ 200,0 %
<i>Resultados extraordinarios</i>	(3,7)	(4,1)	+10,8%
Beneficios antes de impuestos	140,8	152,9	+ 8,6 %
<i>Impuesto sobre sociedades</i>	(43,5)	(50,6)	+ 16,3%
<i>Socios externos</i>	(9,5)	(8,4)	- 11,6 %
Beneficio neto del Grupo	87,8	93,9	+ 7,1 %
<i>Beneficio por acción (céntimos de euro)</i>	0,29	0,32	+ 9,8%
<i>Promedio de acciones (millones)*</i>	300,9	293,5	- 2,5%

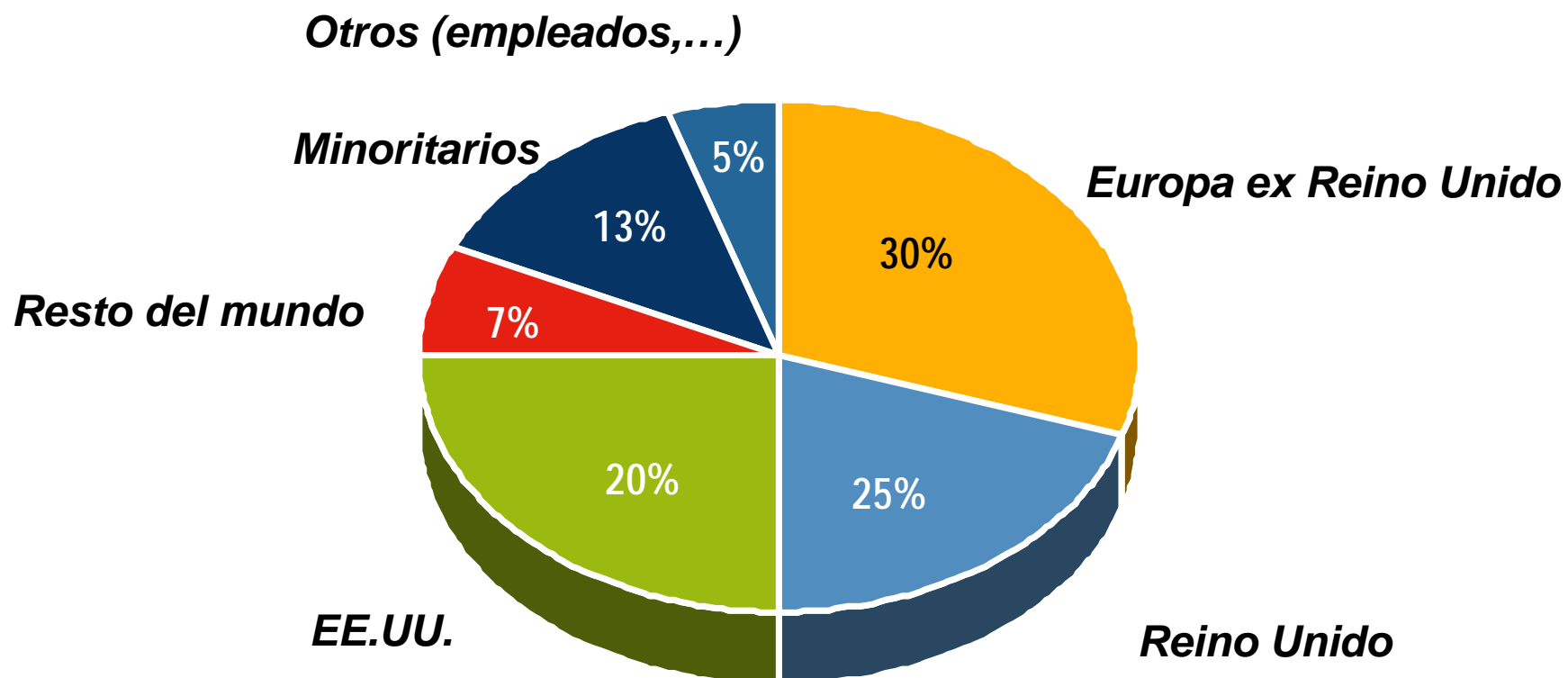
* : Promedio de acciones = promedio de (total de acciones – acciones propias)

Un flujo de caja alto y recurrente

(€mn)	31/03/02	31/03/03
<i>Flujo operativo (Ebitda + Var. Capital circulante)</i>	247	252
<i>Pago por impuesto de sociedades</i>	(23)	(42)
<i>Pagos por reestructuración</i>	(4)	(8)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	220	202
<i>Pagos por inversiones</i>	(48)	(18)
<i>Crédito a los estanqueros</i>	(106)	(32)
<i>Ingresos por desinversiones</i>	4	2
<i>Flujo de caja de las actividades de inversión</i>	(150)	(48)
<i>Pagos por los intereses financieros</i>	(3)	(10)
<i>Dividendos netos</i>	(100)	(85)
<i>Compra de acciones (de compañías del Grupo)</i>	(15)	(88)
<i>Flujo de caja de las actividades de financiación</i>	(118)	(183)
Cambio neto en caja y equivalentes	(48)	(29)
<i>Posición financiera neta inicial</i>	(948)	(1,086)
<i>Cambio neto de caja</i>	(48)	(29)
<i>Impacto por fluctuación del tipo de cambio</i>	(1)	6
Posición financiera neta final	(995)	(1.109)
Flujo de caja libre*	95	153

* Flujo de caja libre = flujo de caja de las actividades ordinarias – gasto de capital en mantenimiento de activos fijos – crédito a los estanqueros

Un accionariado internacionalmente extendido



- ✍ Aproximadamente 100 inversores representan el 95% del accionariado institucional
- ✍ Aproximadamente 300.000 accionistas minoritarios

Nota: cifras estimadas

CONCLUSIONES



Proporcionar valor a nuestros accionistas

- ✍ Potencial de crecimiento, en ventas y resultados
- ✍ Transparencia e información relevante para el mercado
- ✍ Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo con una política de distribución de resultados de alrededor del 50%, como referencia (el dividendo se pagará durante el primer semestre de 2003 y será de 70 céntimos de euro por acción, de los cuales el 24 de marzo se pagó un dividendo a cuenta de 31 céntimos de euro y el dividendo complementario por importe de los 39 céntimos restantes se pagará el 23 de junio)
- ✍ Mejora del apalancamiento financiero
- ✍ Recompra y amortización de acciones de compañías del Grupo, la Junta General de Accionistas autorizó una nueva recompra hasta el 5%
- ✍ Potencial para adquisiciones: conocimiento y capacidad financiera para realizar adquisiciones de importancia estratégica y creación de valor



Apéndices

- ✍ Calendario Corporativo - Contactos
- ✍ Listos para enfrentarnos a un entorno más regulado
- ✍ Gobierno corporativo
- ✍ Fábricas en España y Francia a finales de 2002
- ✍ Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados
- ✍ Mercados totales de cigarrillos español y francés
- ✍ Ventas de cigarrillos negros
- ✍ Ventas de picaduras
- ✍ Normativa fiscal de la UE
- ✍ Gauloises Blondes
- ✍ Internacionalizando Fortuna
- ✍ Una cartera completa de marcas de cigarros para los Estados Unidos
- ✍ Cigarros de Altadis por mercados
- ✍ Grupo Burgal y Transportes Alameda
- ✍ Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- ✍ Escasas contingencias no recogidas en el balance
- ✍ El riesgo de litigios es limitado
- ✍ Datos trimestrales 2002

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

Finales de mayo de 2003	Informe Anual
10 de junio de 2003	Junta General de Accionistas
23 de junio de 2003	Pago del dividendo complementario
1 de septiembre de 2003	Resultados primer semestre 2003
17 de noviembre de 2003	Resultados 9 primeros meses 2003
26 de febrero de 2004	Resultados anuales 2003
13 de mayo de 2004	Resultados primer trimestre 2004

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

Listos para enfrentarnos a un entorno más regulado

Altadis estará preparada para aplicar la nueva normativa:

- ✍ La directiva « Byrne » de la UE sobre etiquetado (advertencias y descripciones) entrará en vigor desde el 9 de septiembre de 2003 (2004 para cigarros).
- ✍ La directiva « Byrne » de la UE sobre contenidos (alquitrán, nicotina y monóxido de carbono) entrará en vigor desde el 1 de enero de 2004.
- ✍ La directiva sobre publicidad transfronteriza entrará en vigor teóricamente en julio de 2005.
- ✍ El tratado WHO: actualmente en discusión, finalización en mayo de 2003, seguida de un imprevisible calendario de ratificación. Principalmente dirigida a países con un bajo nivel de normativa regulatoria.

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 y Logista: Deloitte & Touche
- ✍ Seita: Mazars et Guérard, BFA (Ernst and Young)

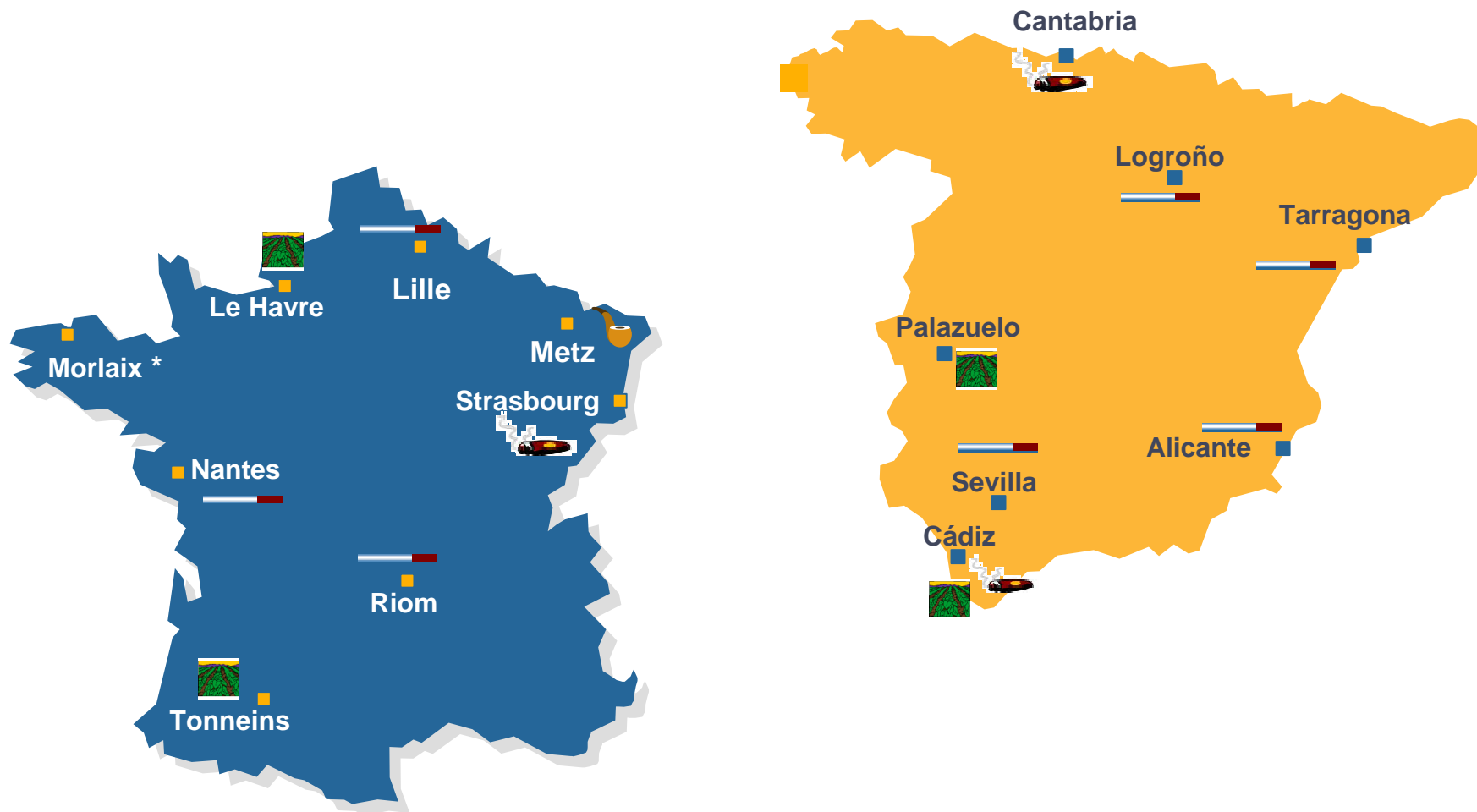
✍ Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales

✍ Calificación financiera por Moody's: A3 y Standard & Poors: A-

✍ IFRS (International Financial Reporting Standards): proyecto de adaptación a las nuevas normas contables efectivo a partir del 31 de diciembre de 2004

✍ Un informe sobre Gobierno Corporativo ya publicado será incluido en el Informe Anual de 2002

Fábricas en España y Francia a finales de 2002



 Fábricas de cigarrillos (7)  Fábricas de cigarros (3)  Fábricas de tabaco de pipa y picaduras (1)  Fábricas de procesado de tabaco (4)

* taller de cigarros

Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

	31/03/02	31/103/03	Var. %
VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)			
Rubio	13,7	15,4	+12,2%
Negro	7,4	6,0	-19,1%
Picaduras	1,0	0,8	-22,2%
Total	22,1	22,1	+0,2%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)			
Fortuna	4,3	5,1	+17,0%
Gauloises Blondes	3,7	4,2	+14,5%
Rubio	8,0	9,3	+15,9%
Ducados	3,9	3,1	-20,1%
Gauloises Dark	2,0	1,6	-16,8%
Negro	5,9	4,7	-19,0%

	31/03/02	31/03/03	Var. %
VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)			
España	9,7	9,2	-5,2%
Francia	5,9	5,3	-9,2%
Alemania	1,6	1,5	-4,9%
Polonia	2,2	2,0	-11,2%
Resto de Europa	1,5	1,9	+25,8%
Resto del Mundo	1,1	2,1	+95,4%
Total	22,1	22,1	+0,2%

VENTAS POR MERCADOS (€mn)			
España	140	153	+9,6%
Francia	128	127	-0,8%
Alemania	34	33	-3,9%
Polonia	18	14	-23,7%
Resto de Europa	23	35	+45,9%
Resto del Mundo	16	28	+74,6%
Otras ventas	15	17	n.s.
Total	374	407	+8,6%

Mercados totales de cigarrillos español y francés: mayor valor a pesar de menor volumen

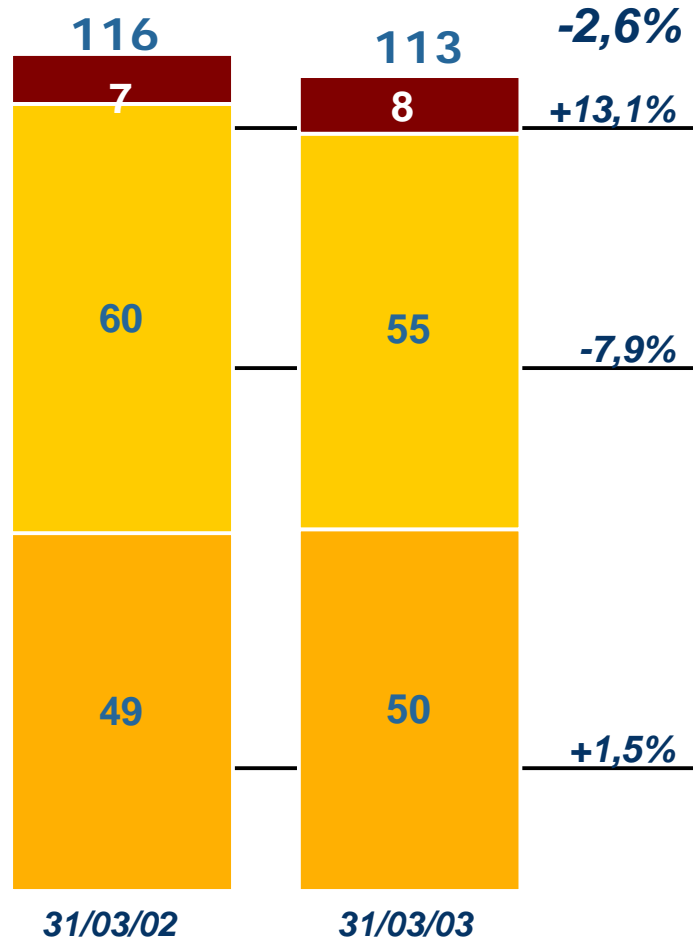
(Volumen en bn unidades,
valor en €mn)

		31/03/02	31/03/03	Var. %
MERCADO TOTAL ESPAÑOL				
Volumen	Rubio	16,4	17,1	+4,2%
	Negro	5,0	4,0	-18,5%
	Total	21,3	21,1	-1,1%
Valor	Rubio	311	344	+10,5%
	Negro	55	56	+1,6%
	Total	366	400	+9,2%
MERCADO TOTAL FRANCÉS				
Volumen	Rubio	15,8	14,5	-8,0%
	Negro	2,7	2,1	-20,7%
	Picaduras	1,6	1,6	-3,4%
	Total	20,1	18,2	-9,3%
Valor	Rubio	420	407	-3,1%
	Negro	59	54	-8,0%
	Picaduras	30	32	+6,7%
	Total	509	493	-3,1%

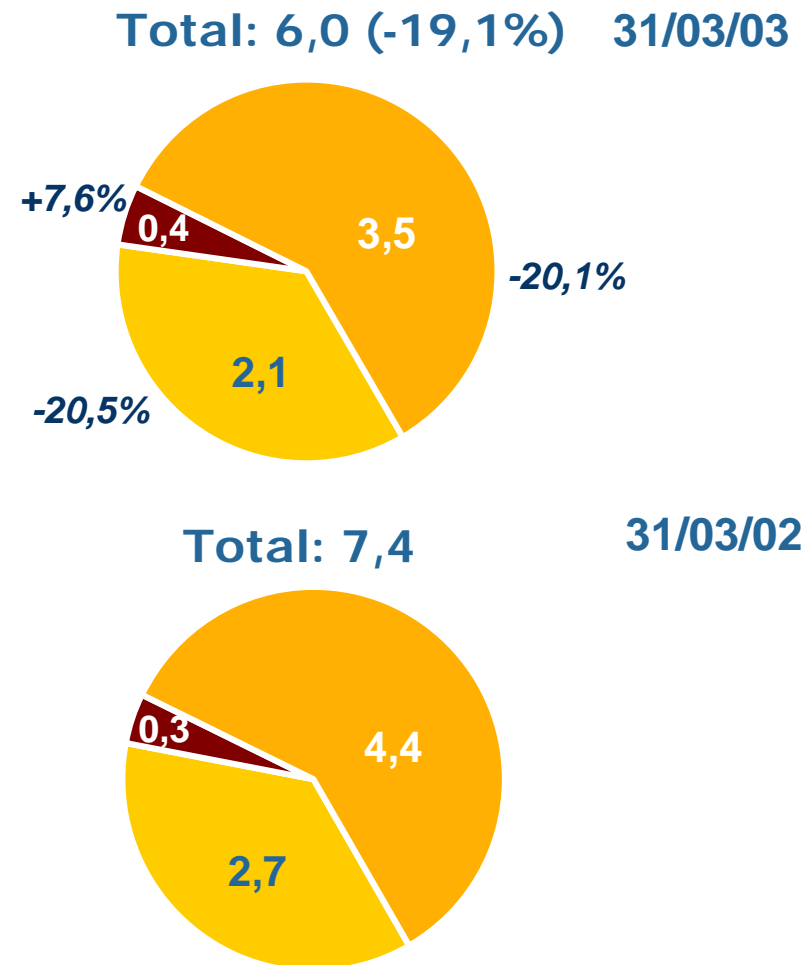
Notas: Datos en valor deduciendo la tarifa de distribución. Las ventas de picaduras en España no son significativas

Venta de cigarrillos negros: los precios compensan la mayor parte del descenso en volumen

Valor (€mn) y Crecimiento T1'02- T1'03



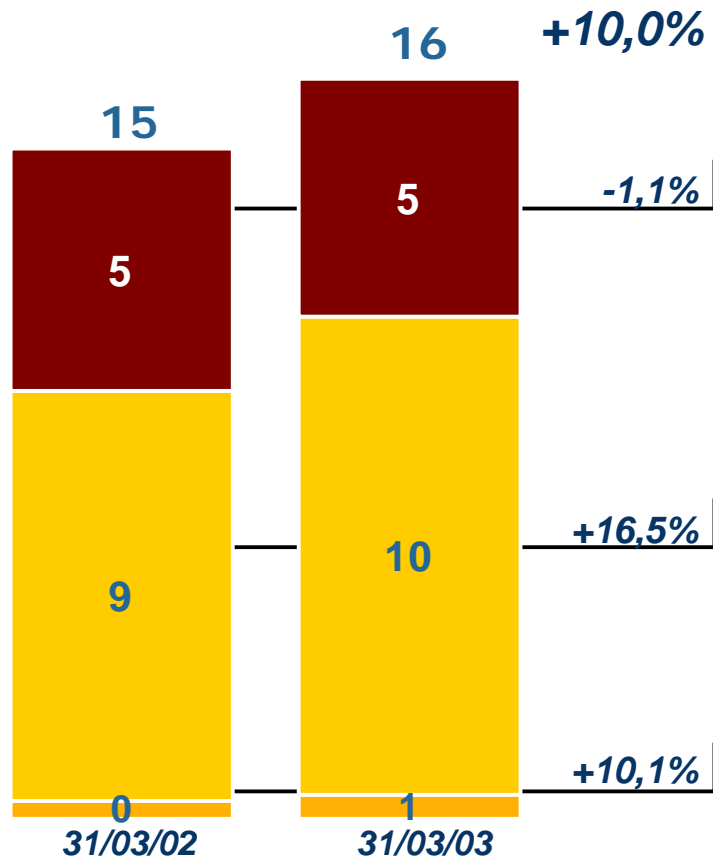
Volumen (bn unidades)



■ España
 ■ Francia
 ■ Internacional

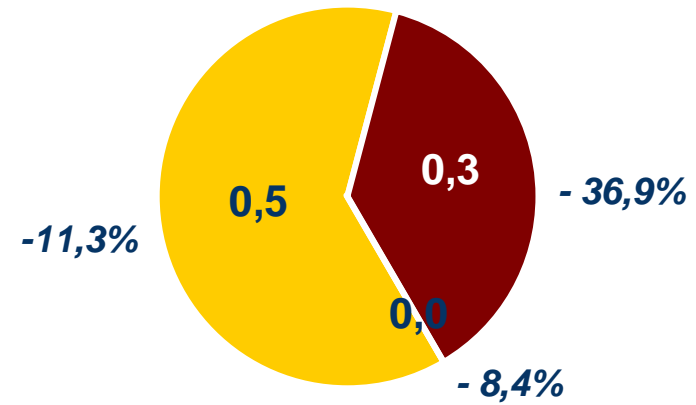
Ventas de picaduras

Valor (€mn) y
Crecimiento T1'02- T1'03



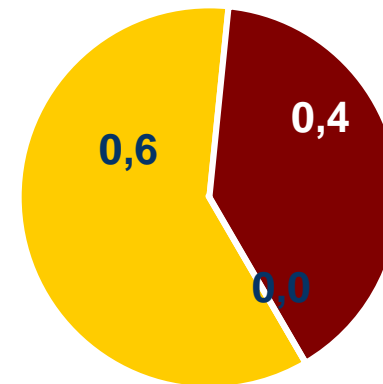
Volumen (bn unidades)

Total: 0,8 (-22,2%) 31/03/03



Total: 1,0 31/03/02

31/03/02



■ España
 ■ Francia
 ■ Internacional

Normativa fiscal de la UE: sin efecto negativo para Altadis

SITUACIÓN A MAYO DE 2003

	ESPAÑA		FRANCIA
	MPPC* (Fortuna)	Marlboro	MPPC* (Marlboro)
PVP (€)	1,95	2,50	3,90
Impuesto especial (% s/PVP)	58,01%	57,13%	58,99%
Impuesto (€/ 1.000 cigarrillos)	56,56	71,41	115,03

Directiva de la EU

- ✍ Impuesto especial mínimo sobre la MPPC por cada 1.000 cigarrillos: 60 euros (en julio de 2002 en general, enero de 2005 en España) y 64 euros (en julio de 2006 en general, enero de 2008 en España).
- ✍ Los nuevos requisitos fiscales están en línea y corroboran la política de precios proyectada por Altadis.
 - ✍ *España:*
 - El mínimo de 60 euros supone un incremento promedio anual del 3,3% sobre la MPPC* (Fortuna) en el periodo 2003-2004.
 - El mínimo de 64 euros supone un incremento promedio anual del 2,4% en el periodo 2005-2007.
 - ✍ *No afecta a ningún otro país (Francia, Alemania).*

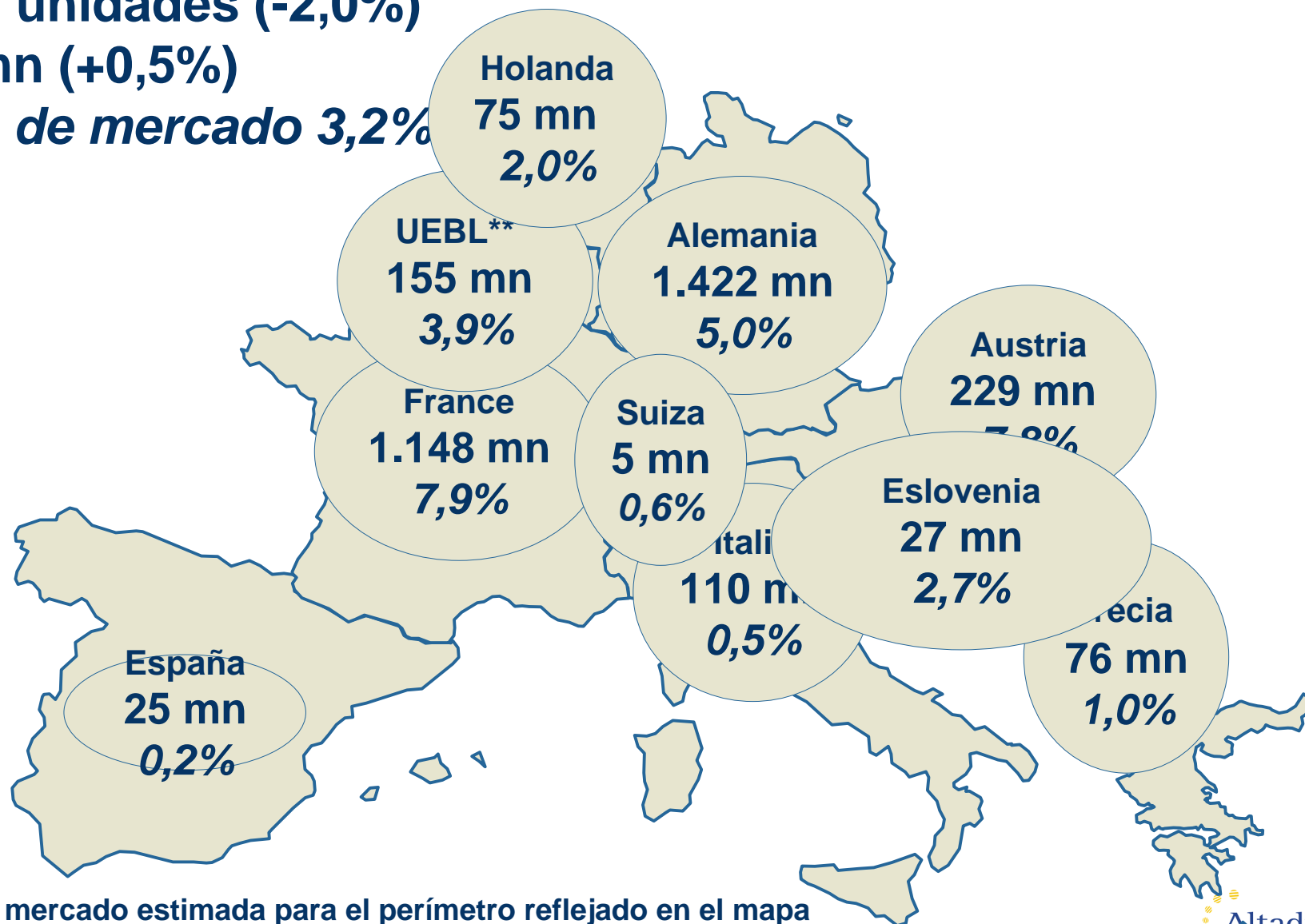
* MPPC: Categoría de precios más vendida

Gauloises Blondes: 3,3 billones de unidades y creciendo

3,3 bn unidades (-2,0%)

€72 mn (+0,5%)

Cuota de mercado 3,2%



Cuota de mercado estimada para el perímetro reflejado en el mapa

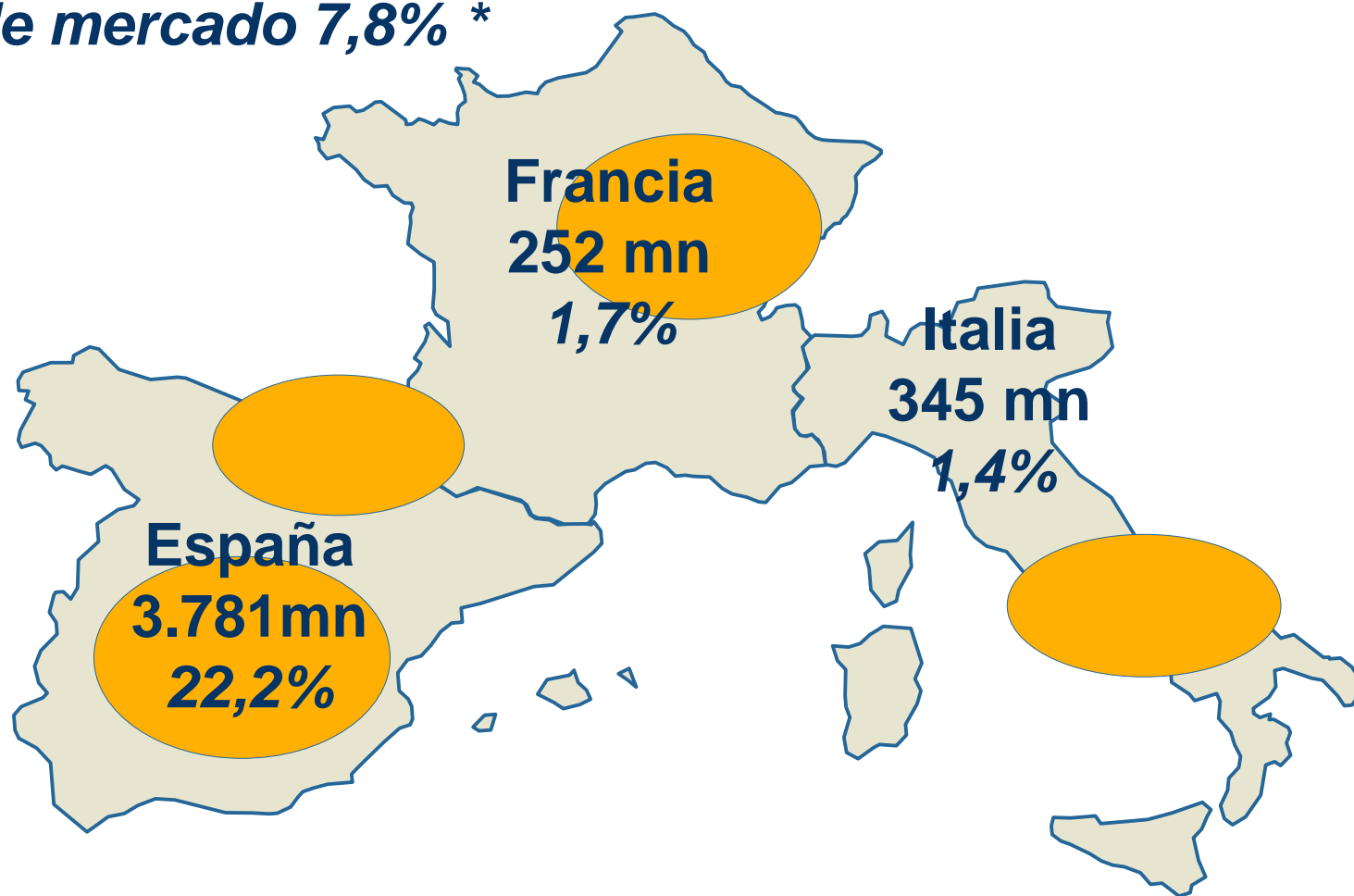
** Unión Económica de Bélgica y Luxemburgo

Internacionalizando Fortuna

4,4 bn unidades (+1,9%)

€79 mn (+6,2%)

Cuota de mercado 7,8% *



* Cuota de mercado estimada para el perímetro reflejado en el mapa

Una cartera completa de marcas de cigarros para los Estados Unidos

PREMIUM

- ✍ Romeo y Julieta
- ✍ Montecristo
- ✍ H. Upmann
- ✍ Trinidad
- ✍ Don Diego
- ✍ Te Amo
- ✍ Onyx Reserve

Rango de precios*: > USD 1,00

NATURAL

- ✍ Dutch Masters
- ✍ Backwoods
- ✍ Antonio y Cleopatra

Rango de precios*: USD 0,25-1,00

POPULAR

- ✍ Dutch Masters
- ✍ Phillies
- ✍ Havatampa
- ✍ Muriel

Rango de precios*: USD 0,12-0,50

LITTLE

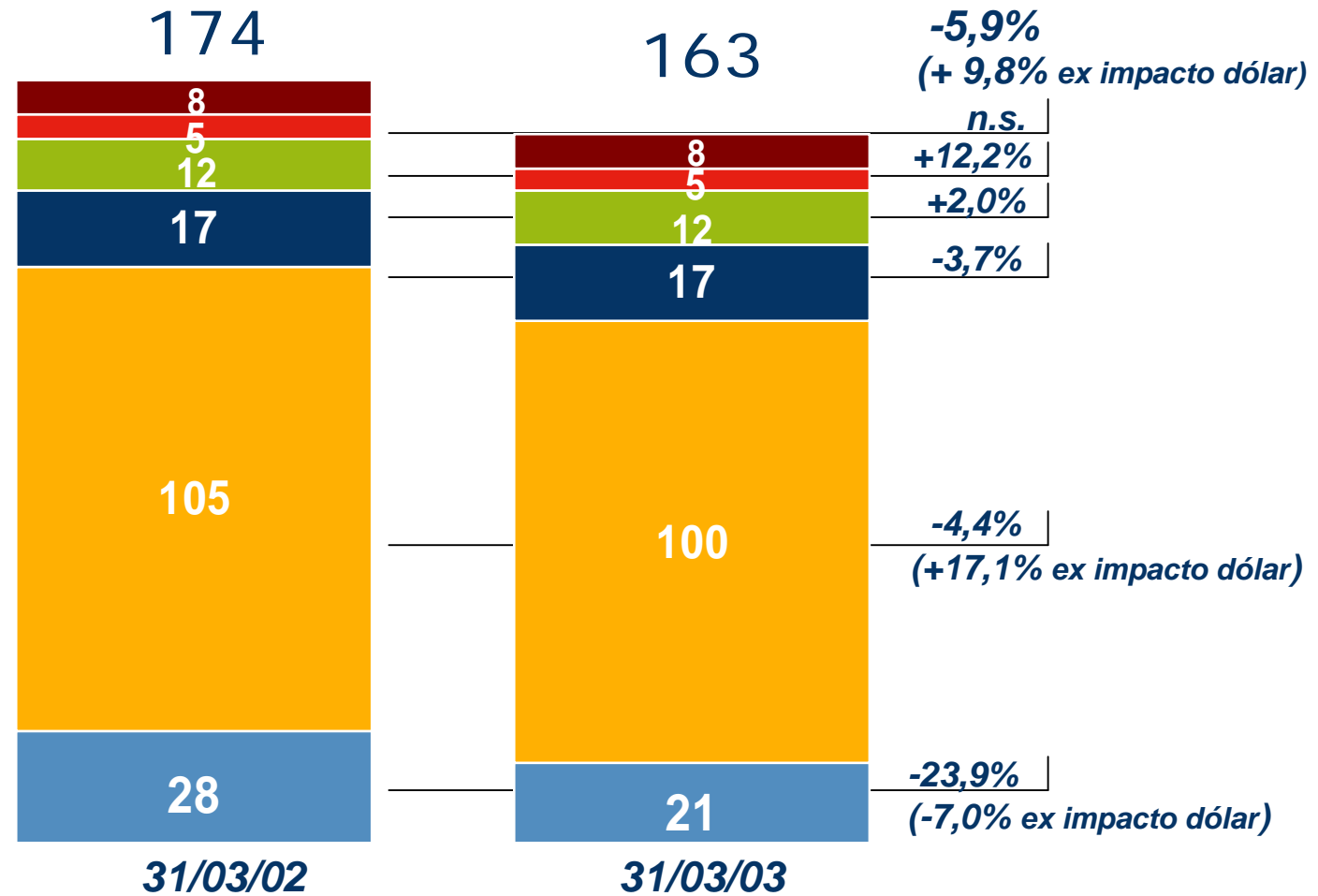
- ✍ Havatampa
- ✍ Dutch Treats
- ✍ Muriel
- ✍ Omega

Rango de precios*: <USD 0,06

* PVP promedio

Cigarros de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 9,8% excluyendo el impacto USD

Valor (€mn) & Crecimiento T1 2002-2003



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

Grupo Burgal y Transportes Alameda

Grupo Burgal





 **Ventas económicas 02: 97,4 millones de euros** (a partir del 1 de marzo)

**115 millones de euros 12
meses pro-forma (+10,6% vs. 01)**

 **Líneas de negocio:**

- **NACEX** inauguró 12 nuevas franquicias en 2002, alcanzando 249, invirtiendo 4,8 mn de euros en su nueva plataforma en Madrid
- **Integra2:** Implantación exitosa de un nuevo servicio
Integra2-Farma, servicios a hospitales antes de las 10.00 horas

 La reciente adquisición de **Transportes Alameda** aportará beneficios adicionales

-  Uno de los principales operadores de transporte de paquetería con temperatura controlada
-  Mayor cartera de clientes y relación con el sector farmacéutico
-  Mayor crecimiento en el área de Madrid
-  Obtención de sinergias al combinar cargas y entregas entre Madrid y Barcelona

Exposición limitada al dólar

A

Actividad en la zona del euro

Exposición neta: USD - 200 mn
(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta: USD + 170 mn
(contribución al Ebitda del Grupo)

En dos años, el impacto del dólar sobre la cuenta de resultados está prácticamente equilibrado

B

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

Escasas contingencias no recogidas en el balance

- ✍ *Equity swap* para el plan de stock-options por € 173 millones
- ✍ Tipos de interés (*swap*): 3,44% para € 697 millones (2003)
- ✍ Tipos de interés (*hedge*): 1,73% para USD 84 millones (2003)
- ✍ Aval (*comfort letter*) por un crédito bancario concedido a Habanos de € 130 millones, del cual el 50% ya está incluido en el balance de situación de Altadis
- ✍ En enero de 2003 se firmó un acuerdo de leasing para las oficinas centrales de Madrid
- ✍ Contrato de arrendamiento a largo plazo de oficinas centrales de Paris
- ✍ La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas

El riesgo de litigios es limitado

SITUACIÓN DE ALTADIS:

- ✍ 6 demandas individuales en curso + 4 de asociaciones de enfermos de cáncer de laringe + Junta de Andalucía
- ✍ 9 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- ✍ En la demanda de la Junta de Andalucía, se ha resuelto la falta de jurisdicción de la vía Civil (a favor de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa)
- ✍ Las sentencias favorables son a menudo tajantes, como la del caso Goullain en septiembre de 2001, o más recientemente, el caso Loupias

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 EEUU, lo que conduce a un tipo y nivel de riesgo totalmente diferente

Datos trimestrales 2002

Ventas económicas 2002 (€mn)

	T1	T2	T3	T4	Total Año
Cigarrillos	374,4	438,3	419,1	457,0	1,688,8
Cigarros	173,5	201,3	199,8	180,6	755,2
Logística	156,1	194,1	184,0	206,5	740,7
Otros y ajustes	1,8	-0,8	-7,1	3,5	-2,6
Total	705,8	833,0	795,6	847,5	3.182,1

Ebitda 2002

(€mn)

	T1	T2	T3	T4	Total Año
Cigarrillos	119,3	143,0	151,1	158,2	571,7
Cigarros	35,4	48,3	51,6	36,5	171,8
Logística	50,5	57,4	58,9	64,3	231,1
Otros y ajustes	5,0	-1,6	2,0	-8,8	-3,5
Total	210,2	247,1	263,5	250,2	971,1