



Altadis


European Tobacco Company

Resultados Anuales 1999





Introducción

- 
- 3 líneas de negocio fundamentales y complementarias
 - cigarrillos, cigarros, logística
 - Presencia líder en España, Francia y en USA en cigarros
 - Una cartera de marcas excepcional:
 - Gauloises Blondes, Fortuna y todas las marcas cubanas de cigarros
 - Importante y creciente plataforma logística en Francia y en la península Ibérica con una gama de servicios en expansión
 - Desarrollo reciente en comercio electrónico (Vía Plus)
 - Buenas perspectivas de crecimiento en beneficios

Magnitudes Principales 1999

	Cigarrillos	Cigarros	Logística
Posición en el Mercado	<ul style="list-style-type: none"> → Nº 1 en Francia → Nº 1 en España → Nº 3 en Europa Occidental 	→ Nº 1 Mundial	→ 141.000 puntos de venta
Volumen	103 bn de unidades	3,4 bn de unidades	
Ventas⁽¹⁾	€1.704 m	€525 m	€491 m ⁽²⁾

Grupo⁽³⁾

Ventas económicas⁽⁴⁾: €2.621 m
EBITDA: €702 m
Ingresos netos: €321 m
Plantilla: 22.228


(1) Antes de ajustes de consolidación

(2) Margen bruto

(3) Después de ajustes de consolidación

(4) Ventas de productos propios de Altadis + margen bruto de logística y excluyendo los impuestos

Actualización del proceso de fusión

- 
- Gobierno corporativo:
 - Dos Co-Presidentes, con áreas de responsabilidad operativa claramente diferenciadas
 - Consejo de Administración de 18 miembros
 - Comisión Ejecutiva de 8 miembros, incluyendo a los Co-Presidentes, reuniéndose mensualmente
 - Comité de Dirección del Grupo con todos los Directores Corporativos, presidido por los Co-Presidentes, reuniéndose dos veces al mes
 - Integración de los equipos directivos:
 - 35 primeros cargos nombrados inmediatamente
 - 36 a 90 primeros cargos nombrados en abril
 - Completa estructura organizativa para finales de abril

Actualización del proceso de fusión

- 
- Expectativas de sinergias globales confirmadas dentro del rango de €70 a 100m en el 2003
 - El desarrollo de la reestructuración ya anunciada aportará mayores sinergias
 - Primeros beneficios de €[10-15]m serán obtenidos a finales de 2000 procedentes de:
 - Fusión de la fuerza de ventas y fabricación en USA
 - Compras en tecnología y materiales no tabaqueros
 - Fuerza de ventas de cigarrillos en Francia y España
 - Otros beneficios se conseguirán por:
 - Un mayor portafolio de marcas
 - Compartida experiencia y red de distribución en los mercados internacionales
 - Mayor experiencia y especialización en tecnología aplicada a la distribución
 - Experiencia y especialización en servicios de venta electrónica

Actualización del proceso de fusión

→ Plan para Francia

- Nuevo Plan: afectando a las áreas de I+D, Marketing y Ventas, Servicios Administrativos y al negocio de Cerillas
- Provisión total realizada en 1999: €85m (el nuevo plan contempla €40m)
- Personal involucrado en el nuevo plan: 169 empleados + negocio de Cerillas + plan voluntario de prejubilaciones
- Expectativas de ahorro anual: €12 a 15m como resultado del nuevo plan

→ Plan para España 2000 - 2002

- Cierre de 6 fábricas (neto)⁽¹⁾
- 1.339 personas involucradas

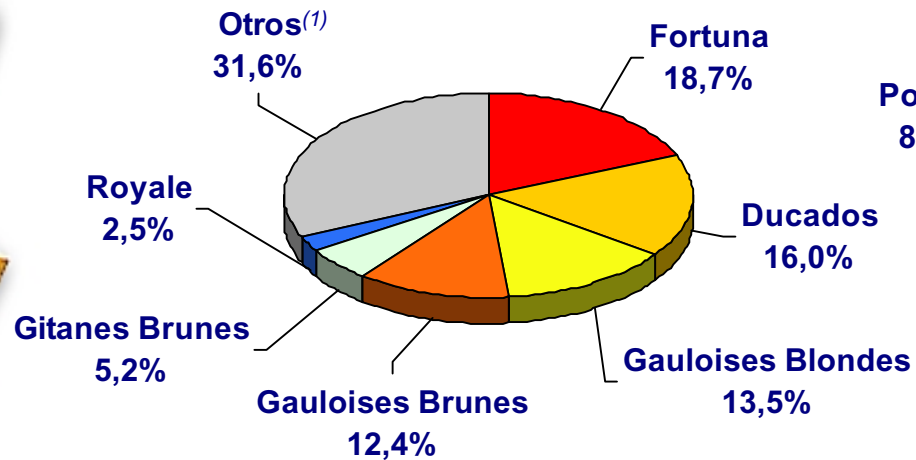
(1) Se construirán 2 nuevos centros fabriles



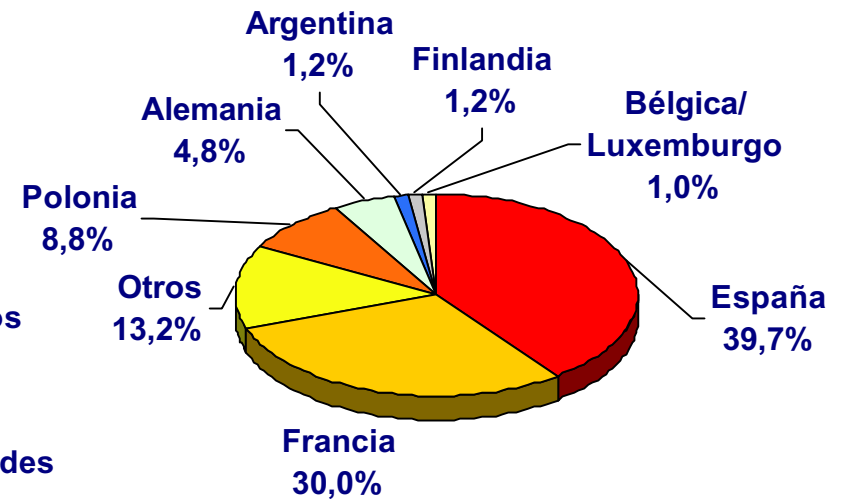
Cigarrillos

Cartera de Cigarrillos - Desglose de Volúmenes

Principales Marcas



Principales Mercados



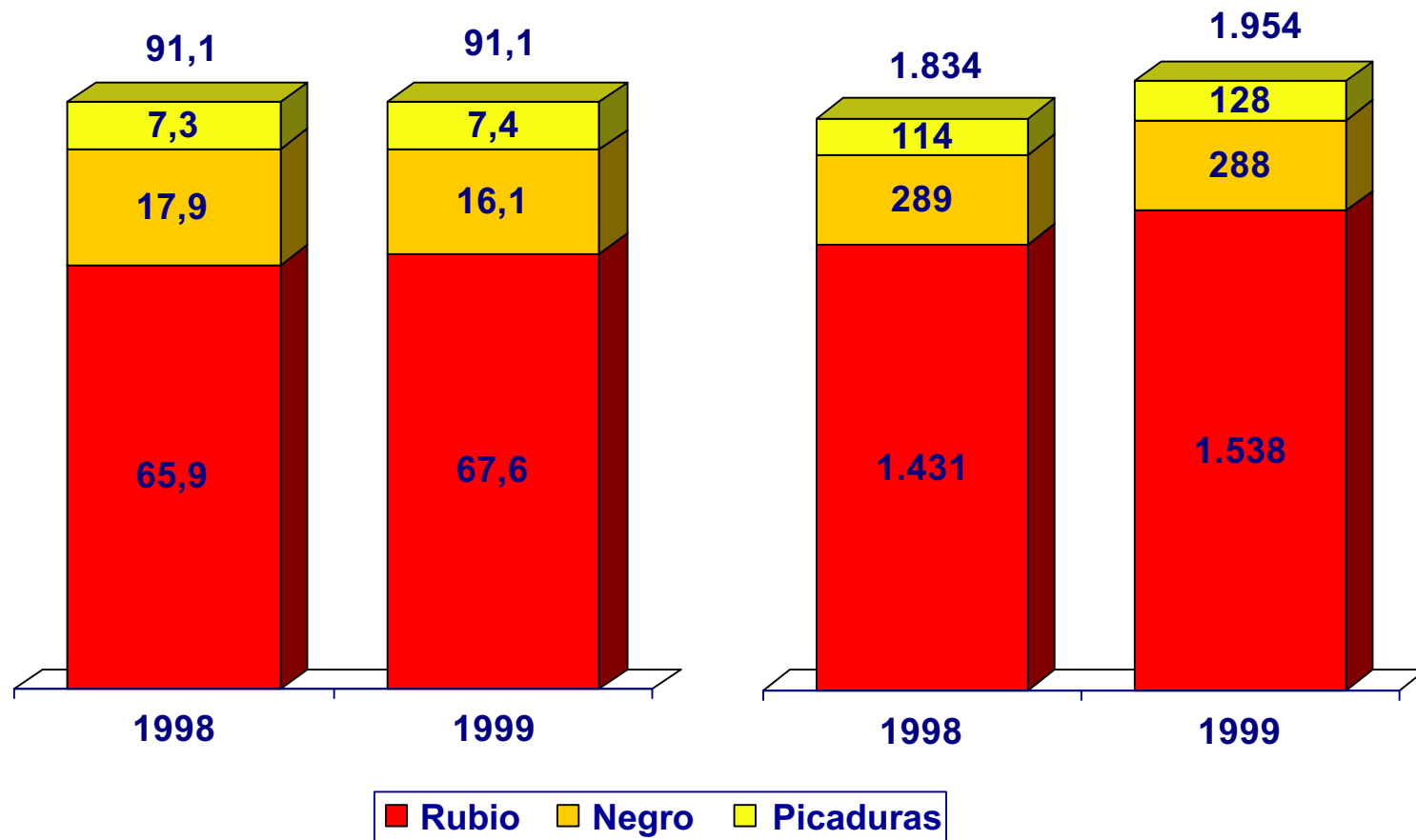
Volumen Total de Cigarrillos y Picaduras: 104,8 bn de unidades

(1) Incluye Nobel, otras marcas de rubio y negro, así como las picaduras

Mercado de Cigarrillos y Picaduras en Francia - Volumen y Valor

Volumen (bn de unidades)

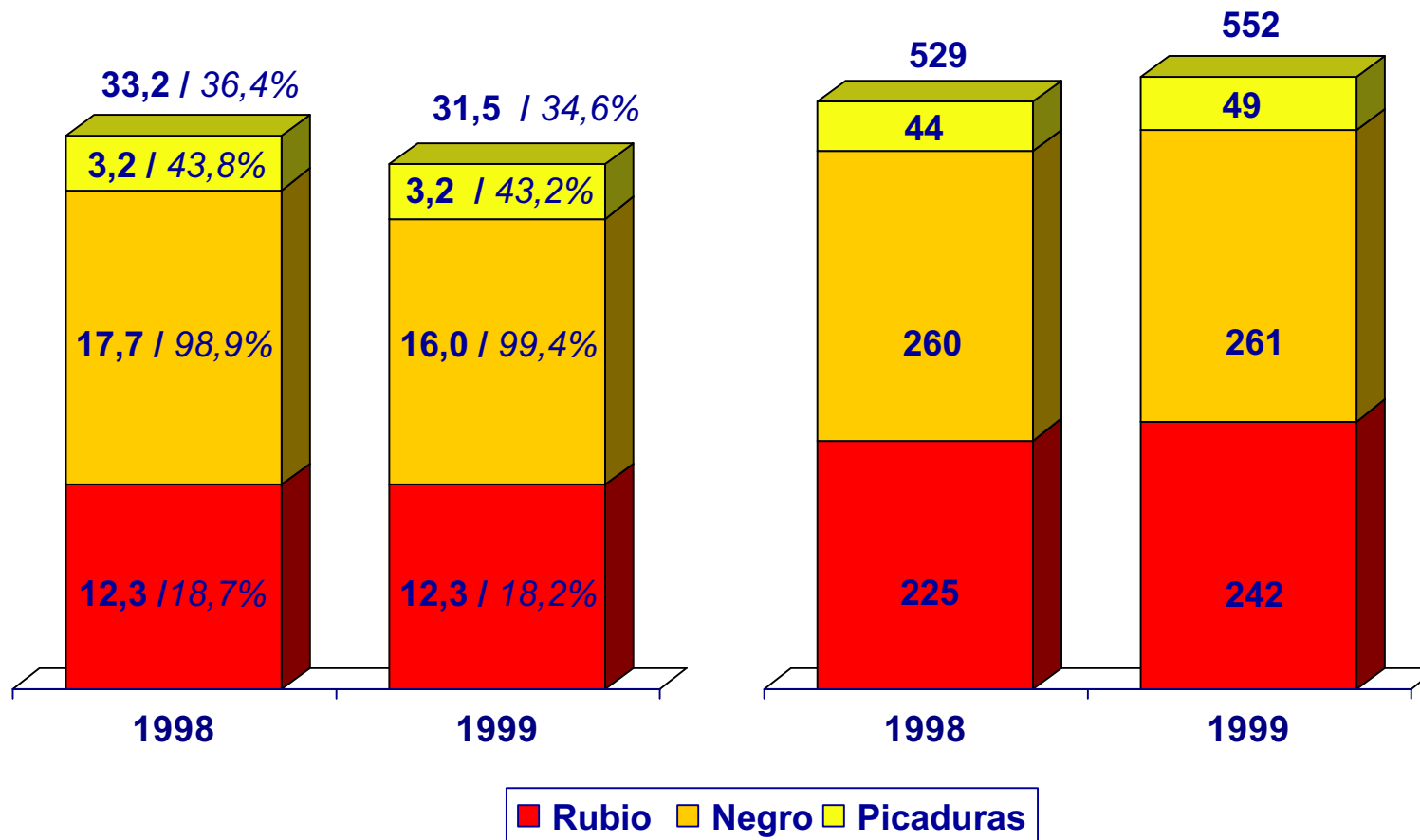
Valor (€ mn)



Cigarrillos y Picaduras de Altadis en Francia

Volumen (bn de unidades) y Cuota de Mercado⁽¹⁾

Venta de productos (€ mn)

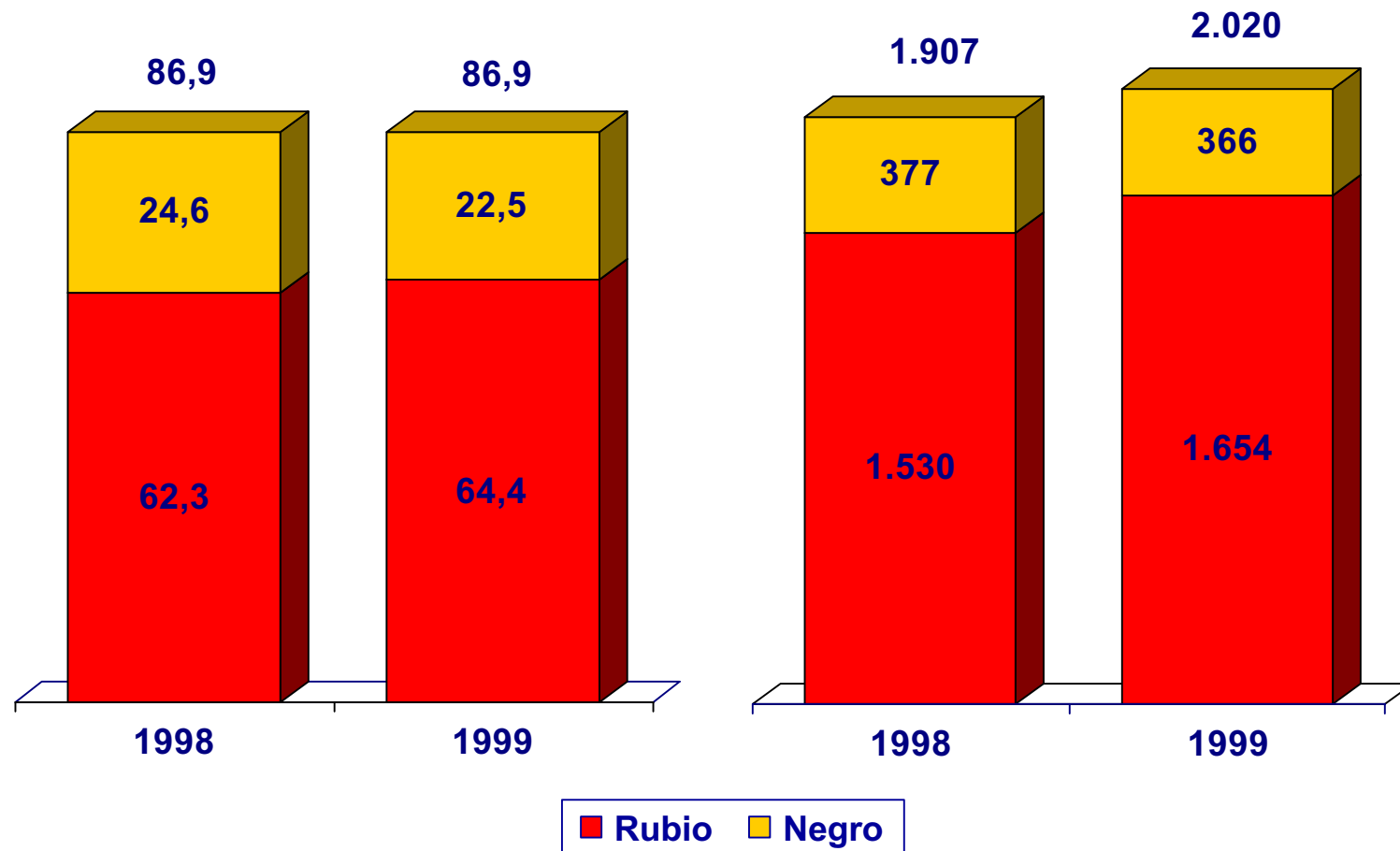


(1) Cuota de mercado total y por segmentos

Mercado de Cigarrillos en España - Volumen y Valor

Volumen (bn de unidades)

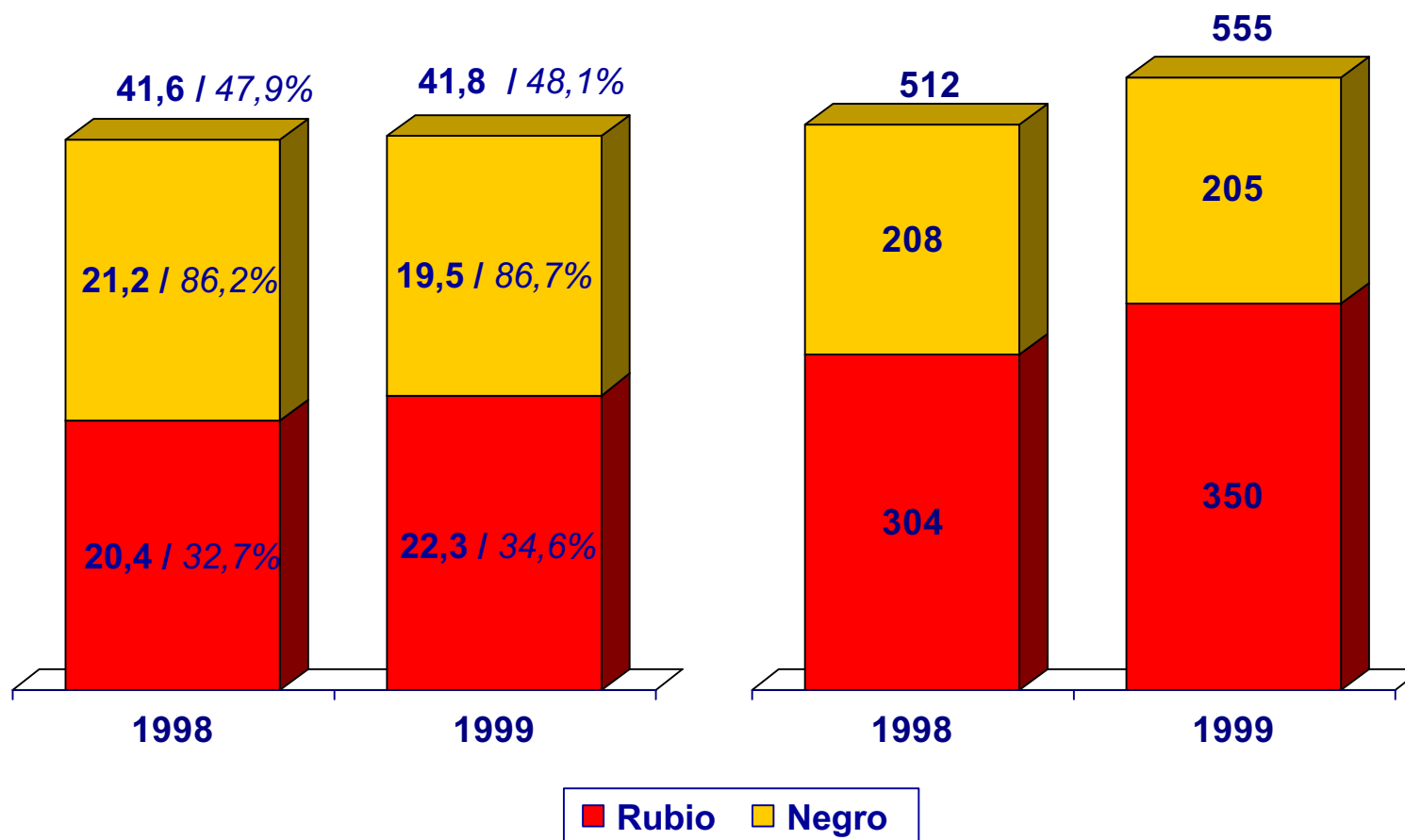
Valor (€ mn)



Cigarrillos de Altadis en España

Volumen (bn de unidades) y cuota de mercado⁽¹⁾

Venta de productos (€ mn)



(1) Cuota de mercado total y por segmentos

Otros Mercados Importantes

	Volumen	Acuerdos de Licencia	Exportación	Cuota de Mercado	Venta de productos 1999 (€m)	Crecimiento 1998-99
Polonia	9.171	-	9.171 ⁽¹⁾	10,4%	72,4	(4,2%)
Alemania	5.065	-	5.065	3,5%	103,8	15,0%
Finlandia	1.290	-	1.290	21,9%	5,3	n.s.
Argentina	1.283	1.283	-	4,0%	n.s.	n.s.
Bélgica/Lux.	1.197	119	1.078	5,8%	20,3	84,7% ⁽²⁾
Austria	566	-	566	3,7%	9,5	47,6%
Holanda	370	-	370	2,2%	8,2	14,9%
África	4.432	1.866	2.566	n.s.	30,6	46,5%
Asia	787	471	317	n.s.	3,6	19,4%
Mercados de Oportunidad	3.928	-	3.928	n.s.	21,5	(21,5%)

(1) Producción local

(2) Cambio de la estructura del acuerdo

Gauloises Blondes en los Mercados Internacionales

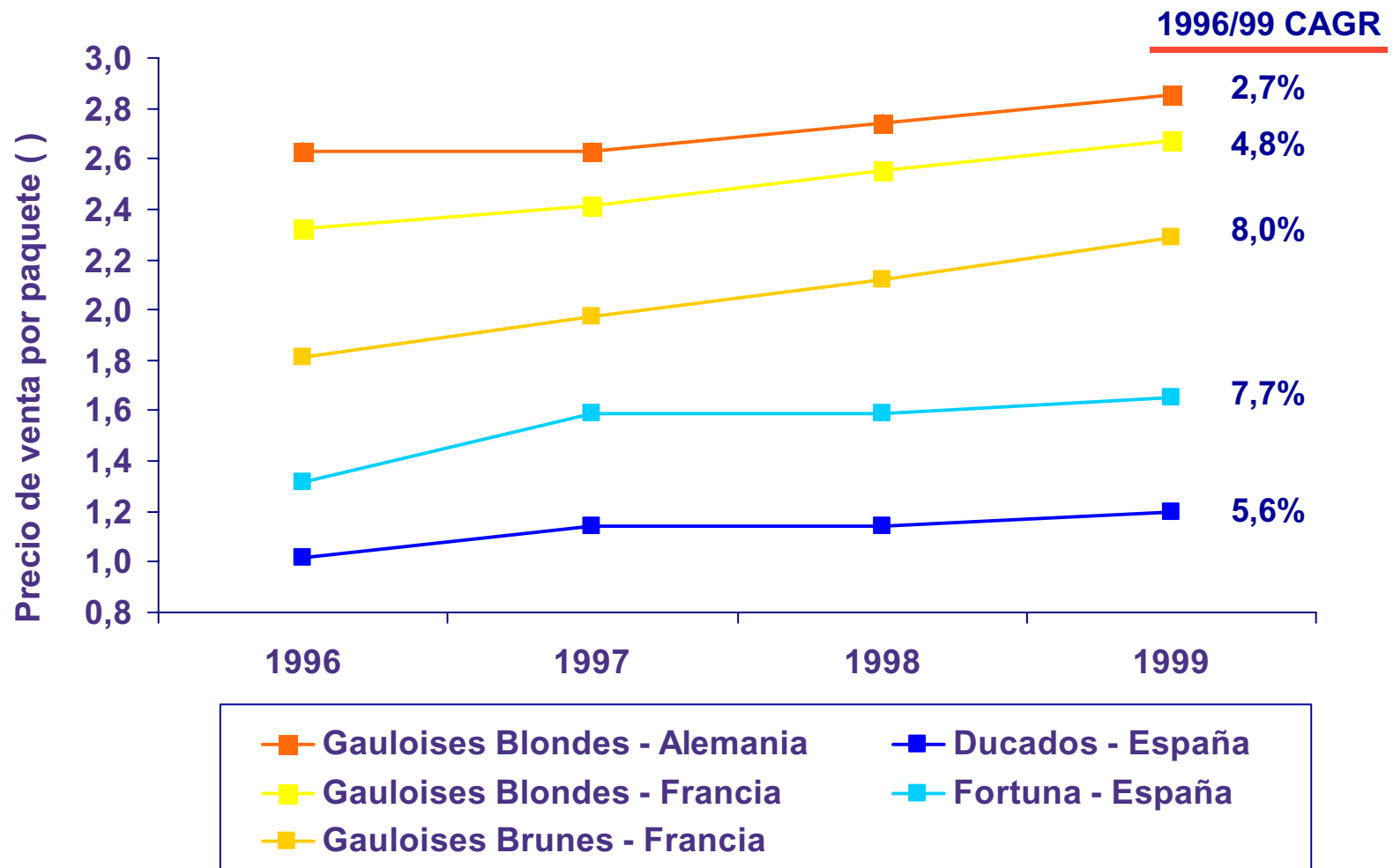
(Volumen en millones de unidades)
(Ventas en millones de €)


	1996	1997	1998	1999	CAGR
Alemania					
→ Volumen	2.670	3.110	3.296	4.416	18,3%
→ Ventas	46,5	57,6	77,0	90,9	25,0%
Austria					
→ Volumen	168	245	389	510	44,8%
→ Ventas	2,4	3,7	6,1	9,1	56,4%
Bélgica/Luxemburgo⁽¹⁾					
→ Volumen	302	438	439	500	18,3%
→ Ventas	4,9	6,9	7,2	9,3	24,0%
Total Europa⁽²⁾					
→ Volumen	4.865	5.583	6.604	7.429	15,2%
→ Ventas	75	91	115	136	21,9%

(1) Perímetro constante

(2) No incluye Francia

Evolución de los Precios de Cigarrillos



- 
- 3 demandas individuales en Francia:
 - Una sola resolución por un juzgado en primera instancia (caso Gourlain)
 - Fuertes argumentos para apelar (incluyendo competencia del Tribunal civil y la normativa sobre la prescripción a los 10 años)
 - Pocos casos individuales pendientes en Europa y con baja probabilidad de éxito (incluyendo España y Polonia)
 - Algunos precedentes de casos desestimados (Reino Unido y Alemania)
 - Factores claves que diferencian la normativa de la Europa Continental con respecto a la de USA:
 - No hay “class actions”
 - No hay “punitive damages”
 - No hay “contingency fees”
 - En la práctica, los impuestos especiales sobre el tabaco en Europa son significativamente más altos que en USA



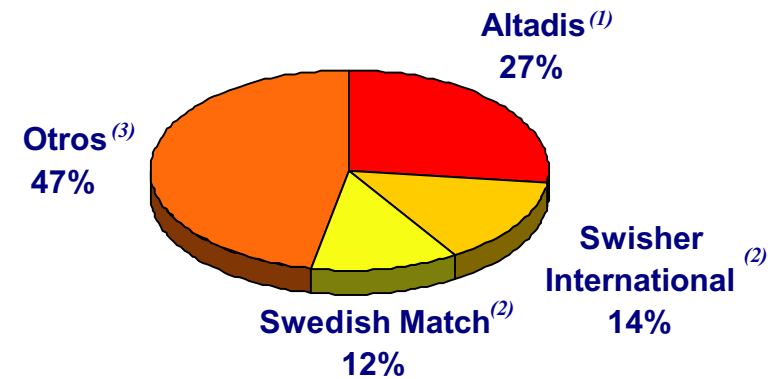
Cigarros

El Mercado Mundial de Cigarros - 1999

Áreas Geográficas



Principales Compañías



**Mercado Total de Cigarros : 12,9
bn de unidades**

Altadis es el Líder Mundial

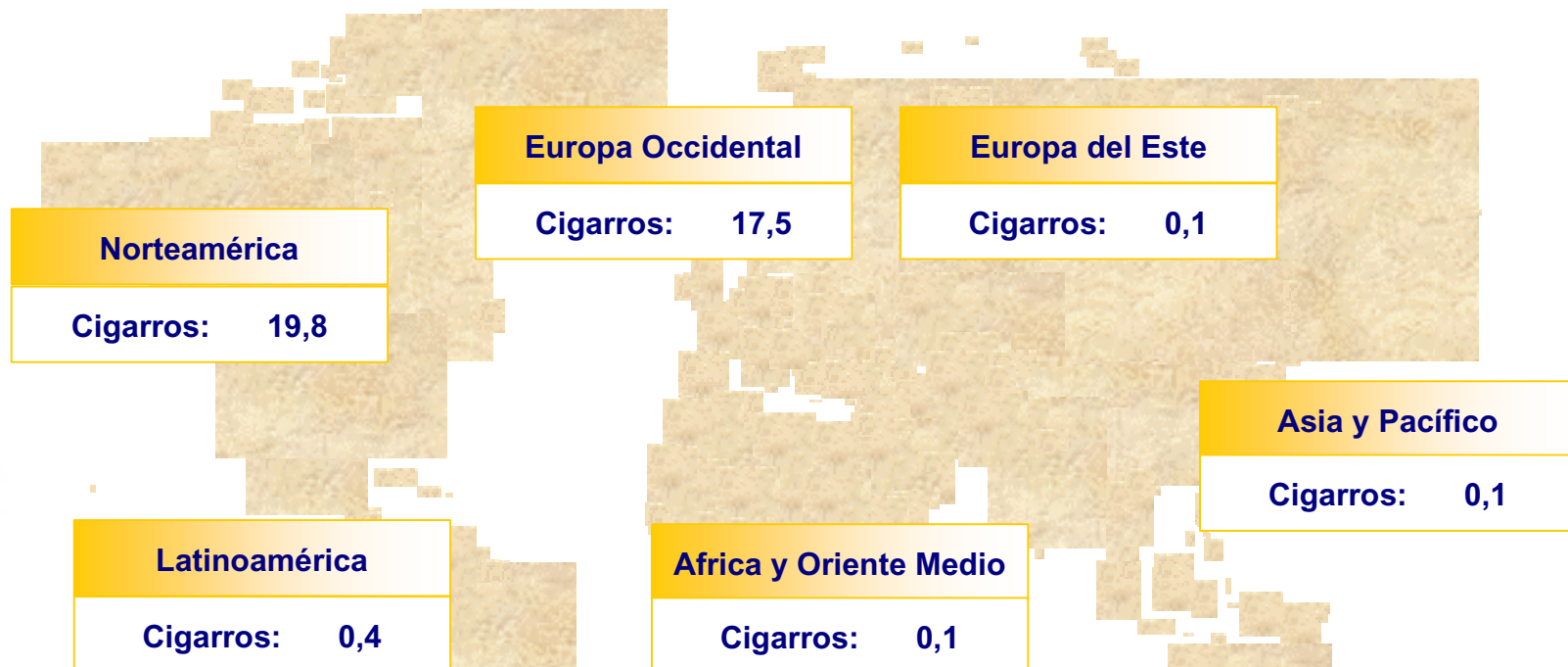
(1) Incluyendo 50% de Habanos, S.A.

(2) Datos estimados

(3) Todas por debajo del 10%

Consumo de Cigarros por Áreas Geográficas

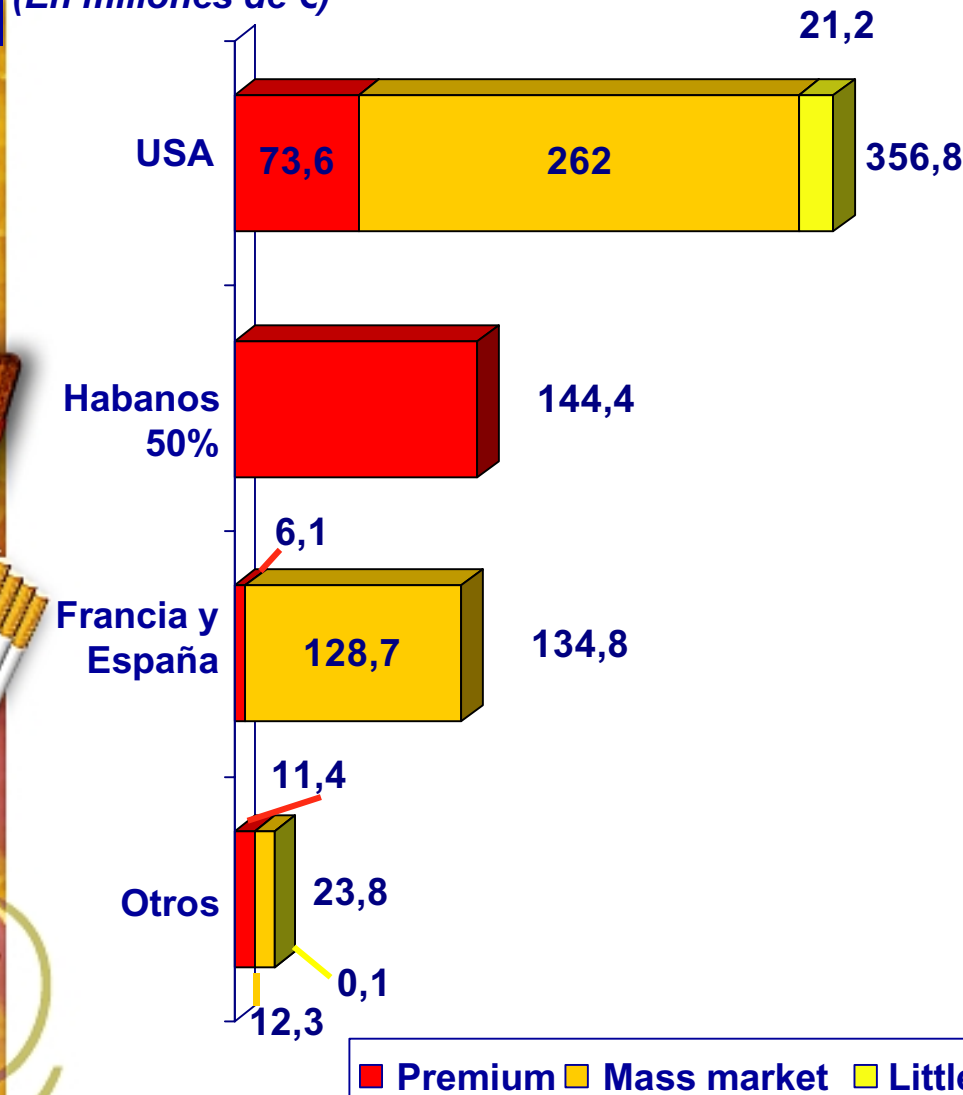
Consumo de Cigarros per Cápita (en unidades)



- Norteamérica y Europa Occidental: el consumo de cigarros sigue creciendo
- Asia, Pacífico y Europa del Este: grandes fumadores + grandes consumidores de productos de lujo
- Latinoamérica: tendencia a imitar hábitos de USA y europeos

Ingresos del Negocio de Cigarros de Altadis (proforma 1999)

(En millones de €)



- Mayor presencia en el canal minorista (cuota de mercado del 39% en 1999)
- Crecimiento en el segmento de “mass market”
- Mayor enfoque en marcas “Premium”
- Principal motor de crecimiento en el mundo
- Acceso a marcas únicas
- Gran potencial de crecimiento de ventas y beneficios
- Mejora del portafolio de productos
- Sinergias con cigarros cubanos
- Crecimiento del mercado en España
- Distribución más amplia
- Sinergias con la red de distribución de cigarros cubanos

Adquisición de HABANOS: Una Posición Única en cigarros “Premium”


- Compra del 50% de Corporación Habanos S.A. (HSA), y su red de distribución
- Precio: \$500m antes del proceso de “*due diligence*”
- Propiedad de marcas excepcionales
 - Montecristo
 - Hoyo de Monterrey*
 - La Gloria Cubana*
 - Romeo y Julieta
 - H. Upmann
 - Quintero
 - Cohiba*
 - Punch*
 - Partagás*
 - Trinidad*
 - Vegas Robaina
 - Saint Luis Rey
 - Por Larrañaga
 - San Cristóbal de La Habana
- Red de Distribución Mundial
 - 23 Compañías
 - 74 franquicias “Casas del Habano”
- No incluye inmovilizado. Cumple con la normativa de USA
- Posición única en USA una vez que el embargo finalice
- Acceso único a mercados sin explotar
- Cuota de mercado del 76% en el segmento “Premium”, excluyendo el mercado de USA
- Magnitudes de 1999: Ventas de €307m; EBITDA de €83m y Beneficios netos de €64m


* Propiedad de las marcas excluyendo el mercado de USA



Logística

- En España, las actividades de logística son realizadas por LOGISTA
- LOGISTA proporciona servicios de alto valor añadido y de alto nivel tecnológico a través de la totalidad de la cadena de distribución, es decir, desde los fabricantes hasta los puntos de venta
- LOGISTA cubre tanto productos tabaqueros como no tabaqueros
- La red de LOGISTA incluye 52.000 clientes minoristas en España y 14.000 en Portugal
- LOGISTA ha desarrollado una especialización única en servicios de “Business to Business” (B2B) con presencia en productos tabaqueros, publicaciones y otros productos no tabaqueros (libros, tarjetas de pago, artículos de conveniencia) que generan un 70%, 12% y 18% del total de sus ingresos B2B, respectivamente
- LOGISTA es uno de los líderes en el negocio “ Business to Consumer” (B2C), en rápido crecimiento, ofreciendo sus servicios en campañas promocionales y de fidelización, e incluyendo la entrega domiciliaria de productos (1,3m de paquetes entregados en 1999)

- 
- El negocio de “fulfilment” de comercio electrónico, tanto en B2C como en B2B, es un mercado nuevo y creciente donde LOGISTA pretende desarrollar su plataforma logística actual y su elevada especialización
 - La compañía ha desarrollado una estrategia en comercio electrónico centrada en
 - B2C: aumentar la posición de liderazgo
 - B2B: ofrecer apoyo logístico integral y soluciones a las empresas que operan *on-line* para su base de clientes

- 
- Las operaciones de logística de Altadis en Francia obtienen un margen bruto de €177m. Dicho negocio se ha desarrollado desde la distribución de productos tabaqueros a los estancos - 34.000 clientes
 - Alto nivel de información y contenido tecnológico
 - Actividad extendida a productos no tabaqueros
 - Artículos de conveniencia, dentro de la filial SAF
 - Productos de telefonía (tarjetas de pago, ...)
 - Actividad extendida a la red de distribución de 45.000 clientes (gasolineras y “bakeries”) a través de la compra en 1999 de Supergroup por SAF
 - La plataforma francesa se ampliará dirigiéndose a los servicios de “fulfilment” aprovechando la experiencia y especialización obtenida en España


Otras Actividades



En desarrollo: Vía Plus

- Como *joint venture* entre Altadis (75%) y Cortefiel (25%), Vía Plus opera desde mediados de noviembre de 1999, gestionando un centro comercial *on-line*
 - Más de 45.000 productos ofrecidos con stock garantizado
 - Una media de 8.695 visitas diarias, 10.000 durante la campaña de Navidad
 - Una media de 88.165 páginas diarias visitadas, 125.000 durante la campaña de Navidad
 - La compra media por cliente es de €107 para las 2.500 compras realizadas en el año 2000, 15.000 durante la campaña de Navidad con un compra media de €54
- Vía Plus ha firmado una serie de acuerdos con Terra networks, Jazztel para conexiones telefónicas y de Internet, Microsoft y Navegalia
- Ya se han invertido €28m con otra inversión prevista de €8m en el año 2000

En desarrollo: Vía Plus

- 
- Los objetivos para Vía Plus en el año 2000 son :
 - Internacionalización
 - Portugal en septiembre
 - Estudio de viabilidad para Francia
 - Introducción de navegación en Inglés y Francés
 - Extensión de líneas de productos
 - Proyecto Planeta Fortuna
 - Viajes
 - Regalos de empresa

Planeta Fortuna



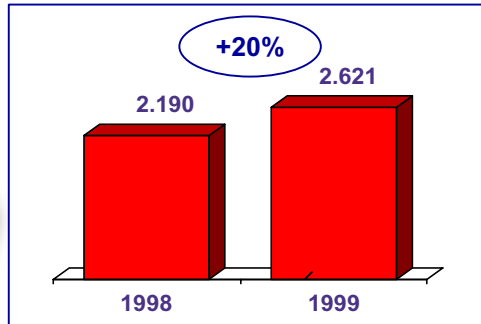


Magnitudes Financieras

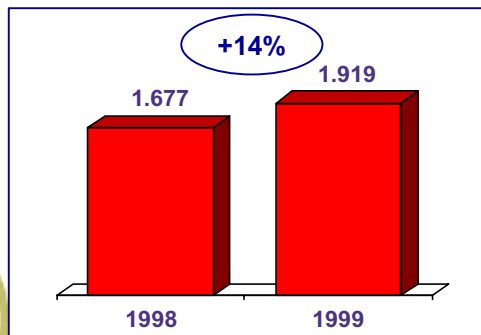
Magnitudes Financieras

(En millones de €)

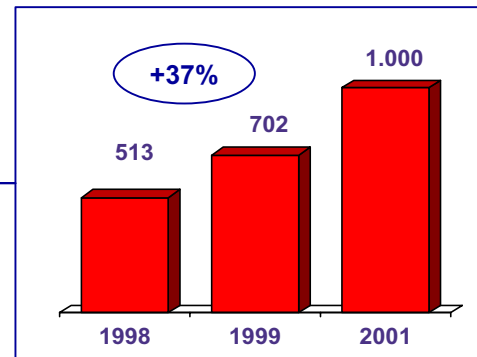
Ventas económicas⁽¹⁾



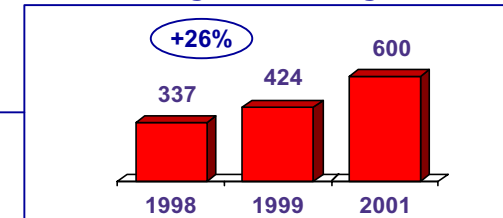
Gastos de explotación⁽¹⁾



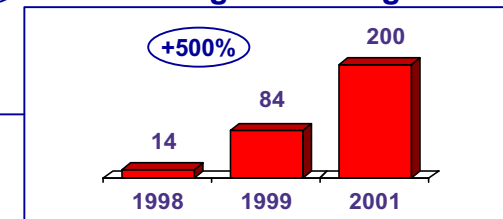
EBITDA⁽¹⁾



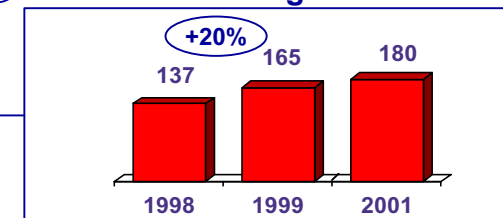
EBITDA Negocio de Cigarrillos⁽²⁾



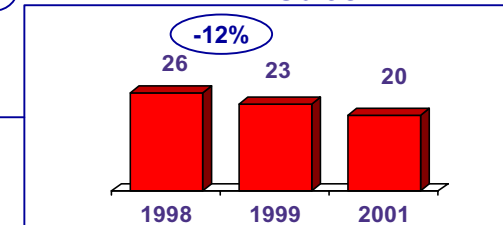
+ EBITDA Negocio de Cigarros^{(2)/(3)}



+ EBITDA Logística⁽²⁾



+ EBITDA Otros⁽²⁾



(1) Después de ajustes de consolidación

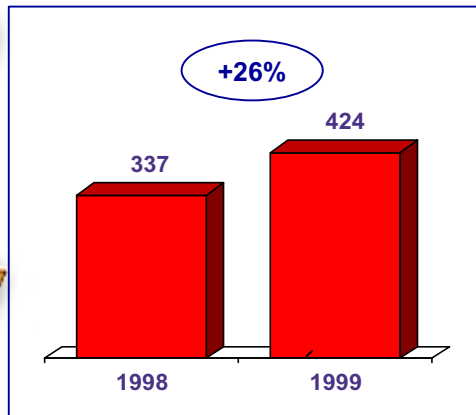
(2) Antes de ajustes de consolidación

(3) Habanos será consolidado por el método de integración proporcional desde el año 2000

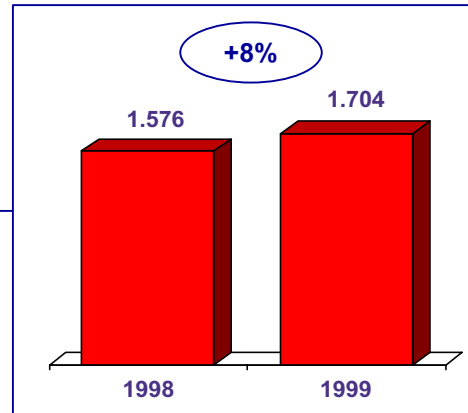
Resultados del Negocio de Cigarrillos

(En millones de €)

EBITDA



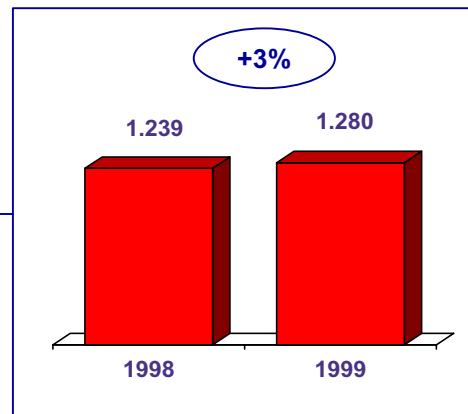
Ventas Económicas



El incremento del 8,1% en las ventas económicas es debido a:

- Subida de precios: 6,1 puntos
- Aumento del volumen: 0,5 puntos
- *Mix* de ventas; de negro a rubio: 0,6 puntos
- Cambios en el perímetro de consolidación: 0,9 puntos

Total Gastos⁽¹⁾



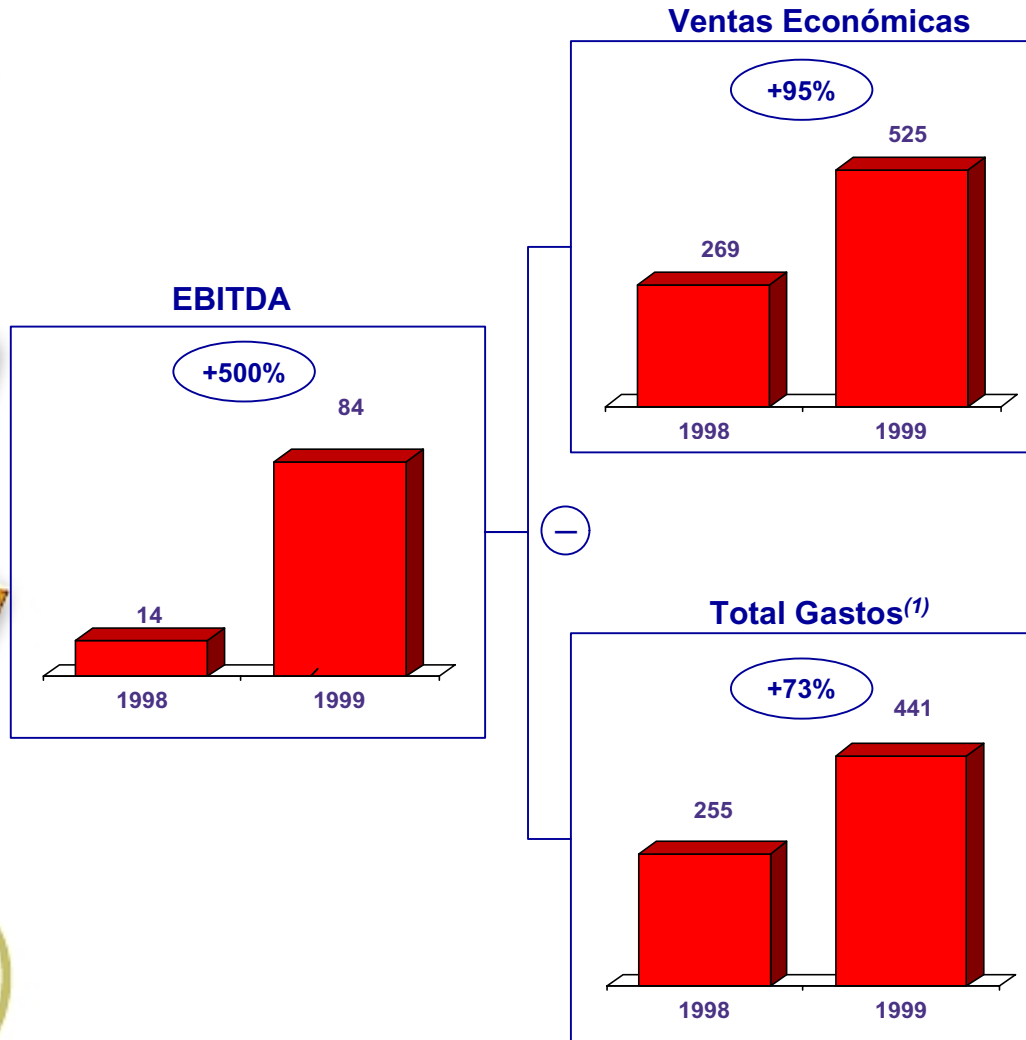
El incremento del 3,3% en los gastos se debe a:

- Gastos de fabricación, generales y administrativos globalmente estables
- Aumento en los gastos comerciales: 3,3 puntos

(1) Neto de otros márgenes

Resultados del Negocio de Cigarros

(En millones de €)



→ La compra de Consolidated Cigar (USA) produce un incremento de:

- Ingresos: + 215 m
- EBITDA: + 61 m

→ El resto del incremento proviene de dos fuentes:

- una parte de la otra filial en USA, TCI:

- Ingresos: + 26 m
- EBITDA: + 5 m

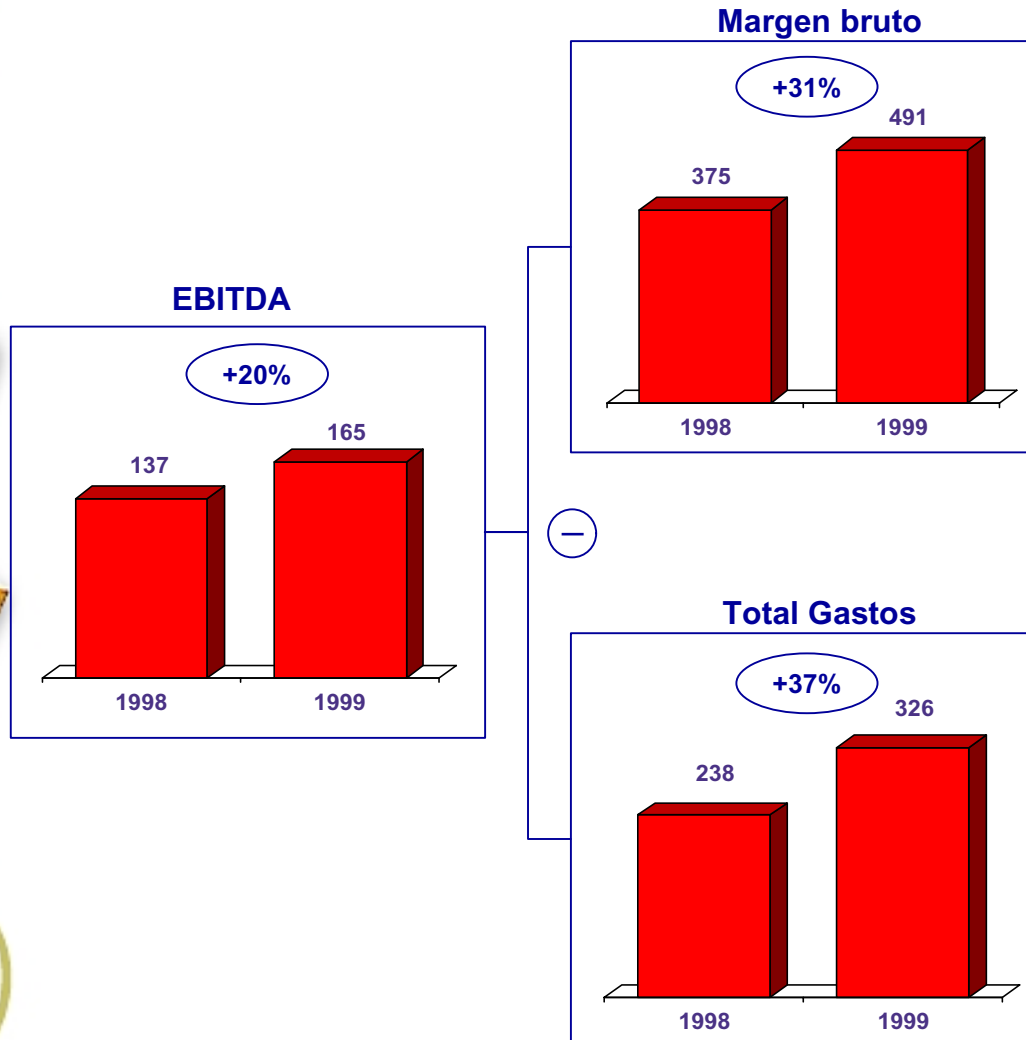
- y otra parte del Mercado Español:

- Ingresos: + 15 m
- EBITDA: + 4 m

(1) Neto de otros márgenes

Resultados del Negocio de Logística

(En millones de €)



→ La integración de Midesa produce un incremento de:

- Ingresos: + 80 m
- EBITDA: + 14 m

→ El resto del incremento proviene en partes iguales de Francia y España:

- Francia (principalmente SAF):
 - Ingresos: + 16 m
 - EBITDA: + 7 m
- España:
 - Ingresos: + 20 m
 - EBITDA: + 7 m

(1) Neto de otros márgenes

Cuenta de Resultados Proforma 1998 - 1999

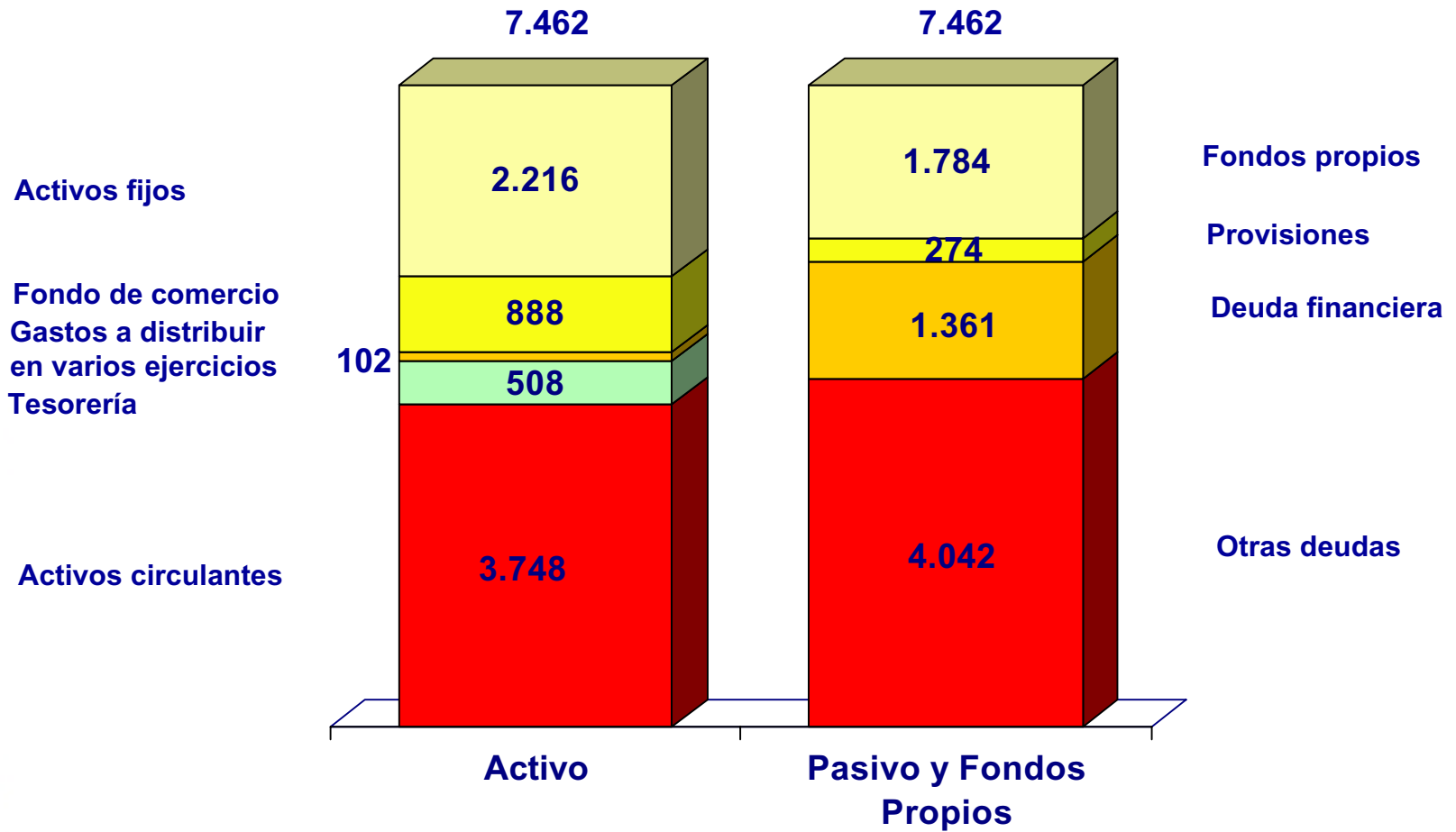
(En millones de €)

	Proforma 1999	Proforma 1998	Crecimiento 99-98
Ventas Económicas	2.621,4	2.190,4	+20%
EBITDA	701,9	512,5	+37%
Beneficio de Explotación	568,5	411,0	+38%
Resultados Financieros	30,4	29,8	+2%
Resultados Extraordinarios	(20,1)	(22,0)	n.s.
Impuestos sobre Sociedades	(218,4)	(168,3)	+37%
Participación de Empleados en Beneficios	(10,4)	(9,9)	+5%
Amortización del Fondo de Comercio	(50,8)	(25,7)	+98%
Empresas Filiales por Puesta en Equivalencia	58,7	60,3	(3%)
Intereses Minoritarios	(37,5)	(20,2)	+86%
Beneficio Neto del Grupo	320,5	254,9	+26%
Beneficio por Acción ⁽¹⁾	1,00	0,79	+26%

(1) Basado en 321.161.080 acciones

Balance de Situación al 31.12.99

(En millones de €)



Proforma 1999

Estado de Flujos de Caja


(En millones de €)


1999 Proforma

Cash Flow operativo	507
Inversiones	(147)
Dividendo	(408)
Cash Flow disponible	(48)

Conclusión



- 
- Altadis está comprometida en maximizar el valor para sus accionistas y perseguir una estrategia de crecimiento rentable en cada una de sus tres líneas de negocio fundamentales: cigarrillos, cigarros y logística
 - Cigarrillos: Una plataforma equilibrada de crecimiento
 - Mantener la fuerte posición en los mercados domésticos (Francia, España)
 - Aumentar la presencia internacional de Gauloises Blondes
 - Impulsar una cartera equilibrada de marcas (Gauloises Blondes, Fortuna) para conseguir una cobertura global y de desarrollo a largo plazo
 - Consolidación europea

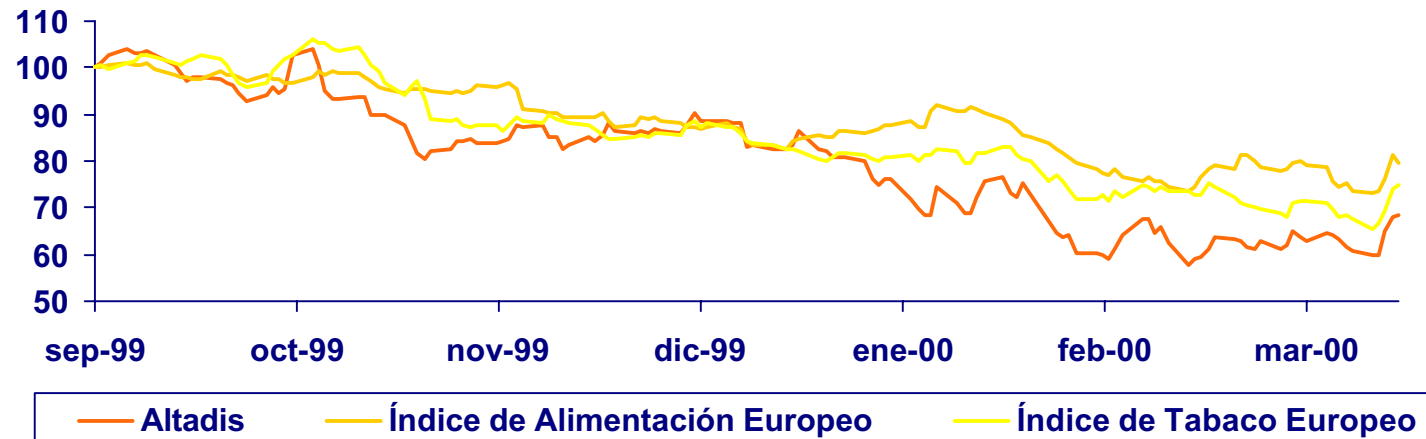
- 
- Cigarros: Posición de liderazgo mundial
 - Aumentar la cartera de marcas líderes tras la adquisición de la participación en Habanos
 - Fomentar el liderazgo en Francia, España y USA implementando sinergias comerciales y maximizando la rentabilidad
 - Jugar un papel de liderazgo en aras a satisfacer la demanda de estos productos procedente del resto del mundo
 - Logística: Valiosa experiencia y especialización en logística
 - Tabaco: Continuar mejorando la productividad y los servicios a clientes
 - Productos no tobaqueros: Diversificar a través de nuevos productos y nuevas redes de distribución (Supergroup) para capitalizar el *know-how* actual
 - Convertirse en uno de los mayores operadores de servicios para empresas de comercio electrónico en las áreas clave de negocio

→ Otros negocios:

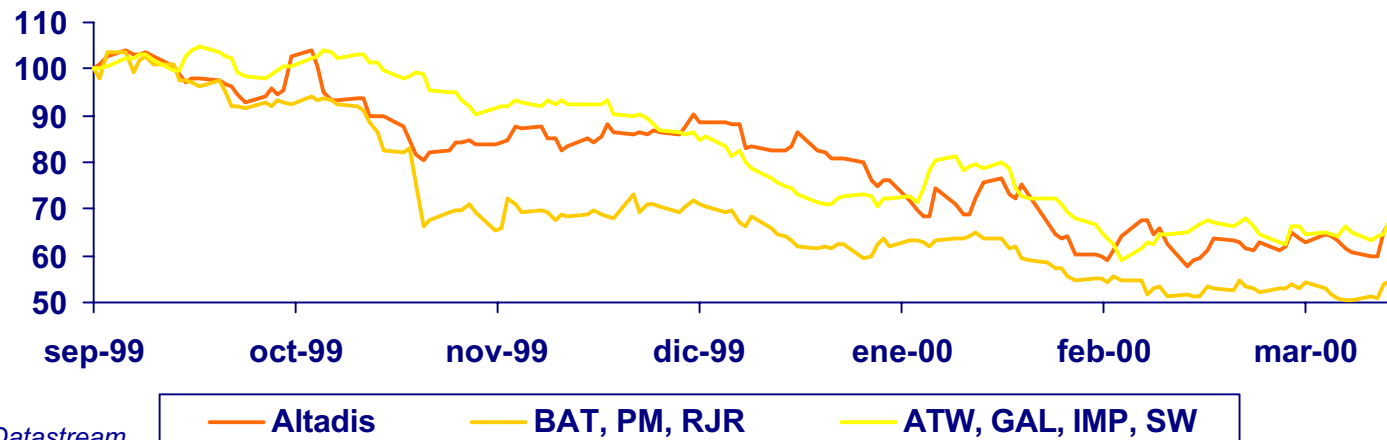
- Negocio electrónico/Vía Plus: Perspectivas de fuerte expansión como consecuencia de la estrategia de marketing y sólidos acuerdos con otras compañías de Internet
- Zabálburu: Avances en el proceso de desinversión en el 2000
- Cerillas: Desinversión planificada para antes del final de 2000

Evolución de la Cotización

Altadis vs. Índices Europeos



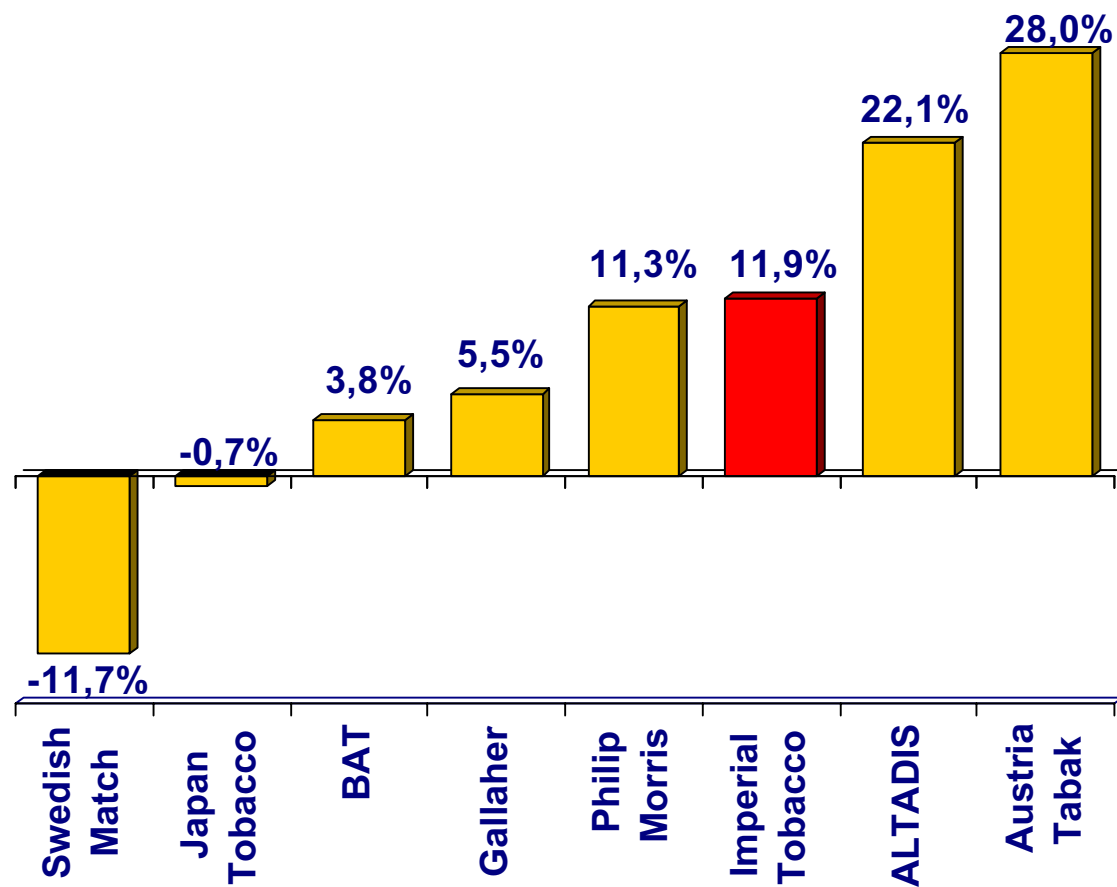
Altadis vs. Otras Tabaqueras



Fuente: Datastream

Compañías Tabaqueras - Crecimiento del Beneficio por Acción en 5 Años

Uno de los más altos crecimientos del Beneficio por acción esperado en la industria



Fuente: IBES

- 
- Historia de fuerte crecimiento
 - Política de dividendos
 - Dividendo anual
 - Dividendo a cuenta
 - Recompra de acciones
 - Potencial para adquisiciones
 - Capacidad financiera
 - Criterios financieros para adquisiciones