



Resultados



Nueve primeros meses de 2007



Viernes, 16 de noviembre de 2007

www.altadis.com

Índice

■ OPA de Imperial Tobacco	página	3
■ Acontecimientos de los 9 primeros meses	página	4
■ Ahorros de costes y reorganización corporativa	página	8
■ Cigarrillos	página	9
■ Cigarros	página	17
■ Logística	página	26
■ Magnitudes financieras	página	31
■ Conclusión	página	37
■ Anexos	página	39

Información sobre la acción y los bonos

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

Bonos : Vencimiento 02/10/08 - ES017683730 (Reuters) / Isin XS0176837309 (Bloomberg)
Vencimiento 02/10/13 - ES017683837 (Reuters) / Isin XS0176838372 (Bloomberg)
Vencimiento 11/12/15 - ES023695120 (Reuters) / Isin XS0236951207 (Bloomberg)

OPA de Imperial Tobacco sobre Altadis

- El 18 de julio, dentro del contexto de consolidación de la industria de cigarrillos, **Imperial Tobacco presentó** a la CNMV la solicitud de autorización de **la oferta vinculante por el 100% de Altadis, a un precio en efectivo de 50 euros por acción, la cual está sujeta a dos condiciones:**
 - Aceptación de la oferta por al menos el 80% del capital de Altadis
 - Eliminación, por la junta general de accionistas de Altadis, de la limitación establecida en los estatutos al número de derechos de voto que cada accionista puede emitir, y que esta eliminación sea registrada oficialmente antes del final del periodo de aceptación

(Nota: Imperial Tobacco se reserva el derecho, siempre que la ley se lo permita, a renunciar parcial o totalmente a cualquier condición a la que este sujeta la oferta)

- El 7 de noviembre, la CNMV anunció la aprobación de la oferta. **El periodo de aceptación ha comenzado el 12 de noviembre y se espera que se termine el 11 de enero de 2008**
- El 14 de noviembre, el **Consejo de Administración** de Altadis junto con sus asesores ha analizado la oferta, ha considerado el precio adecuado y la oferta atractiva y, en las actuales circunstancias, **la ha recomendado a los accionistas de Altadis**. El Consejo también ha convocado una Junta Extraordinaria el 18 de diciembre para cumplir con la condición de la oferta relativa a la modificación de los estatutos de Altadis, ofreciendo una prima de asistencia de €0,10 brutos por acción
- Una copia del Folleto de la oferta esta disponible, tanto en la web de la CNMV (www.cnmv.es) como en la web de Altadis (www.altadis.com)

Principales magnitudes de los nueve primeros meses

Millones de euros

	9M 06	9M 07	Var. 07-06
Ventas Económicas	2.941	3.019	+2,7%
↳ Orgánico ⁽¹⁾		3.081	+4,8%
EBITDA	865	916	+5,9%
↳ Orgánico ⁽¹⁾		938	+8,4%
BPA (céntimos de euro) ⁽²⁾	130	153	+17,7%
Flujo de caja libre operativo ⁽³⁾	1.038 ⁽⁴⁾	834	-19,7%

Plantilla

27.776

(1) Orgánico: A dólar y perímetro de consolidación constantes

(2) BPA básico y diluido coinciden.

(3) Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento

(4) El flujo de caja libre operativo en 9M 06 se ha beneficiado de un cambio no recurrente en el proceso de pago aplicado a los impuestos especiales en Italia (€427 millones de euros)



Principales magnitudes de los nueve primeros meses: Magníficos resultados del Grupo con crecimiento orgánico en las tres Divisiones

■ **Cigarrillos:** crecimiento significativo

- Volúmenes: +4,5%; Ventas: +4,4% y EBITDA: +21,9%
- España, Marruecos y Oriente Próximo han evolucionado muy positivamente

■ **Cigarros:** Confirmación de recuperación en EE.UU.

- A dólar constante, ventas +1,4% y EBITDA +1,1%
- Efectividad de las medidas tomadas en EE.UU.: retorno al crecimiento orgánico
- Los cigarros cubanos se han mantenido muy sólidos: +3,4% en dólares

■ **Logística:** Buenos resultados

- Ventas: +7,1% y EBITDA: +4,2%
- Los resultados en tabaco han sido impulsados por el incremento de los precios en España
- El negocio no tabaquero ha crecido en logística farmacéutica, servicios de transporte y libros

(1) Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento

Tercer trimestre de 2007

Millones de euros

	T3 2006	T3 2007	Var. 07-06
Ventas Económicas	1.006	1.082	+7,5%
↳ Orgánico ⁽¹⁾		1.105	+9,8%
EBITDA	315	326	+3,6%
↳ Orgánico ⁽¹⁾		334	+6,0%
BPA (céntimos de euro) ⁽²⁾	57	55	-2,1%
Flujo de caja libre operativo ⁽³⁾	-45	+140	ns

(1) Orgánico: A dólar y perímetro de consolidación constantes

(2) BPA básico y diluido coinciden.

(3) Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento

Líder en las tres líneas de negocio del Grupo

bn = mil millones

Cigarrillos Operador clave en Europa Occidental	Cigarros Líder mundial	Logística Un modelo único de negocio
Nº 4 en Europa Occ. Nº 2 en España Nº 2 en Francia Nº 4 en Alemania Nº 1 en Marruecos	Nº 1 en EE.UU. Nº 1 en cigarros premium Nº 1 en España Nº 1 en Francia	Más de 510.000 puntos de venta en Europa Occidental y Marruecos
89,6 bn de cigarrillos ⁽¹⁾ (+4,5%)	2.350 mn cigarros (-4,4%)	Ingresos de €7.999 mn (+1,2%)
Ventas Económicas⁽²⁾ €1.306 mn (+4,4%)	€629 mn (-4,7%)	€940 mn (+7,1%)

⁽¹⁾ Incluye 5,6 bn de cigarrillos de marcas concedidas bajo licencia a terceros.

⁽²⁾ La diferencia para alcanzar las ventas totales del Grupo se descompone en:
 Otros: €172 mn (€160 mn en 2006) y Eliminaciones: €-28 mn (€-7 mn en 2006).

Ahorros de costes y reorganización corporativa

AHORROS DE COSTES

- **215 millones de euros en programas de ahorro de costes estimados entre 2006 y 2008:**
 - 64 millones de euros en reestructuración industrial
 - 91 millones de euros en 2006 de ahorros especiales
 - 60 millones de euros en funciones corporativas, Logística e I+D
- **Los ahorros suponen 5,4 puntos del margen sobre las ventas económicas de 2006**
- **Calendario:**
 - 145 millones de euros obtenidos en 2006
 - 46 millones de euros estimados en 2007
 - 24 millones de euros estimados en 2008

REORGANIZACIÓN CORPORATIVA

- **Dos proyectos:**
 - Segregación de las actividades de distribución en Francia con vistas a proponer su integración en el Grupo Logista
 - Simplificación de la estructura legal del negocio de cigarros en EE.UU.
- **Objetivos:**
 - Aumentar la visibilidad en distribución para facilitar la expansión y diversificación
 - Fortalecer la estructura financiera de la empresa y su capacidad para aplicar su política financiera
- **Situación actual:**
 - Completada la segregación del negocio de distribución en Francia en una nueva sociedad
 - Retrasada la integración en Logista con intercambio de acciones

CIGARRILLOS

Internacionalización



Cigarrillos: principales magnitudes de los nueve primeros meses

Millones de euros
bn=mil millones

9M 06

9M 07

Var. 07-06

Volumen (bn unidades)	86 ⁽¹⁾	90 ⁽¹⁾	+4,5%
Ventas económicas	1.251	1.306	+4,4%
EBITDA	393	479	+21,9%
Margen de EBITDA	31,4%	36,6%	+5,2 puntos

(1) Incluyen 4,7 bn y 5,6 bn de cigarrillos en 2006 y 2007, respectivamente, de marcas concedidas bajo licencia a terceros.

NOTA: No existe impacto significativo de tipo de cambio y/o de perímetro

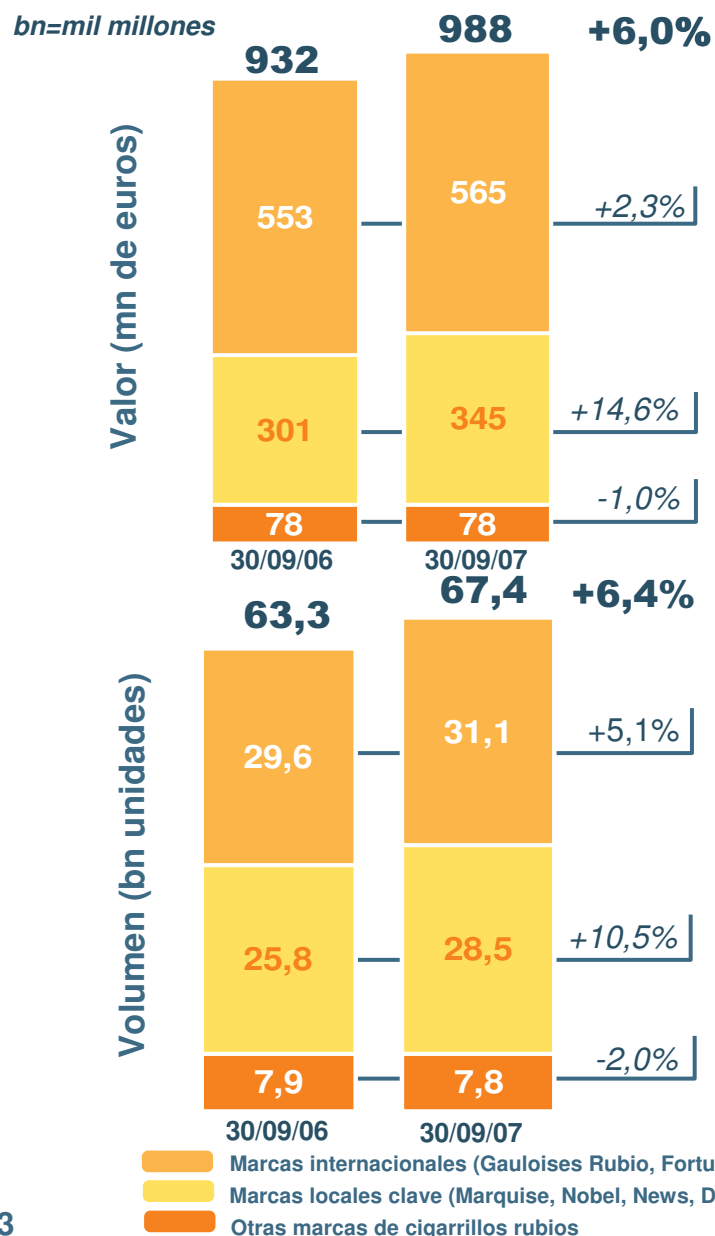
Cigarrillos: principales acontecimientos de los nueve primeros meses

- En España, después de la normalización fiscal, el mercado se ha estabilizado, la cuota de mercado de Altadis de rubios ha mejorado y el incremento de precios ha propiciado una mejora significativa de la rentabilidad
- En Francia, las nuevas restricciones al consumo están en vigor desde febrero de 2007. Aumento de precios en agosto 2007, el primero desde enero de 2004
- Magníficos resultados en Marruecos con todos los factores clave mostrando una dinámica muy positiva
- En Alemania, intensa orientación del consumo hacia productos de bajo precio con tendencias desfavorables en los segmentos en los que Altadis es particularmente fuerte (*premium* y *vending*)
- Aumento en volúmenes debido principalmente a la recuperación de las actividades en Rusia y en Oriente Próximo
- Las ventas de tabaco negro se han mantenido estables
- Los ahorros de costes y la mejora de los precios han impulsado una ganancia de 5,2 puntos en el margen de EBITDA

Estrategia de cigarrillos: incrementar la internacionalización

- Capitalización de las marcas principales del Grupo, Gauloises, Fortuna y Gitanes
 - ➔ Globalización de Gauloises en el segmento *sub-premium*.
 - ➔ Desarrollo regional de Fortuna (en el segmento medio-bajo) y Gitanes
- Uso táctico de otras marcas fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (Marquise, Balkan Star, Ducados Rubio, News, Nobel, ...)
- Reforzamiento en mercados a los que Altadis se ha incorporado recientemente: Marruecos y Rusia, y ampliación del alcance a través de alianzas
- Entrada en el segmento clave de *super-premium*: Montecristo
- Política activa de reducción de costes y continuación de la estrategia de rentabilización *cash cow* para los cigarrillos negros

Marcas de cigarrillos rubios: Fortuna impulsa el crecimiento de las ventas



■ **Gauloises Blondes:** crecimiento del 9,7% en volumen. Especialmente dinámica fuera de Europa Occidental

■ Fortuna:

→ Aumento de la cuota de mercado (+0,7 puntos) y recuperación de rentabilidad en España

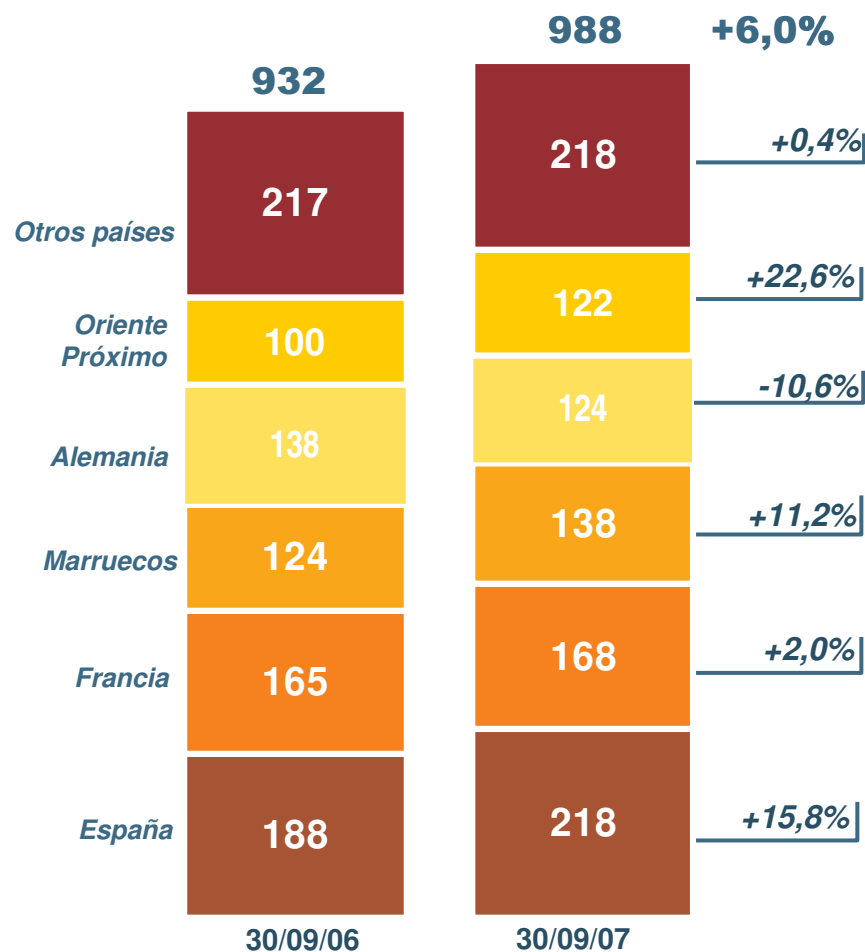
→ Cuota de mercado de rubios del 13,4% en España, del 8,3% en Marruecos, del 2,7% en Francia y del 1,1% en Italia

■ **Gitanes**, una marca internacional con un gran potencial

■ **Marquise**, en Marruecos, ha aumentado su cuota de mercado de rubios hasta el 74,4%

Mercados de cigarrillos rubios: Excelente evolución en algunos mercados clave (España, Marruecos, Oriente Próximo)

Valor (Millones de euros)



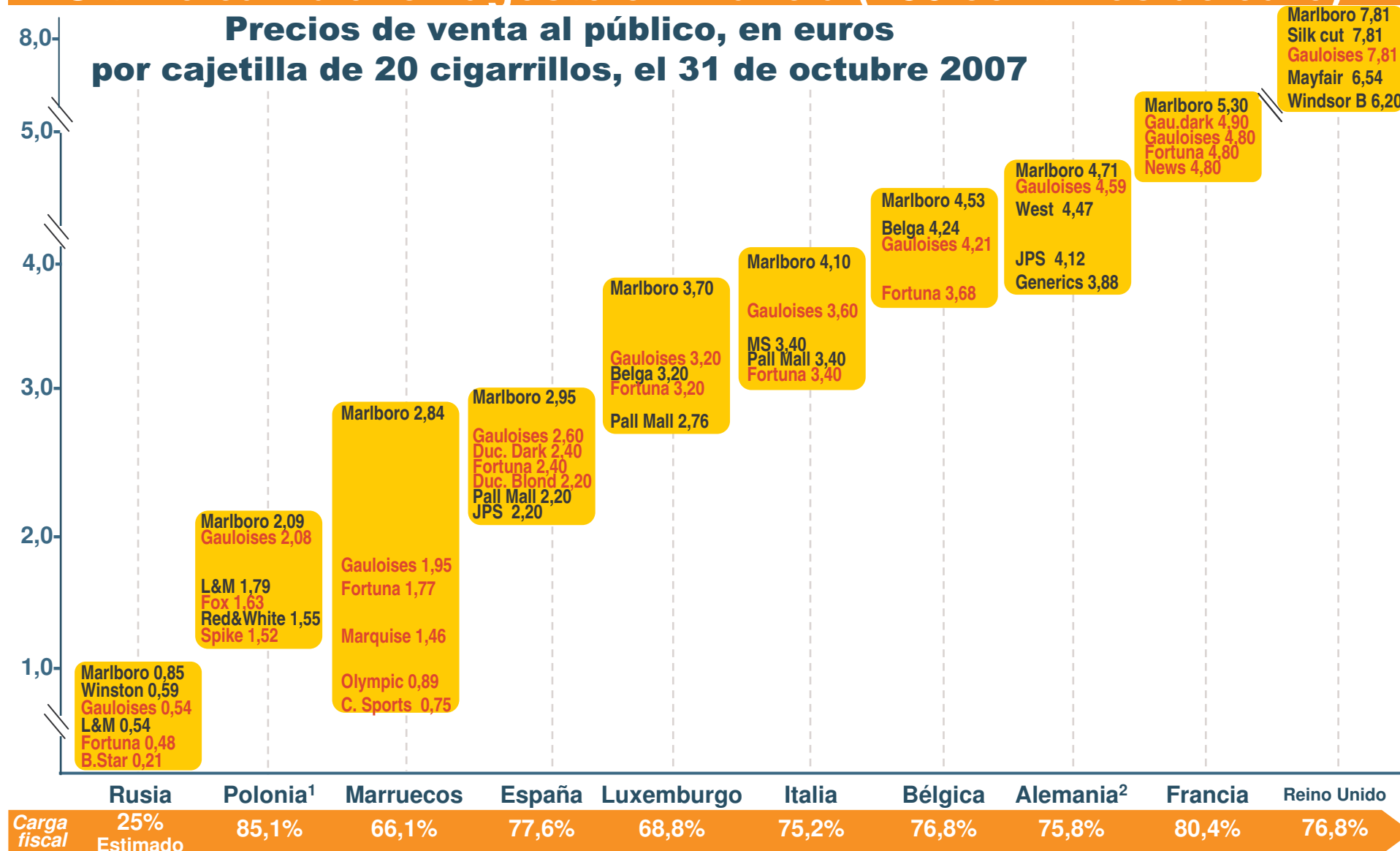
- **España:** El incremento de los precios y la mejora del *mix* han propiciado buenos resultados
- **Francia:** Sólido crecimiento de las ventas
- **Marruecos** sigue generando excelentes resultados
- **Oriente Próximo** recupera impulso
- **Alemania:** Tendencias del mercado adversas con orientación hacia productos de bajo precio y descenso en volúmenes
- **Rusia:** Recuperación en las ventas partiendo de un nivel bajo

Altadis: Cuotas de mercado de cigarrillos rubios

	9M 06	9M 07	Var.07-06
España	25,1%	25,4%	+0,3
Francia	18,0%	17,8%	-0,2
Marruecos	85,1%	85,7%	+0,6
Alemania	5,9%	5,4%	-0,5
Bélgica y Luxemburgo	6,5%	7,3%	+0,8
Polonia	7,6%	7,5%	-0,1
Italia	1,7%	1,4%	-0,3
Finlandia	16,9%	18,3%	+1,4
Austria	8,1%	7,1%	-1,0

Potencial de subidas de precios en algunos mercados clave

Último cambio: en agosto en Francia (+30 céntimos de euro)



Carga fiscal (impuestos especiales + IVA) de la MPPC (Categoría de precios más vendida)

¹ PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 24 cigarrillos los precios son Fox: €1,93 y para 30 cigarrillos, Spike: €2,23.

² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 17 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son respectivamente €4,00, €3,90, €3,80, €3,50 y €3,30

CIGARROS

Nº 1 mundial destacado



Cigarros: principales magnitudes de los nueve primeros meses

La recuperación en T2 y T3 compensa la caída en T1 (a dólar constante)

Millones de euros		9M 06	9M 07	Var. 07-06
Volumen (millones de cigarros)		2.459	2.350	-4,4%
Ventas económicas		660	629	-4,7%
↳ Orgánico ⁽¹⁾			669	+1,4%
EBITDA		212	199	-6,0%
↳ Orgánico ⁽¹⁾			214	+1,1%
Margen de EBITDA		32,1%	31,6%	-0,5 puntos

(1) Orgánico: A dólar y perímetro de consolidación constantes

Cigarros: Principales acontecimientos de los nueve primeros meses

- La División recupera el crecimiento orgánico aunque todavía está fuertemente afectada por la evolución desfavorable del dólar
- Las medidas tomadas para frenar la caída de ventas en T1 continúan mostrando resultados positivos en T3 a pesar de las tendencias de mercado
- Las ventas de cigarros cubanos han crecido un 3,4% en dólares, con una evolución positiva tanto en mercados maduros (España, Alemania, Italia,...) como en mercados emergentes (Europa del Este, América Latina, Asia-Pacífico, Marruecos,...)
- El mercado español se ha recuperado de la caída de 2006 (+6,7% en volumen y +4,4% en valor)
- El margen de EBITDA se mantiene elevado alcanzando el 31,6% a pesar de los mayores gastos comerciales en EE.UU.

Cigarros: principales magnitudes del tercer trimestre

Excelente evolución de las ventas y Ebitda

Millones de euros		T3'06	T3'07	Var. 07-06
Volumen (millones de cigarros)		771	771	-
Ventas económicas		210	216	+2,8%
↳ Orgánico ⁽¹⁾			229	+9,2%
EBITDA		69	69	-0,4%
↳ Orgánico ⁽¹⁾			74	+6,7%
Margen de EBITDA		33,0%	32,0%	-1,0 puntos

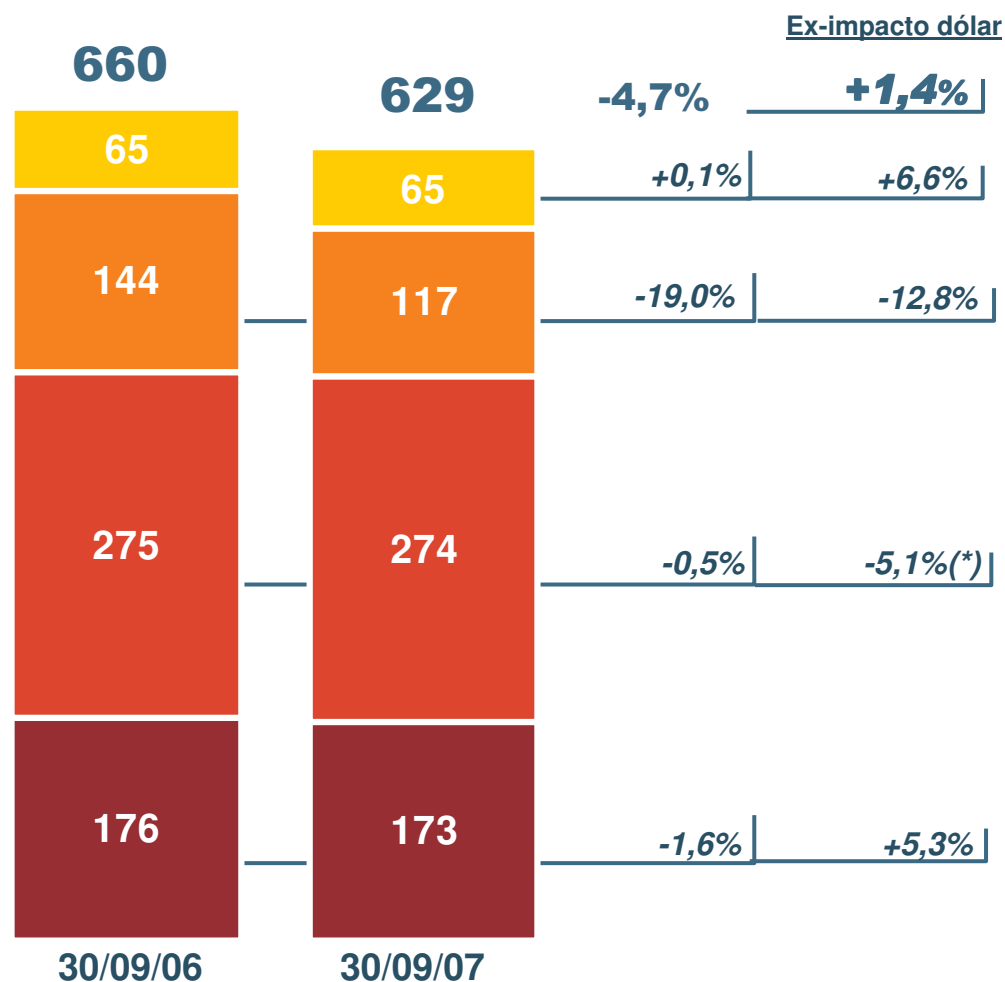
(1) Orgánico: A dólar y perímetro de consolidación constantes

Estrategia de Cigarros: liderazgo

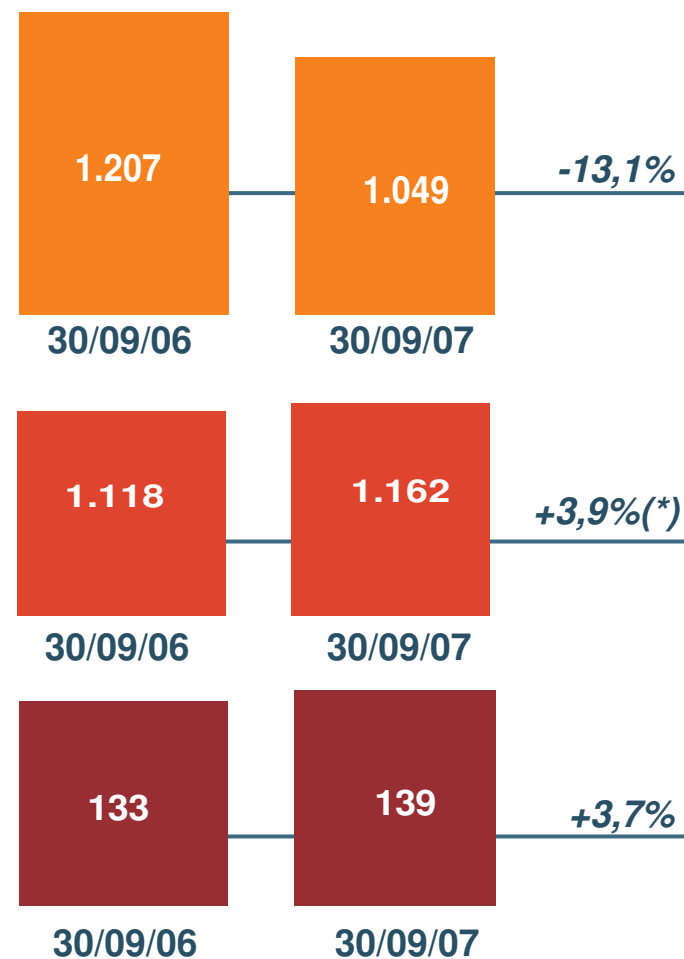
- Fortalecer constantemente el liderazgo en EE.UU., a través de la innovación, el *mix* de productos y la reducción de costes
- Aumentar las ventas y los márgenes en Habanos mediante una mejora continua de la cartera de productos y una más amplia distribución internacional
- Asegurar las cuotas de mercado y potenciar la rentabilidad tanto en España como en Francia
- Abrir nuevos mercados como nuevo factor de crecimiento

Cigarros *premium y natural* lideran el crecimiento orgánico

Valor (mn de euros) y Variación



Volumen (mn de unidades) y Variación



Premium y Habanos (50%)

Natural

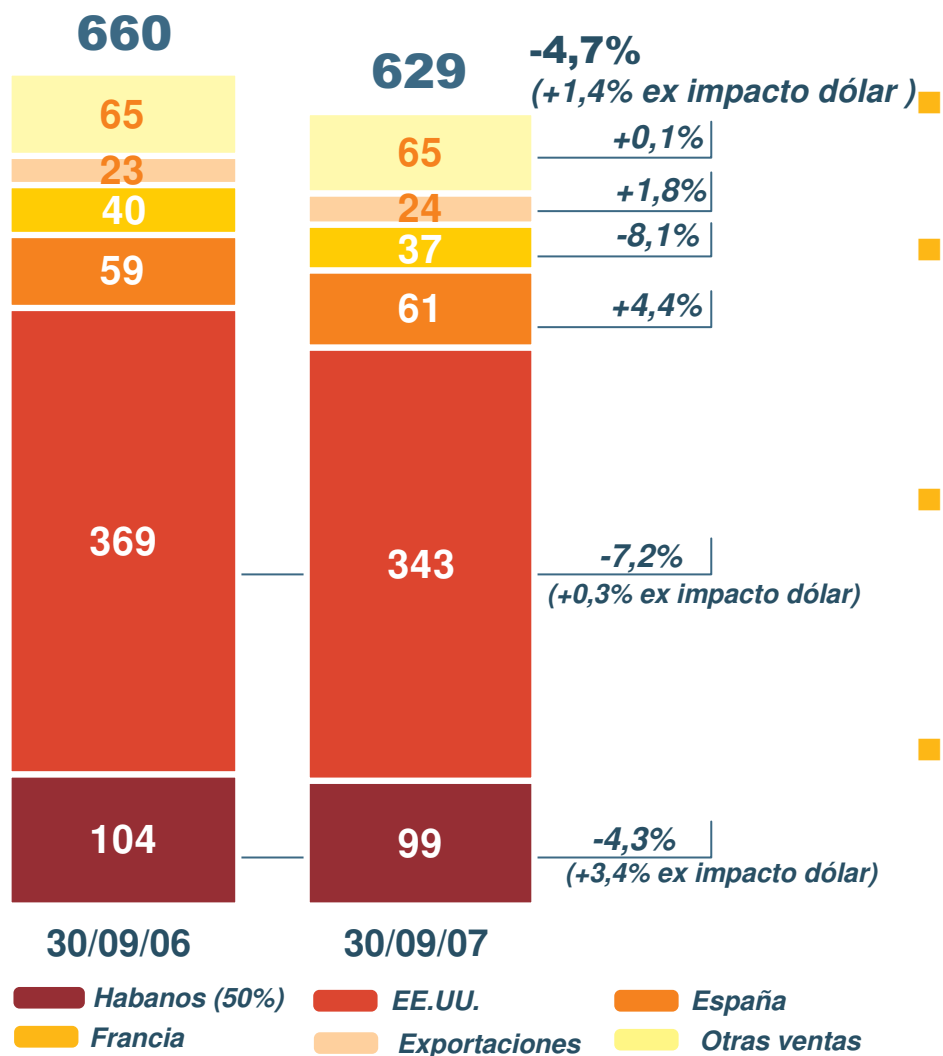
Mass (Popular y Little)

Otras ventas

(*) T3 2007: +17,4% en valor y +10,3% en volumen

Crecimiento de Habanos y recuperación de ventas en EE.UU. a pesar de la competencia y las tendencias del mercado

Valor (mn de euros) **y Variación**



■ **JR Cigar:** ventas de 38 millones de euros

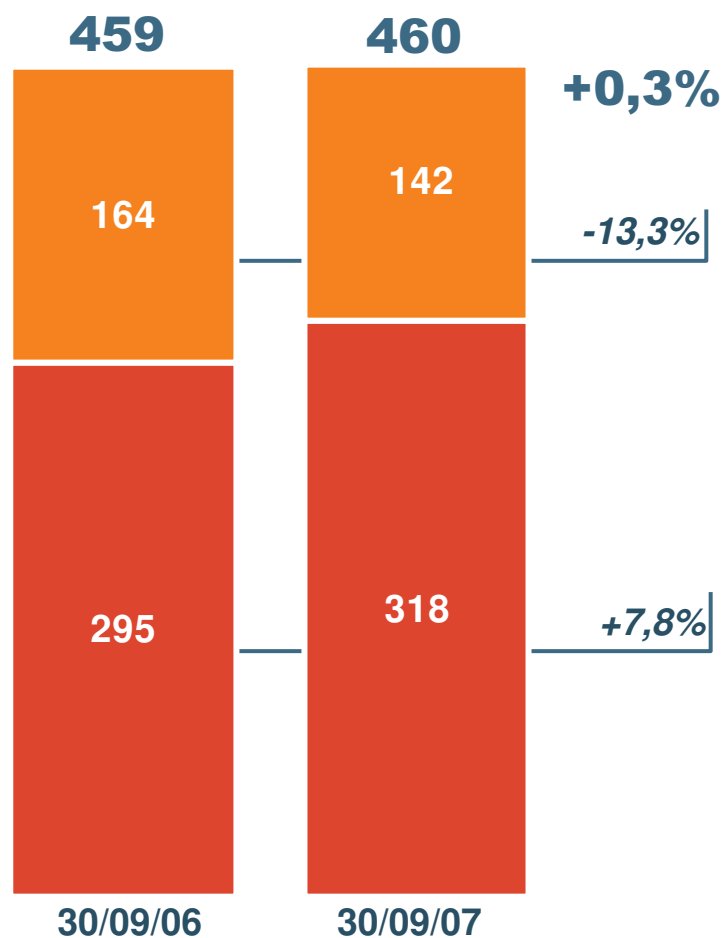
■ **Mercados francés y español:** Los volúmenes en el mercado español han crecido un 6,7% y el mercado francés sigue aún débil

■ **EE.UU.:** Competencia agresiva y nuevas tendencias de mercado. La reacción sigue mostrando resultados muy positivos en el tercer trimestre

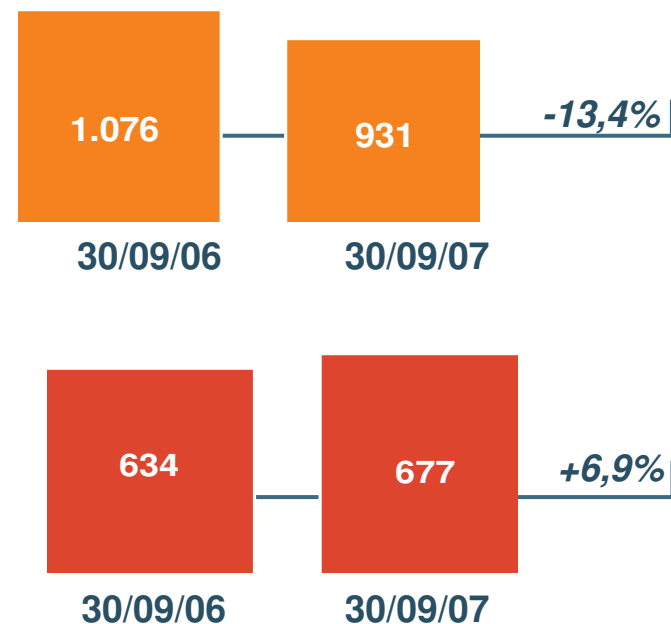
■ **Cigarros cubanos:** Tanto los mercados maduros como los emergentes han obtenido buenos resultados

EE.UU.: Las medidas adoptadas para reaccionar ante el mercado compensan totalmente el descenso en T1

Valor (mn de USD) **y Variación**



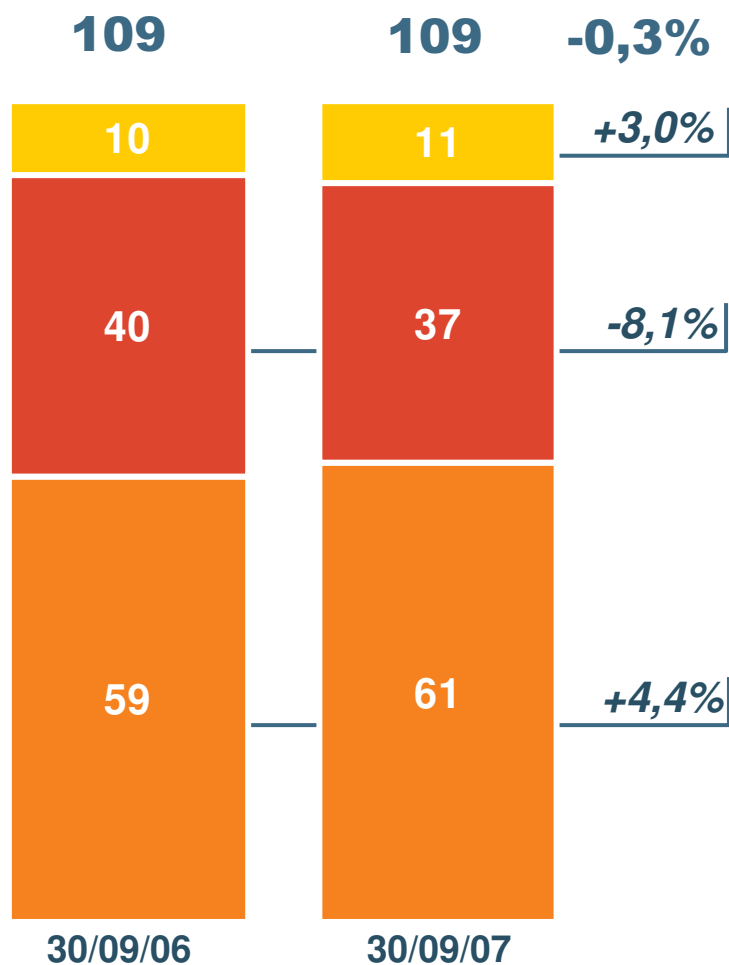
Volumen (mn de unidades) **y Variación**



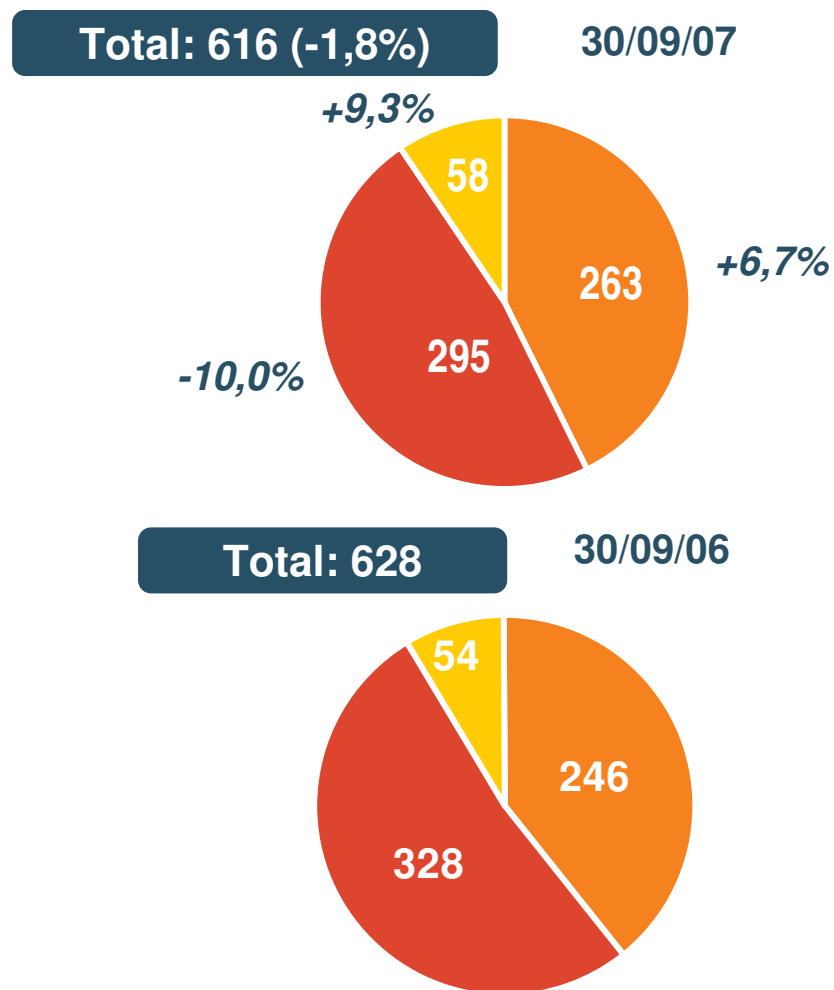
— Premium y Natural — Mass (Popular y Little)

Europa: Recuperación de ventas en el mercado español y descenso en Francia debido a la nueva ley

Valor (mn de euros) **y Variación**



Volumen (mn de unidades) **y Variación**



Spain France Export

LOGÍSTICA



**Un modelo de negocio
único**

Logística: principales magnitudes de los nueve primeros meses

<i>Millones de euros</i>	9M 06	9M 07	Var. 07-06
Ingresos	7.901	7.999	+1,2%
Ventas económicas	877	940	+7,1%
EBITDA	231	241	+4,2%
Margen de EBITDA	26,3%	25,6%	-0,7 puntos

NOTA: No existe impacto significativo de tipo de cambio y/o de perímetro

Logística: principales acontecimientos de los nueve primeros meses

- Buena evolución del volumen total de cigarrillos en mercados donde Altadis está presente (+0,2% en España, -1,4% en Francia, +2,1% en Marruecos, -1,0% en Italia)
- Después del difícil año 2006, el mercado de tabaco español permanece ahora estable y con precios de venta más elevados
- Logística general: incremento del +8,1% de las ventas económicas, propiciado por los buenos resultados de los servicios de transporte en España
- Progresos en el proyecto “Farma”: ventas de 16 millones de euros (+18,0%)

Estrategia de Logística: aplicar una especialización única a nuevos campos

- Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España, Francia, Marruecos, Italia y Portugal
- Extender a la logística general (no tabaquera) la especialización aplicada con éxito, buscando nichos de mercado con elevados márgenes
- Optimizar los recursos operativos

Tanto la logística tabaquera como la general han destacado en sus resultados

Número de puntos de venta atendidos: más de 510.000

<i>Ventas económicas (Millones de euros)</i>	9M 06	9M 07	Var.
España y Portugal	114	134	+17,0%
Francia	124	129	+4,1%
Italia	146	144	-1,3%
Marruecos	42	41	-1,0%
Tabaco	426	448	+5,2%
España y Portugal	291	323	+11,1%
Francia	166	169	+1,3%
Marruecos e Italia	5	8	+55,4%
General	462	500	+8,1%
Eliminaciones	(11)	(8)	NS
TOTAL	877	940	+7,1%



MAGNITUDES FINANCIERAS

Principales magnitudes de resultados: Recuperación del crecimiento orgánico

9M'06 vs.9M'07
(Millones de euros)

**Ventas económicas:
+78**

Orgánico: +140

Perímetro: -1

Conversión de moneda: -61

■ Buenos resultados en cigarrillos y logística

■ Venta de activos no estratégicos

■ Evolución desfavorable del dólar

■ Buenos resultados en cigarrillos y logística

■ Reestructuración

■ Venta de activos no estratégicos

■ Evolución desfavorable del dólar

Orgánico: +73

Del cual
Reestructuración: +36

Perímetro: -4

Conversión de moneda: -18

**EBITDA:
+51**

Cuenta de resultados de los primeros nueve meses de 2007

(Millones de euros)	9M 06	9M 07	Var.
Ingresos	9.304,0	9.318,5	+0,2%
(Coste de los productos distribuidos) + (Comisión del depositario) + Descuentos	(6.363,3)	(6.299,0)	-1,0%
Ventas económicas	2.940,7	3.019,5	+2,7%
EBITDA ⁽¹⁾	865,0	916,0	+5,9%
(Amortización) + (Depreciación)	(157,8)	(128,2)	-18,8%
Resultado de las actividades ordinarias	707,2	787,8	+11,4%
Otros gastos e ingresos	(61,7)	(65,0)	+5,3%
Resultado de explotación	645,5	722,8	+12,0%
Resultado financiero	(85,7)	(92,5)	+7,9%
Impuestos sobre sociedades	(185,9)	(213,7)	+14,9%
Empresas asociadas por puesta en equivalencia	6,1	6,5	+7,4%
Intereses minoritarios	(40,9)	(36,3)	-11,1%
Resultado neto del Grupo	339,1	386,8	+14,1%
BPA (céntimos de euro) ⁽²⁾	130	153	+17,7%
Número medio de acciones (millones) ⁽³⁾	260,7	252,6	3,1% reducción

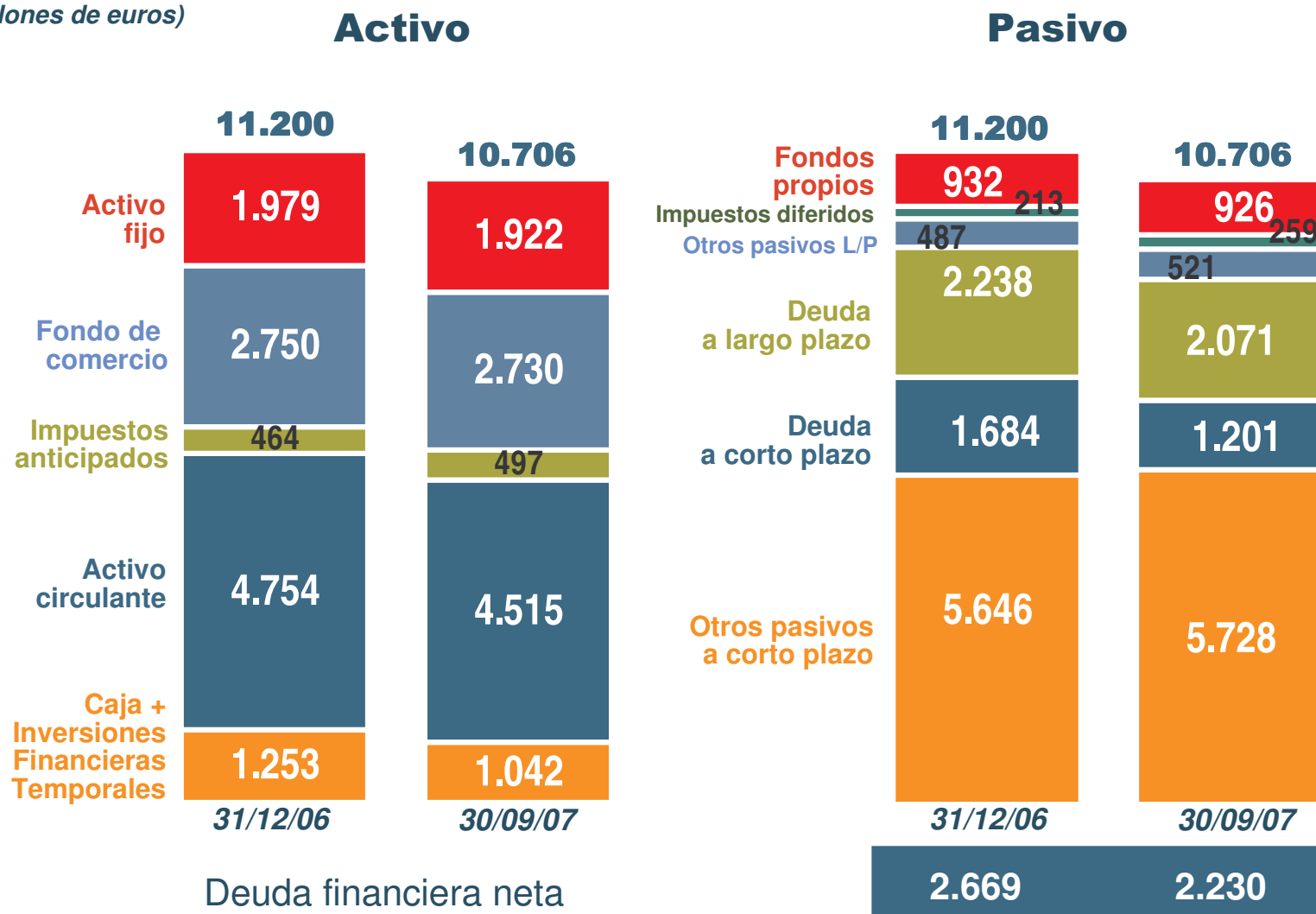
(1) EBITDA: Resultado de las actividades ordinarias antes de la depreciación y amortización

(2) BPA básico y diluido coinciden

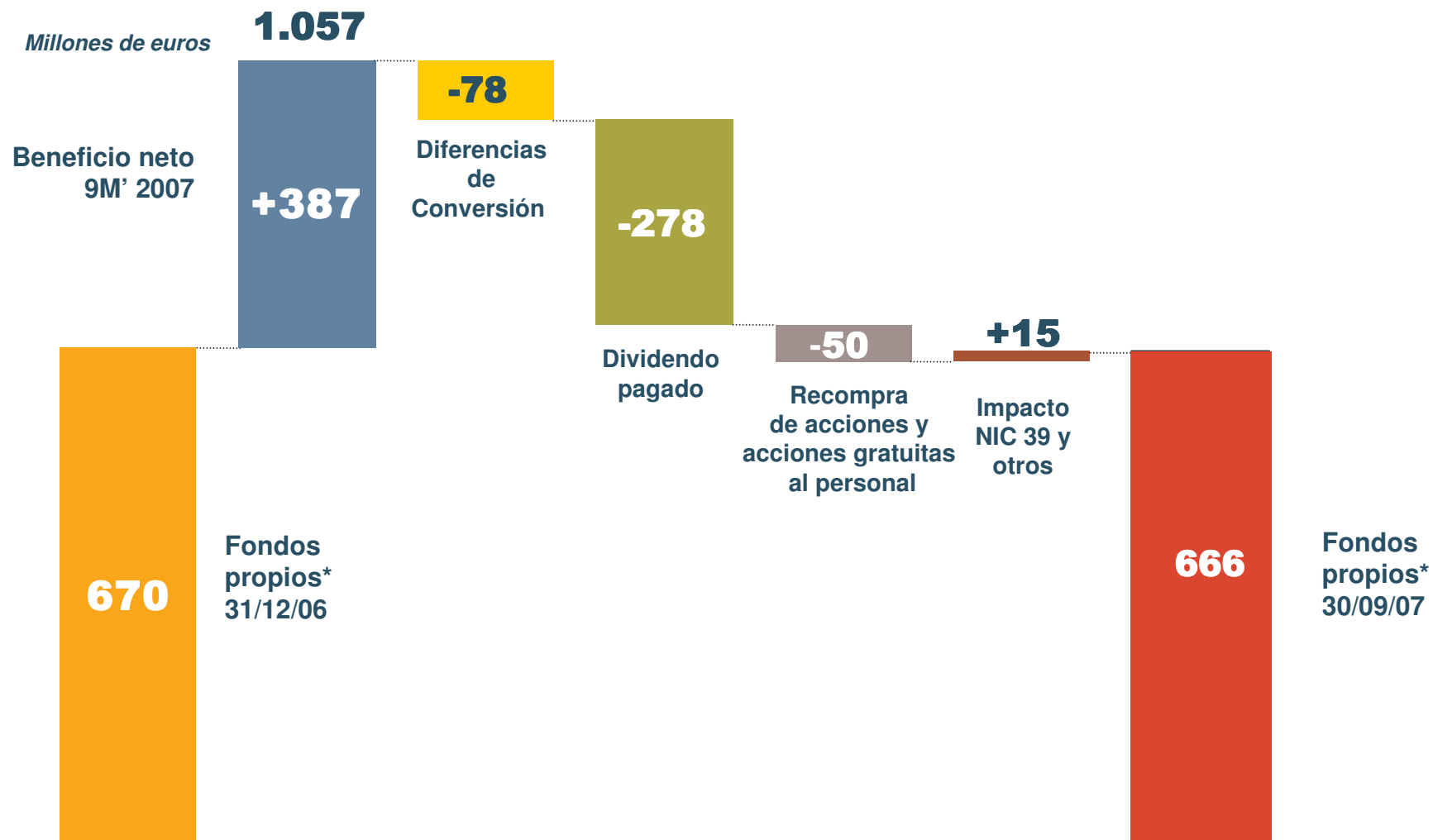
(3) Número medio de acciones = promedio de (total de acciones – acciones propias)

El balance refleja la recompra de acciones, el pago de dividendos y alta generación de caja

(Millones de euros)



Evolución de los fondos propios del Grupo Altadis



* No incluye los intereses minoritarios

La generación de caja ha financiado la recompra de acciones y el pago de dividendos

(Millones de euros)	9M 06	9M 07
EBITDA	865	916
Variación del fondo de maniobra operativo	438 **	277
Flujo operativo (EBITDA + Var. fondo de maniobra operativo)	1.303	1.193
Pago por impuesto de sociedades	(173)	(246)
Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios	(82)	(129)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	1.048	818
Dividendos de compañías Asociadas por puesta en equivalencia	5	4
Pagos/cobros procedentes de inversiones financieras temporales	45	(14)
Pagos por adquisiciones de activos tangibles e intangibles	(92)	(113)
Cobros por desinversiones	136	44
Adquisición/Venta de filiales neta de caja adquirida/vendida (importe neto)	23	19
Flujo de caja de las actividades de inversión	117	(60)
Pagos por intereses financieros	(44)	(41)
Dividendos pagados	(273)	(287)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(412)	(48)
Incremento/reducción de la deuda (corto y largo plazo)	(612)	(596)
Flujo de caja de las actividades de financiación	(1.341)	(972)
Variación neta de caja y equivalentes de caja	(176)	(214)
Impacto neto por fluctuación del tipo de cambio	(8)	(7)
Posición inicial de caja y equivalentes de caja	1.092	1.159
Posición final de caja y equivalentes de caja	908	938
Inversiones financieras temporales	100	104
Deuda a corto plazo	(1.064)	(1.201)
Deuda a largo plazo	(2.193)	(2.071)
Posición final de deuda neta	(2.249)	(2.230)
Flujo de caja libre operativo*	1.038**	834

* Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento (92 millones de euros en 9M 06, 113 millones de euros en 9M 07)

** Variación del fondo de maniobra operativo, Flujo de caja libre operativo y evolución de la deuda neta en 9M 06 se han beneficiado de un cambio no recurrente en el proceso de pago aplicado a los impuestos especiales en Italia (€427 millones de euros)

CONCLUSIÓN



Crecimiento, eficiencia y creación de valor

- Recuperación del **crecimiento** según lo esperado
 - **Crecimiento orgánico** en las tres Divisiones
 - Excelentes **cigarrillos y logística** mientras que **cigarros** se enfrenta a las nuevas tendencias del mercado
 - En conjunto los resultados son muy positivos realzando los beneficios del **modelo de negocio de Altadis**
- **Concentración** en la línea de **ventas, eficiencias y generación de caja**
 - **Aumento de las ventas** a pesar de la debilidad del dólar y la fuerte competencia en EE.UU.
 - Los **ahorros del 2006** siguen capturándose: el **margen de EBITDA** ha aumentado 0,9 puntos
 - 280 millones de euros en **venta de activos no estratégicos** en 2006, programa del 2007 en curso
 - Generación/Conversión de **flujos de caja** se mantiene muy sólida
 - **BPA crece un 17,7%**
- Política atractiva de **retorno al accionista**:
 - Política de **dividendos**: en 2007 se ha pagado 1,10 euros por acción, lo que supone un aumento del 10% con respecto al de 2006
 - **Recompra** y amortización **de acciones**:
 - Amortización del 4,9% en junio de 2006 y un 1,4% adicional en junio de 2007
 - Desde el año 2000 se ha amortizado más del 20% del capital
 - El programa actual de recompra se ha suspendido temporalmente después de las aproximaciones recibidas en marzo para adquirir la compañía
- **Perspectivas**:
 - Para el cuarto trimestre de 2007, Altadis espera continuar obteniendo unos sólidos resultados orgánicos

ANEXOS



Anexos

- Calendario Corporativo – Contactos
- Definiciones
- Reestructuración
- Altadis Maroc
- Gobierno corporativo
- Información cigarrillos
- Evolución reciente de los precios en España
- Nuevas leyes del tabaco en España y en Francia
- Logística General
- Evolución de los fondos propios de Altadis, S.A.
- Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- Contingencias no recogidas en el balance
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales

Calendario corporativo - Contacto

CALENDARIO

21 de febrero de 2008 (provisional)	Resultados del año 2007
24 de marzo de 2008 (provisional)	Pago del dividendo a cuenta
Abril de 2008 (provisional)	Informe Anual
13 de mayo de 2008 (provisional)	Resultados 1er trimestre de 2008
Junio de 2008 (provisional)	Junta General de Accionistas
Junio de 2008 (provisional)	Pago del dividendo complementario
30 de agosto de 2008 (provisional)	Resultados 1er semestre de 2008
15 de noviembre de 2008 (provisional)	Resultados 9 primeros meses de 2008

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

CONTACTOS

Pedro ALONSO DE OZALLA

Director de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 90 33

E-mail: paozalla@altadis.com

Carmen PAZ APARICIO

Directora Adjunta de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 59

Fax: 34 91 360 90 33

E-mail: cpaz@altadis.com

Definiciones

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

- **Venta económicas.** Las ventas económicas para los negocios de Cigarrillos y Cigarros son iguales a los ingresos + comisiones de depositario + descuentos por pronto pago. En el negocio de Logística, las ventas económicas son iguales al margen de distribución (el cual no incluye el valor de los productos distribuidos, como sí ocurre en los ingresos)

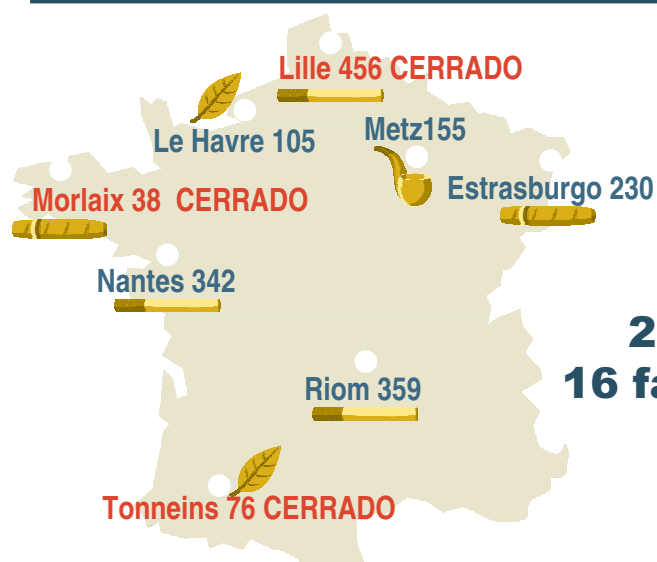
Este concepto proporciona una visión más proporcionada de la actividad del Grupo, dado que la cifra de ingresos aumenta las ventas de Logística de forma significativa y provoca que la importancia aparente de cada negocio no sea la real.

- **Eliminaciones** (como parte del total de las ventas económicas y del EBITDA) contienen:
 - Transacciones entre unidades de negocio (la más frecuente es la venta de cigarrillos y cigarros al negocio de Logística cuando esto provoca incremento de las existencias de la última, a diferencia de las ventas que son inmediatamente vendidas por el negocio de Logística al mercado, sin modificar sus existencias)
 - Ajustes contables, generalmente poco significativos
- **Flujo de caja libre operativo** = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento
- **Orgánico** (aplicado a las ventas económicas y al EBITDA). Supone mantener constantes, tanto el perímetro de consolidación como el tipo de cambio de conversión del dólar
- **Otros** (como parte del total de las ventas económicas y del EBITDA) contiene:
 - Los resultados de Aldeasa y los resultados de un reducido número de pequeñas filiales que no se incluyen en ninguna de las tres unidades de negocio
 - Los costes del centro corporativo

Situación actual y después de la reestructuración industrial (plan I)



**Objetivo:
10 fábricas**



**2004:
16 fábricas**



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

Altadis Maroc (RTM) ha obtenido la extensión del monopolio hasta el final del 2010

9M 07

Cigarrillos

	Volumen (bn uds)	Variación 2007-2006	Cuota de Mercado
Rubio local	6,7	+9,2%	62%
Negro local	1,9	-22,7%	18%
Altadis internacional	0,9	+17,0%	8%
Total Altadis	9,5	+1,6%	88%
Otros	1,3	+4,9%	12%
Mercado total	10,8	+2,1%	100%

Otros datos de la compañía

- RTM posee el monopolio de la distribución e importación del tabaco hasta el 1 de enero de 2011

Millones de euros

9M 07

Ventas económicas	209
EBITDA	131

Gobierno corporativo

- **Desde la creación de Altadis y actualizado en 2005, para recoger las últimas recomendaciones:**
 - ➔ Comisión de Auditoría y Control
 - ➔ Comisión de Nombramientos y Retribuciones
 - ➔ Comisión de Estrategia, Ética y Buen Gobierno
 - ➔ Código ético de conducta interno
- **Audidores: Deloitte & Touche.**
- **Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales**
- **Calificación financiera por Standard & Poor's: BBB (perspectiva negativa) y Moody's: Baa2 (bajo vigilancia con implicaciones negativas)**
- **La transición a las NIIF se ha realizado con éxito desde el 1 de enero de 2005**
- **El Informe Anual de Gobierno Corporativo se incluye en el Informe Anual desde 2004**

Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán, marroquí y ruso

(Volumen: bn= mil millones unidades)

30/09/06 30/09/07 Var. %

MERCADO TOTAL ESPAÑOL

Volumen	Rubio	59,1	59,7	+1,1%
	Negro	7,3	6,9	-6,7%
	Total	66,4	66,6	+0,2%

30/09/06 30/09/07 Var. %

MERCADO TOTAL FRANCÉS

Volumen	Rubio	38,5	38,4	-0,2%
	Negro	3,8	3,3	-12,2%
	Picaduras	5,9	5,8	-2,1%
	Total	48,2	47,5	-1,4%

MERCADO TOTAL MARROQUÍ

Volumen	Rubio	8,2	8,9	+9,5%
	Negro	2,4	1,9	-22,7%
	Total	10,6	10,8	+2,1%

MERCADO TOTAL ALEMÁN

Cigarrillos (Volúmenes)	69,4	67,6	-2,7%
-------------------------	------	------	-------

MERCADO TOTAL RUSO

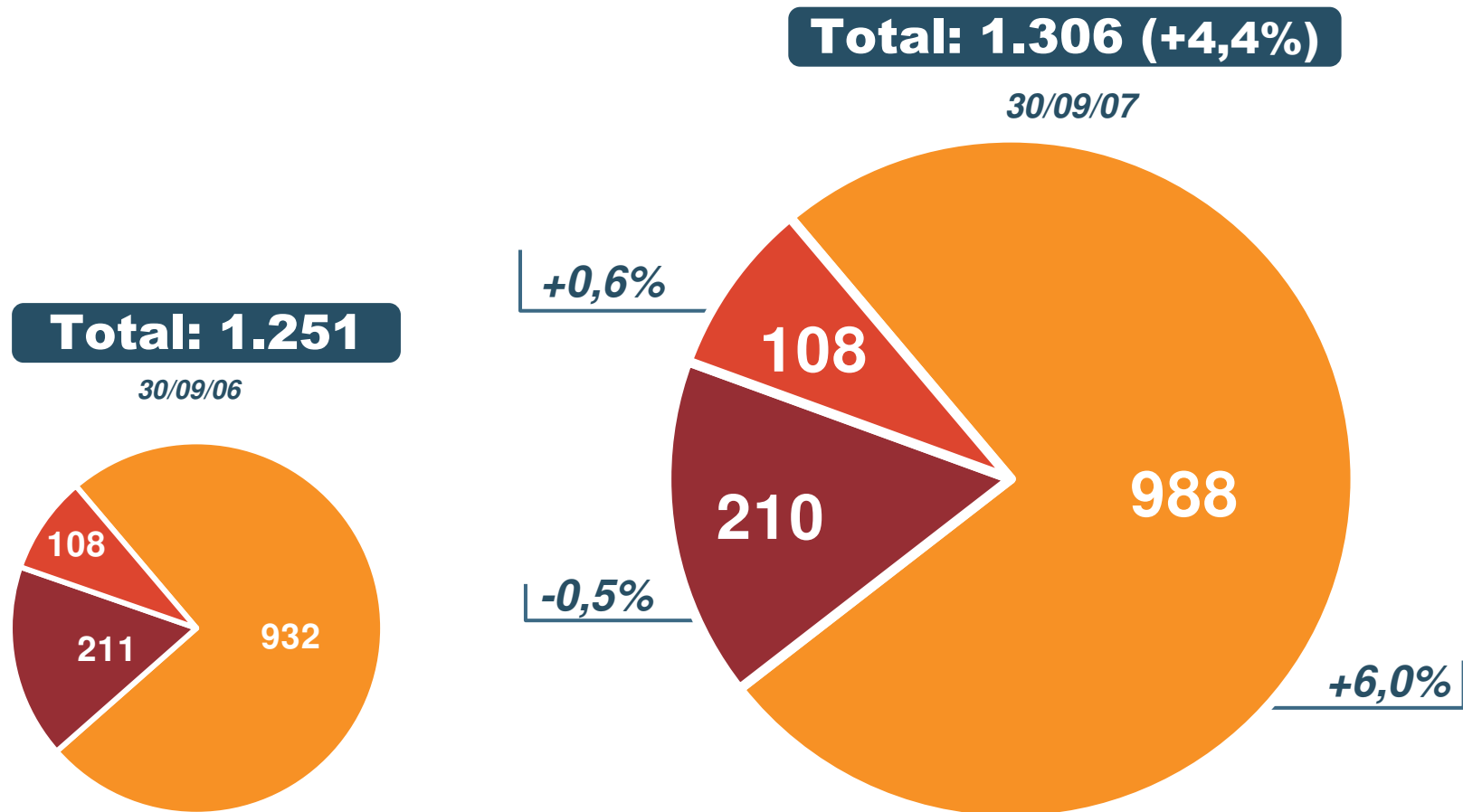
(12 meses hasta el 30 de septiembre de 2007)

Cigarrillos	337	347	+3,1%
-------------	-----	-----	-------

Notas: La evolución del mercado puede diferir de las ventas facturadas al distribuidor.
Las ventas de picaduras en España no son significativas.
Los datos del mercado ruso proceden de Business Analytica

Cigarrillos: El segmento de rubios supone el 76% del total

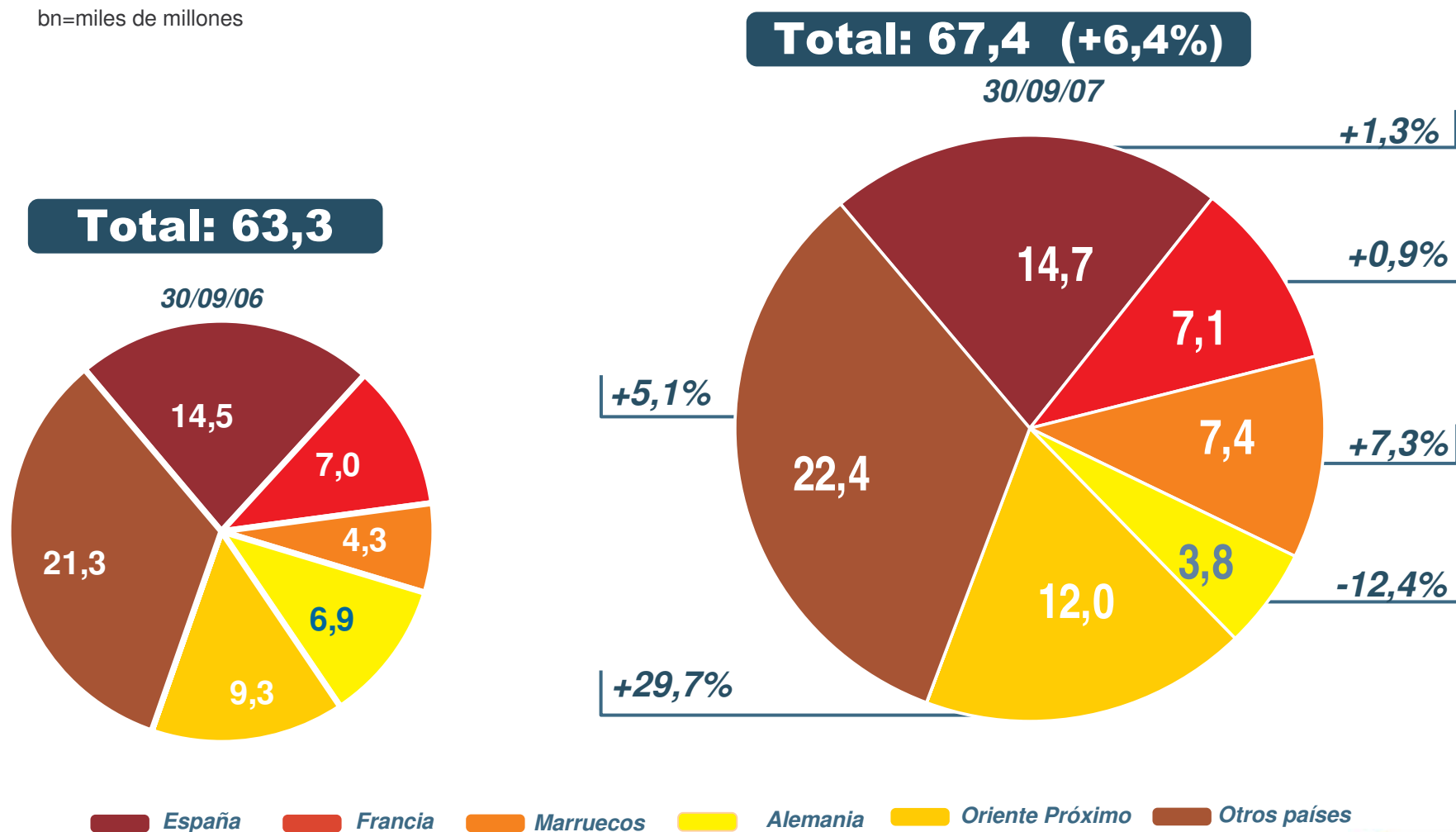
Segmentos (Millones de euros) y Variación



Volúmenes de cigarrillos rubios

Volumen (bn unidades) y Variación

bn=miles de millones



Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados

9M 06 9M 07 Var. %

billones=miles de millones

9M 06 9M 07 Var. %

VENTAS POR MERCADO (millones de euros)

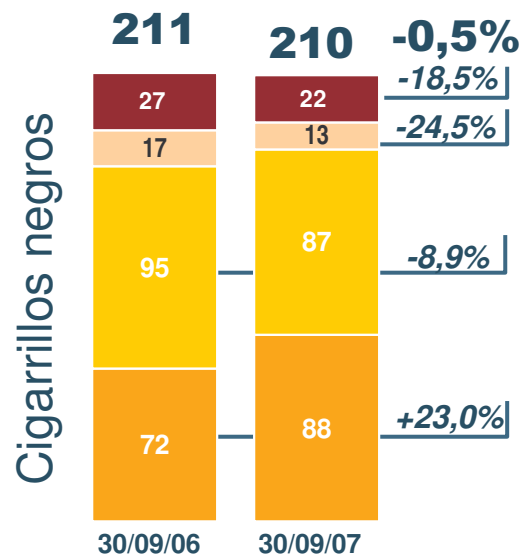
España	262	309	+17,9%
Francia	290	282	-2,9%
Marruecos	142	151	+7,0%
Alemania	150	131	-12,6%
Oriente Próximo	100	123	+22,6%
Rusia	51	53	+3,8%
Italia	28	25	-13,6%
Polonia	27	27	+0,2%
Otros países europeos	118	112	-4,8%
Otros países	32	36	+12,9%
Otras ventas	51	57	+12,1%
Total	1.251	1.306	+4,4%

VENTAS POR MERCADO (billones de unidades)

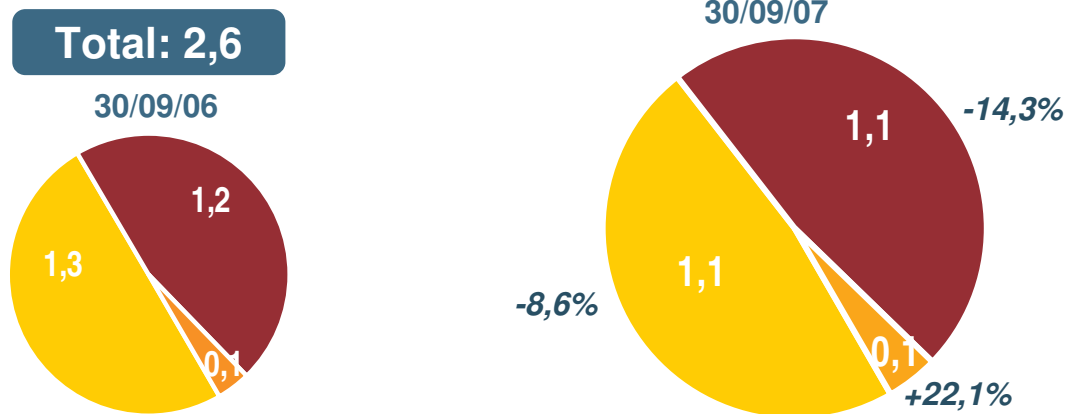
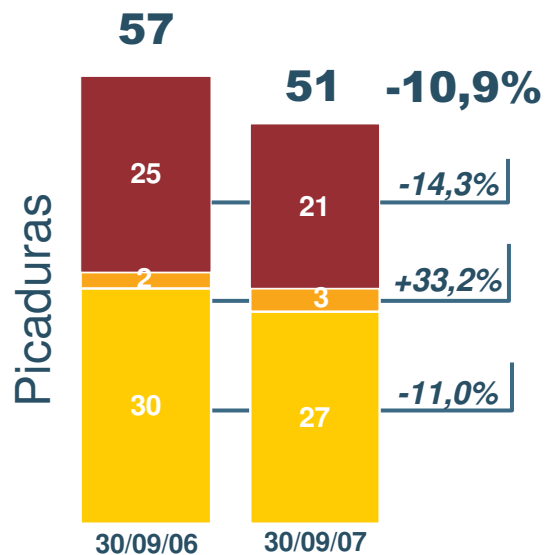
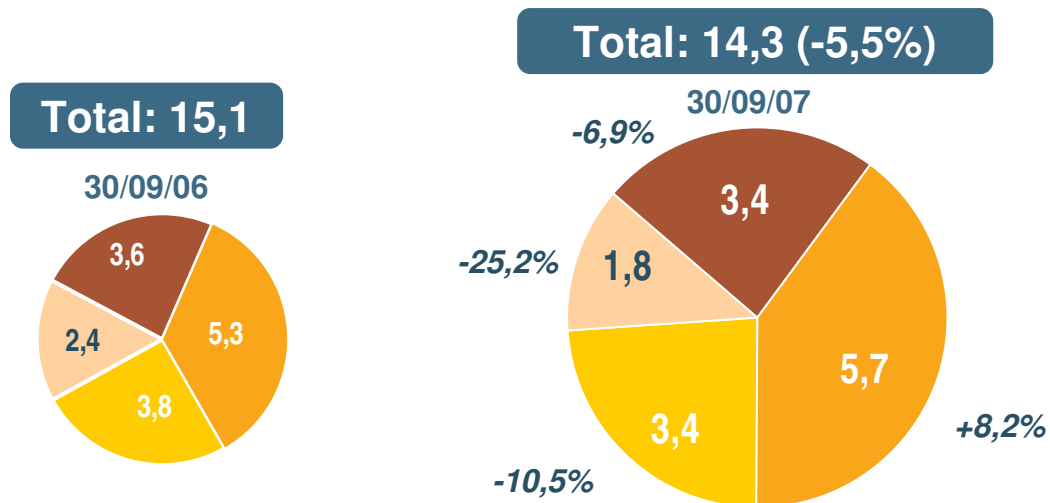
España	19,8	20,5	+3,2%
Francia	12,1	11,6	-4,3%
Marruecos	9,5	9,4	-1,0%
Alemania	4,7	4,0	-13,8%
Oriente Próximo	9,3	12,0	+29,7%
Rusia	13,5	14,9	+9,9%
Italia	1,3	1,0	-15,9%
Polonia	4,1	4,0	-4,3%
Otros países europeos	4,6	4,5	-1,9%
Otros países	2,1	2,1	-1,6%
Total	81,0	84,0	+3,7%

Ventas de cigarrillos negros y picaduras

Valor (Millones de euros) y Variación



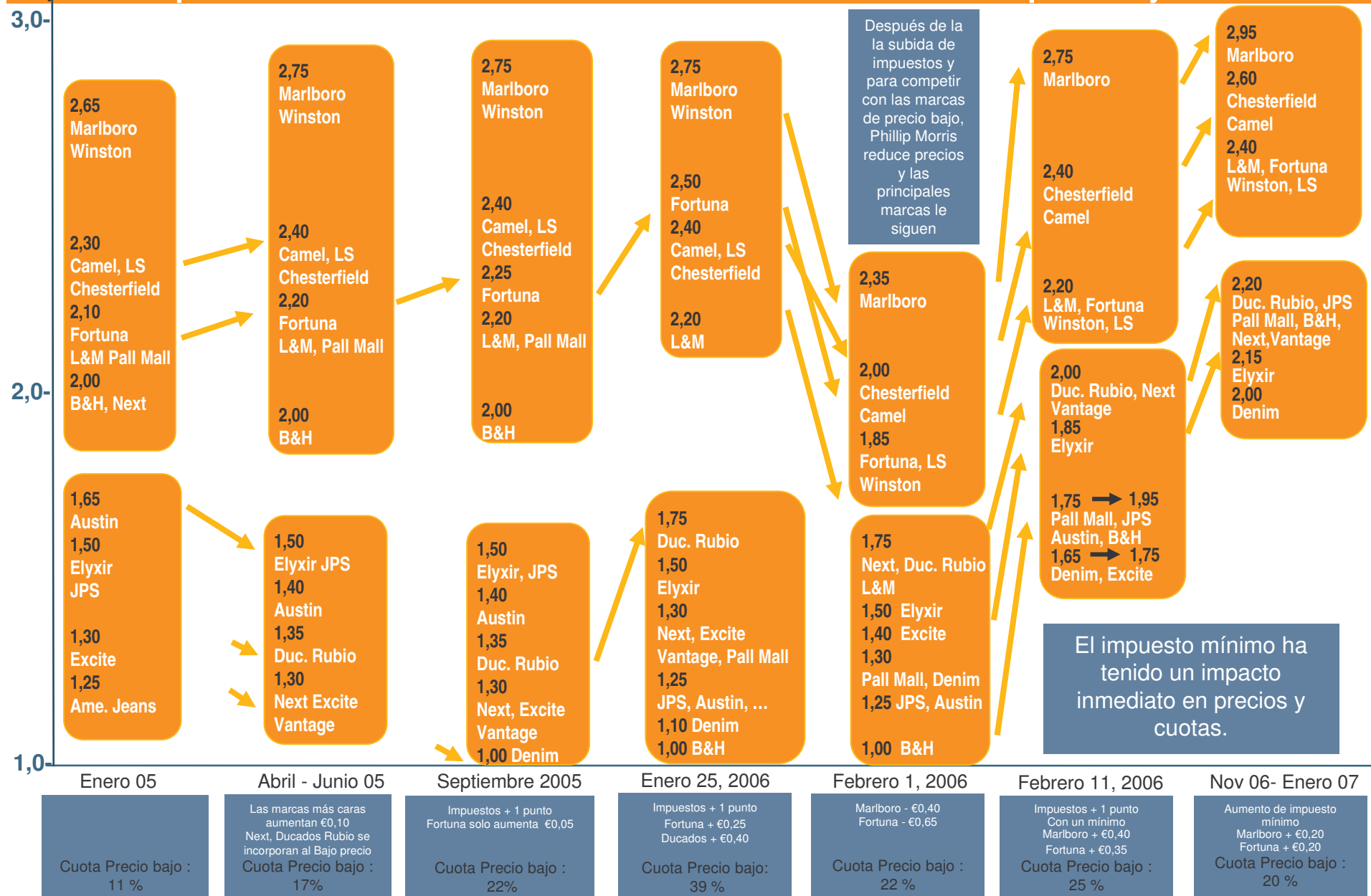
Volumen (bn unidades) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Marruecos
 ■ Internacional

Evolución reciente de los precios en España

€/cajet. El impuesto mínimo ha devuelto al mercado al crecimiento de precios y beneficios



Nueva ley del tabaco en España en vigor desde el 1 de enero de 2006

Situación anterior	Situación actual	Principales diferencias
Venta de productos tabaqueros		
■ Estancos ■ Máquinas expendedoras ⁽¹⁾ ■ Hoteles, Restaurantes, Bares, Pubs, Gasolineras, Kioscos,...(en mostrador) ⁽¹⁾ ■ Duty free (Aeropuertos y Puertos) ■ Compradores mayores de 16 años ■ Muestras y cajetillas de menos de 20 unidades están permitidas	■ Estancos ■ Máquinas expendedoras ⁽¹⁾ ■ Sólo Bares & Restaurantes de más de 100m² pueden vender cigarros de capa natural (Natural y Premium) en mostrador ■ Duty free (Aeropuertos y Puertos) ■ Compradores mayores de 18 años ■ Muestras y cajetillas de menos de 20 unidades están prohibidas	■ Venta de cigarrillos en mostrador prohibida ■ Presentaciones de menos de 20 cigarrillos prohibidas
Consumo		
■ El consumo está prohibido en un limitado número de lugares públicos (Transportes públicos, Hospitales,...)	■ Prohibición total de fumar en lugares públicos y lugares de trabajo - Excepciones; Hoteles, Bares y Restaurantes: ✓ >100m²: Espacio para fumadores permitido hasta un máximo del 30% de la superficie disponible, bajo determinadas condiciones ✓ <100m²: El propietario del establecimiento decidirá si autoriza o no el consumo ■ Otras autorizaciones específicas: Aeropuertos, Teatros, Cines,...	■ Prohibición total de fumar en lugares de trabajo ■ Condiciones específicas para Hoteles, Bares y Restaurantes de más de 100m²
Publicidad		
■ Solo prohibida en la televisión	■ Prohibición total de publicidad y promoción: ✓ TV, radio, periódicos, Internet, patrocinio⁽²⁾ y publicidad en exteriores ✓ Promoción solo autorizada dentro de los estancos	■ Prohibición total

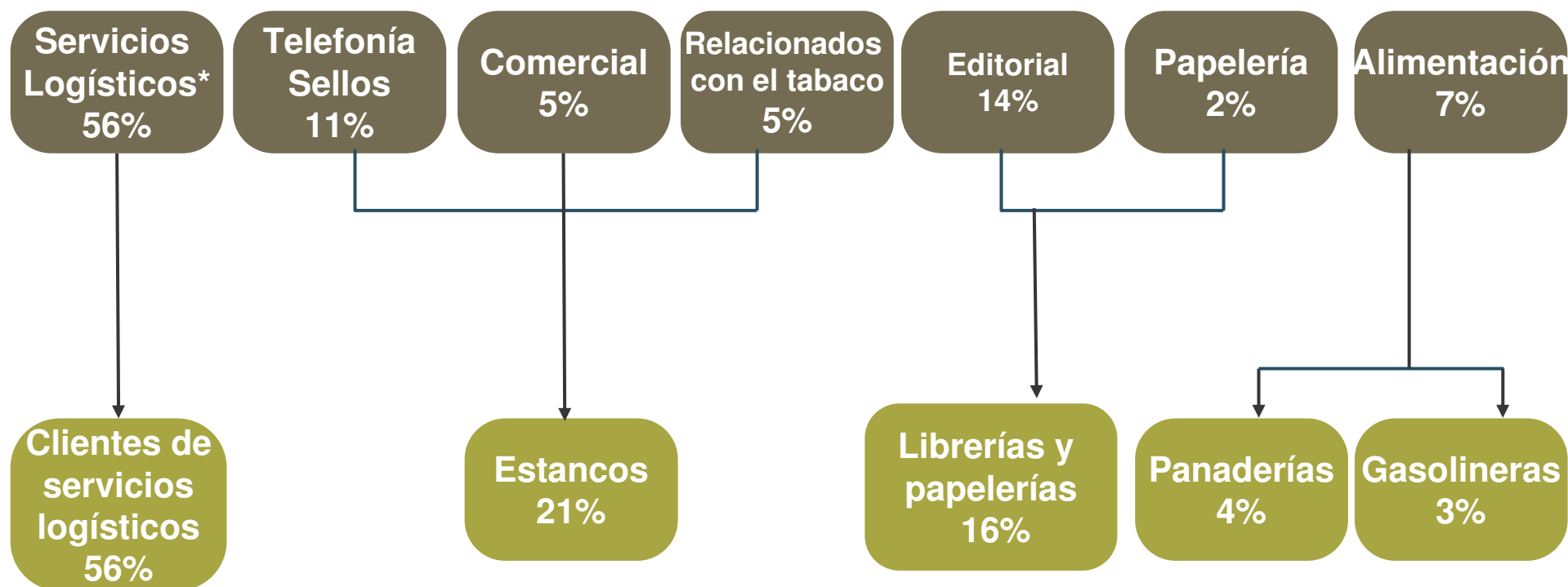
Nueva ley del tabaco en Francia en vigor desde el 1 de febrero de 2007

Situación anterior	Situación actual	Principales diferencias
Consumo		
Ley Evin: ■ Prohibición de fumar en un número limitado de espacios públicos (transporte público, cines,...) ■ Excepciones en áreas especiales en colegios (solo adultos), lugares de trabajo y aeropuertos ■ Excepciones en hoteles, bares y restaurantes si existen espacios habilitados	■ Prohibición total en lugares de trabajo y espacios públicos, excepto: → espacios habilitados en lugares de trabajo (efectivo en 2007) ■ Período transitorio hasta el 1 de enero de 2008 para: → hoteles, bares y restaurantes	■ Prohibición total en lugares de trabajo excepto áreas especiales habilitadas (efectivo en 2007) ■ Prohibición total en hoteles, bares y restaurantes a partir del 1 enero de 2008

Logística General: productos y canales variados y complementarios

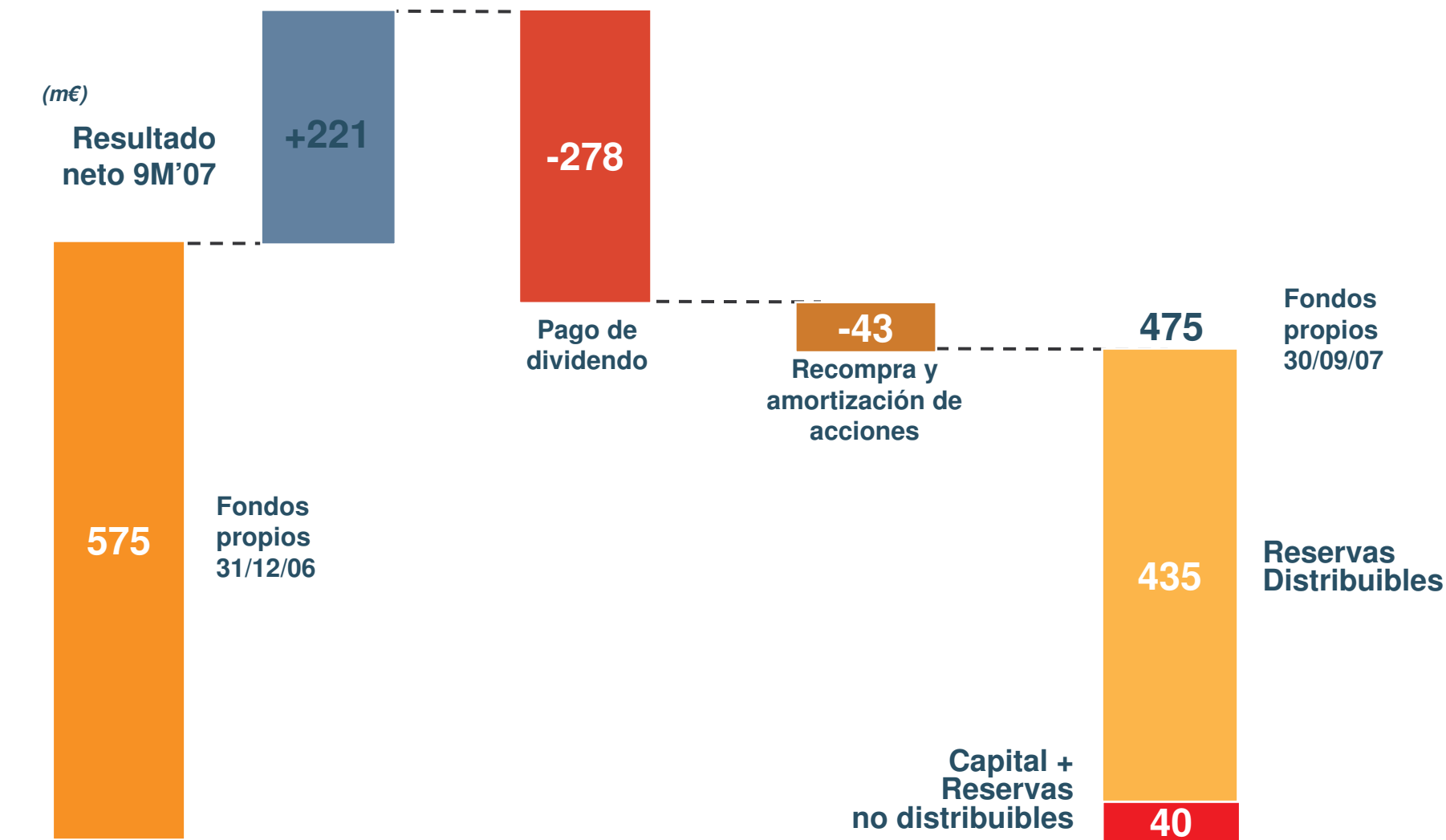
Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la Logística General (no tabaquera) del primer semestre de 2007

LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES

Evolución de los fondos propios de Altadis, S.A.



Nota: Las cuentas oficiales de la sociedad matriz Altadis, S.A. se presentan siguiendo los principios contables españoles (PGC, Plan General de Contabilidad)

Exposición al tipo de cambio del dólar: principalmente un impacto de conversión contable

La mayor parte de las actividades de Altadis (abastecimiento, fabricación y comercialización) se realizan por completo en la misma zona monetaria

Actividad en la zona del euro

USD – exposición muy limitada
Ventas USD ligeramente superiores
Compras USD
(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta de + 300 mn de dólares
(contribución al EBITDA del Grupo)

El desarrollo de las ventas en USD incrementa ligeramente el impacto del dólar en la cuenta de resultados

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

Escasas contingencias no recogidas en el balance

- Aval (*comfort letter*) por créditos bancarios concedidos a una compañía del Grupo por importe de 120 millones de euros, de los cuales el 50% ya está incluido en el balance de situación del Grupo Altadis
- La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas
- Todos los derivados han sido contabilizados en el Balance de situación (NIIF). Política prudente de coberturas financieras

El riesgo de litigios es limitado y cada vez menor

SITUACIÓN DE ALTADIS:

- Casos en curso: 2 demandas individuales + Junta de Andalucía + 1 demanda individual desestimada por el Juzgado de 1ª Instancia
- 22 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- La demanda de la Junta de Andalucía está en el curso de un largo proceso jurisdiccional que afecta tanto a tribunales civiles como administrativos (en relación con la necesidad de incluir al Estado en el proceso)
- Las sentencias favorables son generalmente claras y tajantes

FACTORES CLAVE Y, CONCRETAMENTE, LA AUSENCIA DE:

- Class actions (hay un proyecto en Francia para permitir estas acciones colectivas)
- 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

(Millones de euros)

	T1'06	T2'06	T3'06	T4'06	2006	T1'07	T2'07	T3'07
Cigarrillos	393,1	425,4	432,1	442,0	1.692,6	413,0	468,2	424,8
Cigarros	212,4	237,8	209,9	227,7	887,8	188,2	224,9	215,7
Logística	279,3	301,7	296,1	313,7	1.190,8	319,3	312,6	307,7
Otros	46,4	54,0	59,5	50,6	210,5	43,4	59,4	69,7
Ajustes	(1,3)	(14,4)	8,7	(4,6)	(11,6)	(32,5)	(59,0)	64,1
Total	929,9	1.004,5	1.006,3	1.029,4	3.970,1	931,4	1.006,1	1.082,0

EBITDA

(Millones de euros)

	T1'06	T2'06	T3'06	T4'06	2006	T1'07	T2'07	T3'07
Cigarrillos	115,5	133,8	143,3	131,3	523,9	150,2	181,2	147,1
Cigarros	66,2	76,2	69,3	69,3	281,0	55,8	74,2	68,9
Logística	62,0	85,5	83,4	79,3	310,2	82,6	77,8	80,1
Otros	(5,0)	3,7	9,3	(0,7)	7,3	(5,8)	1,8	3,5
Ajustes	12,5	-	9,3	3,6	25,4	(15,0)	(12,8)	26,4
Total	251,2	299,2	314,6	282,8	1.147,8	267,8	322,2	326,0