



Resultados



Nueve Primeros Meses 2003



Viernes, 14 de noviembre de 2003

Índice

■ Altadis consigue un crecimiento significativo	página	3
■ Magnitudes y Hechos Principales	página	4
■ Reorganización en marcha	página	6
■ RTM	página	7
■ Cigarrillos	página	9
■ Cigarros	página	18
■ Logística	página	26
■ Magnitudes Financieras	página	32
■ Conclusión	página	39
■ Apéndices	página	42

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)

Altadis consigue un crecimiento significativo: Ebitda + 11,9% (orgánico + 7,2%), EPS + 10,9%

- Durante el tercer trimestre de 2003, Altadis ha mantenido su anterior tendencia de crecimiento y ampliado sus operaciones a Marruecos a través de la adquisición de *Régie des tabacs du Maroc* (RTM).
- A pesar del efecto negativo del tipo de cambio del dólar, las ventas aumentan un 7,0% (orgánico 4,5%) hasta €2.497 millones (+11,6% sin el impacto del dólar).
- El Ebitda, de €807 millones, obtiene un crecimiento del 11,9% (orgánico 7,2%).
- Gracias a la política de recompra de acciones, el beneficio por acción aumenta un 10,9% hasta 121 céntimos de euro mientras que el beneficio neto crece un 8,2%.

Nota : Las cifras de crecimiento orgánico son ex RTM.

Magnitudes y Hechos Principales

% de las ventas
económicas
del Grupo

Cigarrillos 52%

Cigarros 22%

Logística 24%

RTM, Otros y ajustes 2%

**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**

**Monopolio hasta
2008
Cuota de mercado
del 85% con marcas
propias**

Volumen

74,6 bn de unidades ⁽¹⁾

2.523 mn de unidades

€5.914 mn ⁽²⁾

T3: 3,2 bn de unidades

**Ventas
Económicas
(crecimiento)**

**€1.295 mn (+5,1%)
(+ 6,8 % ex impacto del dólar)**

**€550 mn (-4,3%)
(+10,7 % ex impacto del dólar)**

€594 mn (+11,2%)

T3: €59 mn

T3 2003

9 meses 2003

**Grupo
(crecimiento)**

**Ventas Económicas
EBITDA
Beneficio Neto**

€ 904 mn (+13,6%)

€ 317 mn (+20,4%)

€ 134 mn (+8,4%)

€ 2.497 mn (+7,0%)

€ 807 mn (+11,9%)

€ 354 mn (+8,2%)

Plantilla

24.305

bn = mil millones

*(1) Incluyendo 5,0 bn de unidades de marcas concedidas bajo licencia a terceros
(2) ventas contables de Logística*

T3: reducción de inventarios en Cigarrillos, excelente evolución de Cigarros y buenos resultados en Logística

Total ventas económicas: €904 mn +13,6% +17,3% ex impacto del dólar +6,4% orgánico

Cigarrillos

-0,9%

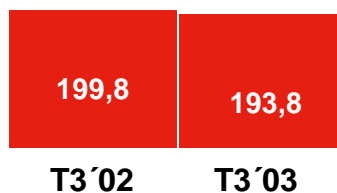


Cigarros

-3,0%

+7,9%

ex impacto dólar

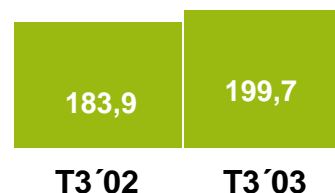


Logística

+8,6%

+7,1%

ex impacto perímetro

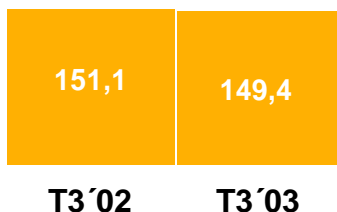


RTM, Otros y ajustes



Ventas Económicas

-1,2%



+0,7%

+15,3%

ex impacto dólar



+5,4%

+4,9%

ex impacto perímetro



Ebitda

Total Ebitda : €317 mn +20,4% +25,3% ex impacto del dólar +7,6% orgánico

Reorganización en marcha

- El último proceso de reorganización, anunciado el pasado mes de julio, será implantando en Europa durante los años 2004 y 2005.
- El cese de actividad propuesto (9 dependencias) daría lugar a una reducción de plantilla estimada de 1.276 empleados.
- El coste total estimado asociado a este proceso ascendería a alrededor de 240 millones de euros.
- Los ahorros anuales recurrentes serían superiores a 70 millones de euros, que se irían obteniendo progresivamente hasta el año 2006. Los ahorros de costes beneficiarían a todas las líneas de negocio: cigarrillos (aproximadamente en un 75% del total), cigarros (aproximadamente en un 20%) y logística (aproximadamente en un 5%).
- Se prevé un incremento de la productividad de alrededor de un 15% en el plazo de dos años.
- Las consultas y negociaciones exigidas por la ley se encuentran en curso.

Régie des Tabacs du Maroc

Actividades

Volumen de mercado: 14.383 mn uds. año completo 2002 **Estancos:** 23.000

Marquise: 4,2 bn unidades / cuota de mercado del 38%
Casa Sport: 3,1 bn unidades / cuota de mercado del 28%
Olympic: 1,4 bn unidades / cuota de mercado del 13%
Anfa: 0,1 bn unidades / cuota de mercado del 1%

9 primeros meses 2003

Cuota de mercado de RTM T3 2003:

- 83% en volumen y 64% en valor
- RTM tiene el monopolio de la distribución y la importación hasta el 1 de enero de 2008

Marcas T3 2003:

- La marca de rubio **Marquise** es la más popular del mercado, con una cuota del 40% en volumen y del 41% en valor
- El tabaco negro aún representa el 39% del mercado en volumen y el 17% en valor, siendo **Casa Sport** y **Olympic** las marcas principales

Régie des Tabacs du Maroc

Magnitudes Financieras

MAGNITUDES PRINCIPALES T3'03

Ventas netas: MAD 798mn (€74mn)

Ebitda: MAD 367mn (€34mn)

Volúmenes:

Marcas RTM: 3,2bn unidades

Marcas internacionales: 0,7bn unidades

SINERGIAS PREVISTAS

€18mn en 2005 - €25mn en 2008

La adquisición se completó el 16 de julio de 2003 con el pago de €1.292 millones, por el 80% de RTM

La adquisición se ha refinanciado mediante una emisión de bonos por €1.100 millones y un préstamo de 3.000 millones de dirhams (€275 mn)

CIGARRILLOS

Marcas principales
Internacionalización
Capacidad de
incrementar precios



52% de las ventas económicas del Grupo

57% del Ebitda del Grupo

Margen de Ebitda: 35,6% de las ventas económicas
(+2,0 puntos)



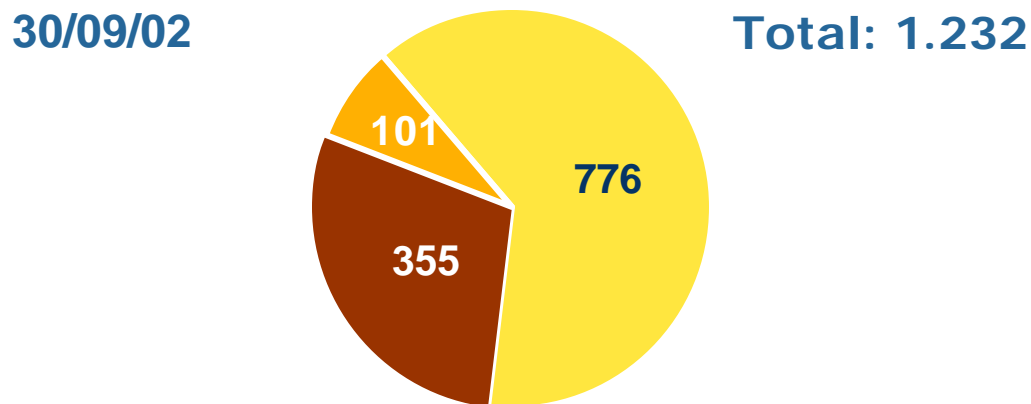
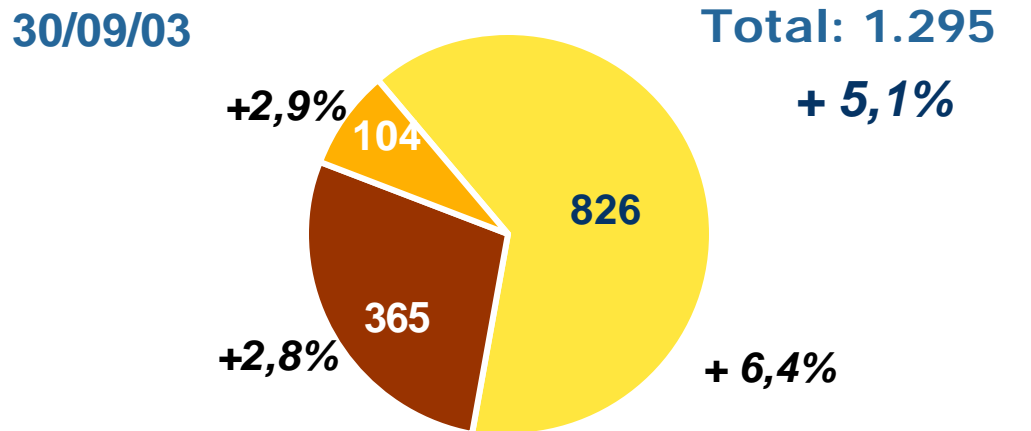
** Los datos de RTM se informan por separado*

Cigarrillos: estrategia de internacionalización

- Capitalización de las dos marcas principales del Grupo, Gauloises Blondes y Fortuna, 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 medio-bajo (España, Francia, Italia, Portugal).
- Uso táctico de marcas locales fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (News, Nobel, Fox, Spike, Fine, Gitanes, Marquise...).
- Estrategia de rentabilización « cash cow » de los cigarrillos negros (Gauloises Brunnes, Ducados, Olympic, Casa Sport).

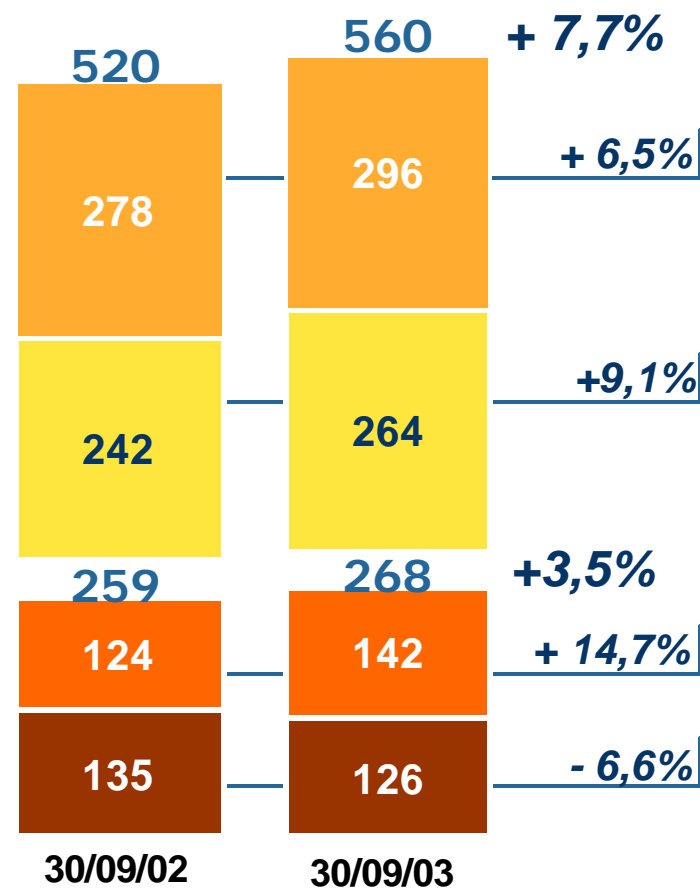
Cigarrillos: crecimiento de las ventas económicas del 5,1%

Segmentos (€mn) y Crecimiento 2002- 2003



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

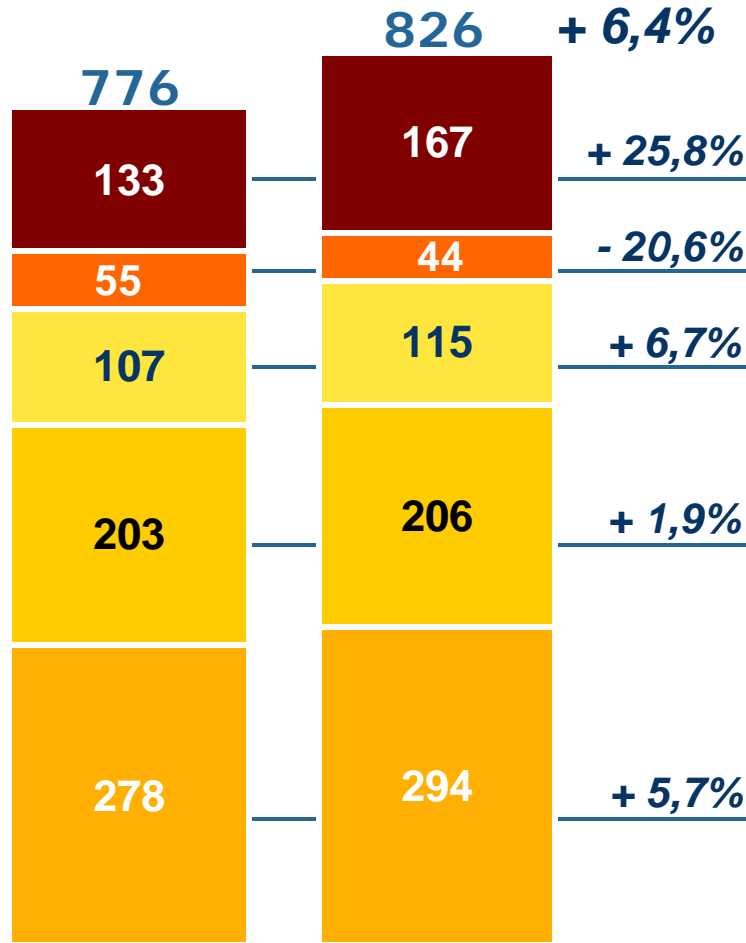
Principales Marcas (€mn) y Crecimiento 2002-2003



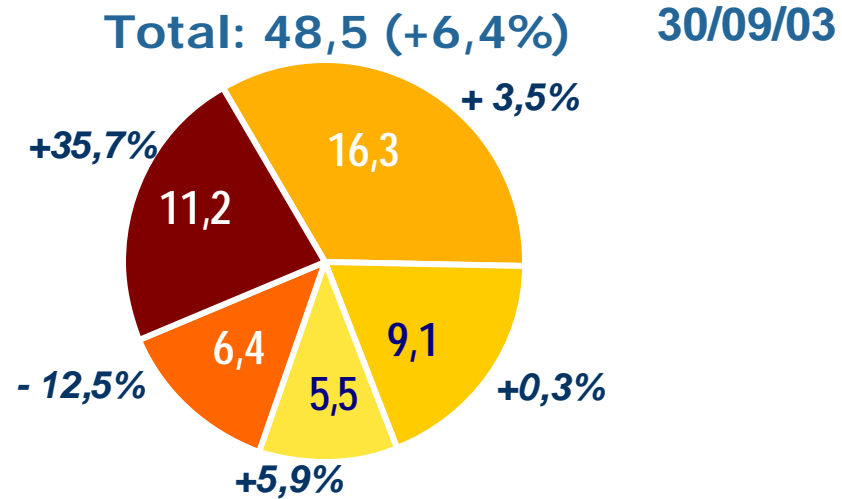
■ Fortuna
■ Gauloises Blondes
■ Ducados
■ Gauloises Brunes

Las ventas de rubio aumentan en un +6,4% impulsadas por las ventas internacionales

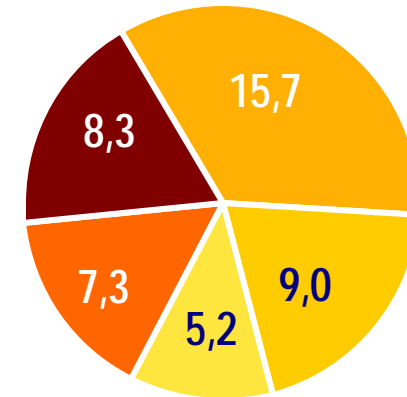
Valor (€mn) y Crecimiento 2002- 2003



Volumen (bn unidades)



Total: 45.5 30/09/02



■ España
 ■ Francia
 ■ Alemania
 ■ Polonia
 ■ Resto del Mundo

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

9 meses de 2002 vs. 2003
(Volumen en bn de unidades)

	2002	2003	Variación
España*			
Volumen	16,2	16,4	+0,6%
Cuota de mercado	29,7%	28,6%	-1,1
Francia*			
Volumen	9,0	9,0	-0,8%
Cuota de mercado	17,5%	18,6%	+1,1
Alemania			
Volumen	5,2	5,5	+5,9%
Cuota de mercado	4,9%	5,4%	+0,5
Italia			
Volumen	0,6	1,5	x2,5
Cuota de mercado	0,8%	2,0%	+1,2
Austria			
Volumen	0,8	0,9	+16,7%
Cuota de mercado	7,4%	7,8%	+0,4
Polonia			
Volumen	7,3	6,4	-12,5%
Cuota de mercado	13,0%	11,8%	-1,2

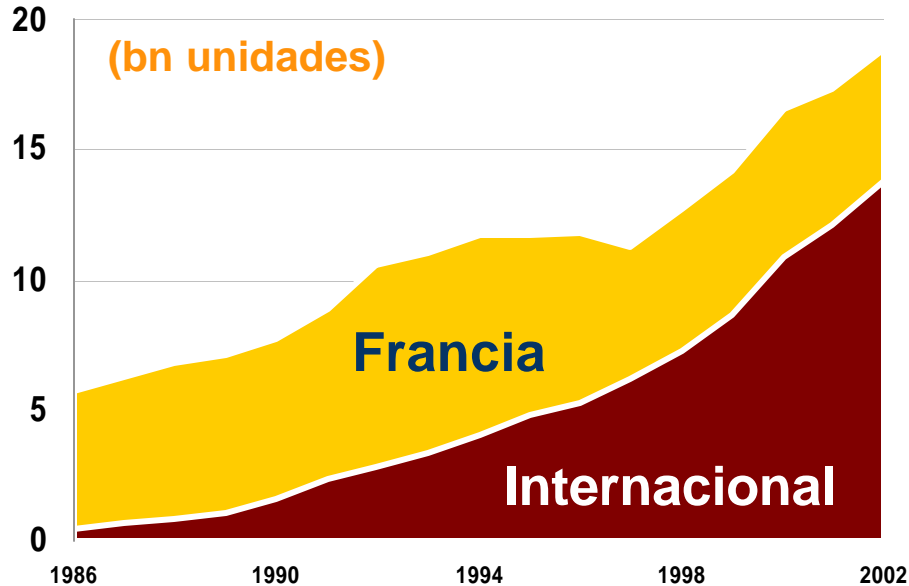
* Las cuotas de mercado pueden diferir de las ventas facturadas al distribuidor

Gauloises Blondes: una marca europea estratégica

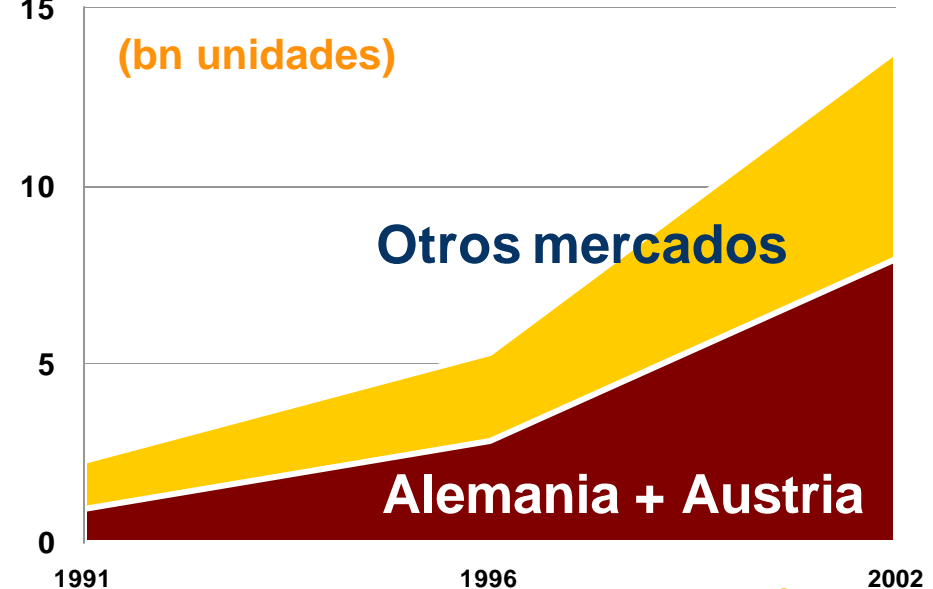


- Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora del nombre de la marca
- Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia
- « Liberté toujours » (Libertad para siempre) como fundamento de la marca
- Precio nivel sub-premium
- Diseño que busca la estética y originalidad
- 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



Gauloises Blondes fuera de Francia



Ventas internacionales de Gauloises Blondes: +17,6% en volumen en los 9 primeros meses de 2003

9 meses de 2002 vs. 2003

(Volumen en mn unidades)

(Ventas en €mn)

	2000	2001	2002	2003	Var. % 03-02	TAM ⁽¹⁾ (03-00)
Alemania						
<i>Volumen</i>	3.908	4.632	5.091	5.408	6,2%	11,4%
<i>Ventas</i>	85,0	103,8	106,1	113,5	7,0%	10,1%
Resto de Europa						
<i>Volumen</i>	1.901	2.390	2.527	3.124	23,6%	18,0%
<i>Ventas</i>	34,3	44,4	49,3	59,6	20,9%	20,2%
Oriente Próximo						
<i>Volumen</i>	-	182	945	1,044	10,5%	ns
<i>Ventas</i>	-	2,7	13,6	12,8	-5,9%	ns
Resto del mundo						
<i>Volumen</i>	1.768	995	822	1.460	77,6%	-6,2%
<i>Ventas</i>	21,0	15,2	12,8	18,9	47,7%	-3,5%
Total (sin incluir Francia)						
<i>Volumen</i>	7.577	8.199	9.385	11.036	17,6%	13,4%
<i>Ventas</i>	140,3	166,1	181,8	204,8	12,7%	13,4%

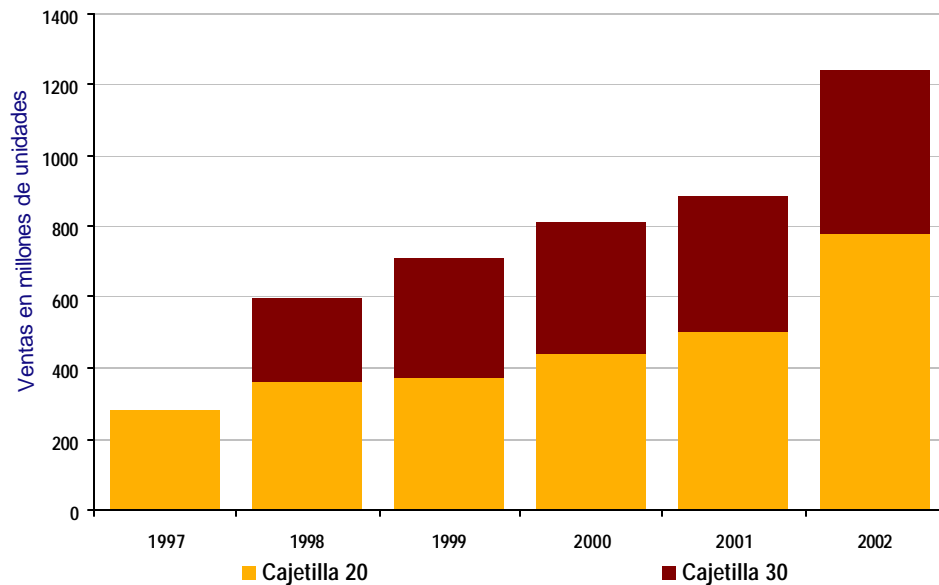
(1) Tasa Acumulada Media de crecimiento

Fortuna: potencial para obtener crecimiento regional

- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas
- Fuerte potencial frente a otras marcas internacionales con imágenes de menor fuerza
- Fuerte potencial frente a marcas locales populares, a menudo mucho menos atractivas
- Precio medio-bajo
- Oferta atractiva de valor añadido a su principal *target*: 18/25 años, hombre/mujer urbanos

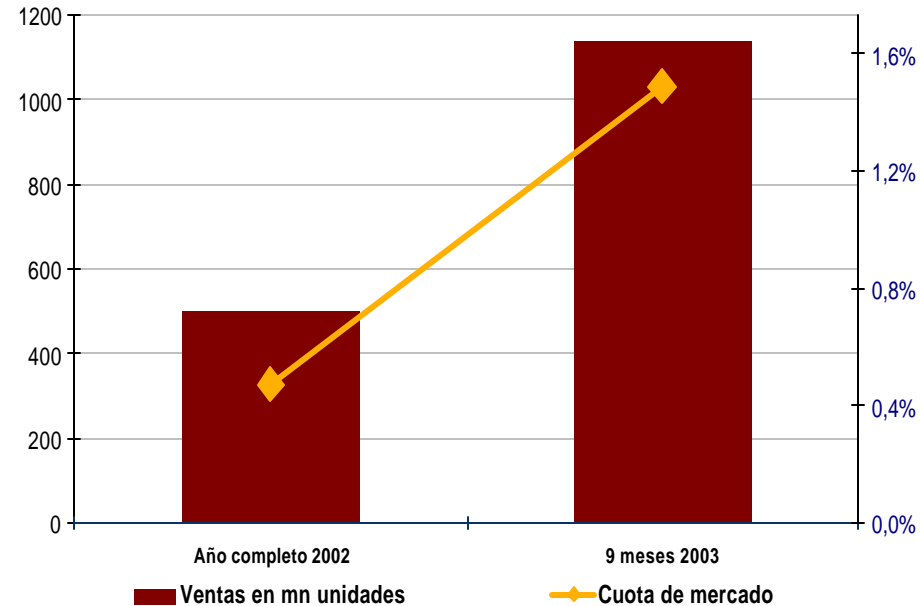
España: Fuerte base inicial – Marca líder con una cuota de mercado del 22,2%

Francia: Crecimiento desde 1997



Cuota de mercado en Francia 9 primeros meses 03: 1,6%

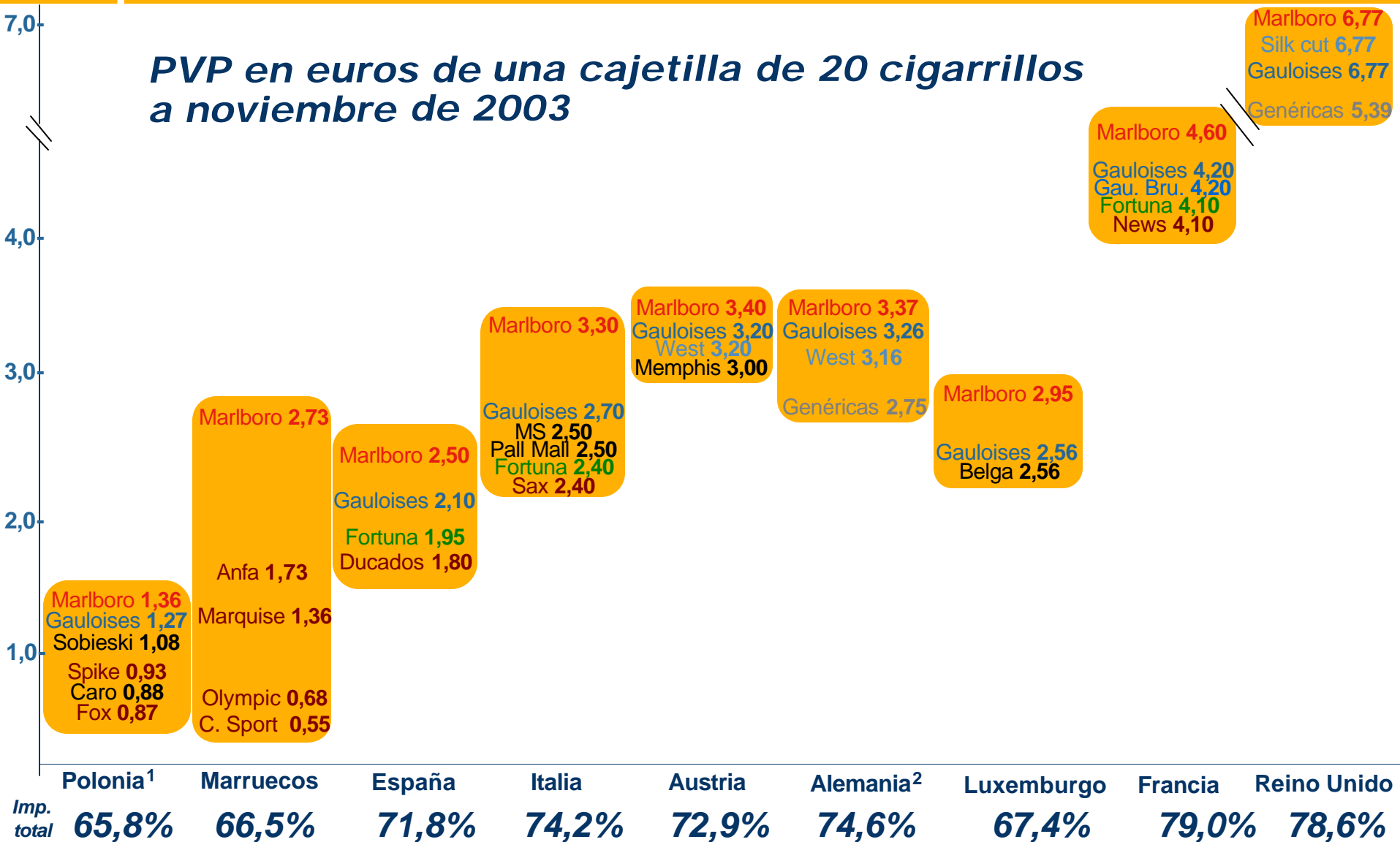
Italia: Rápido y pronuncado aumento



Cuota de mercado en Italia 9 primeros meses 03: 1,5%

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

PVP en euros de una cajetilla de 20 cigarrillos a noviembre de 2003



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

¹ PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 25 cigarrillos, los precios son Caro: € 1,10 y Fox: € 1,09 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,40

² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 19 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son € 3,20, € 3,10, € 3,00 y € 2,60, respectivamente

CIGARROS

Liderazgo mundial
Crecimiento del
Ebitda del 20,5%
excluyendo el
impacto del dólar

22% de las ventas económicas del Grupo
17% del Ebitda del Grupo
Margen de Ebitda: 24,5% de las ventas económicas
(+1,0 punto)

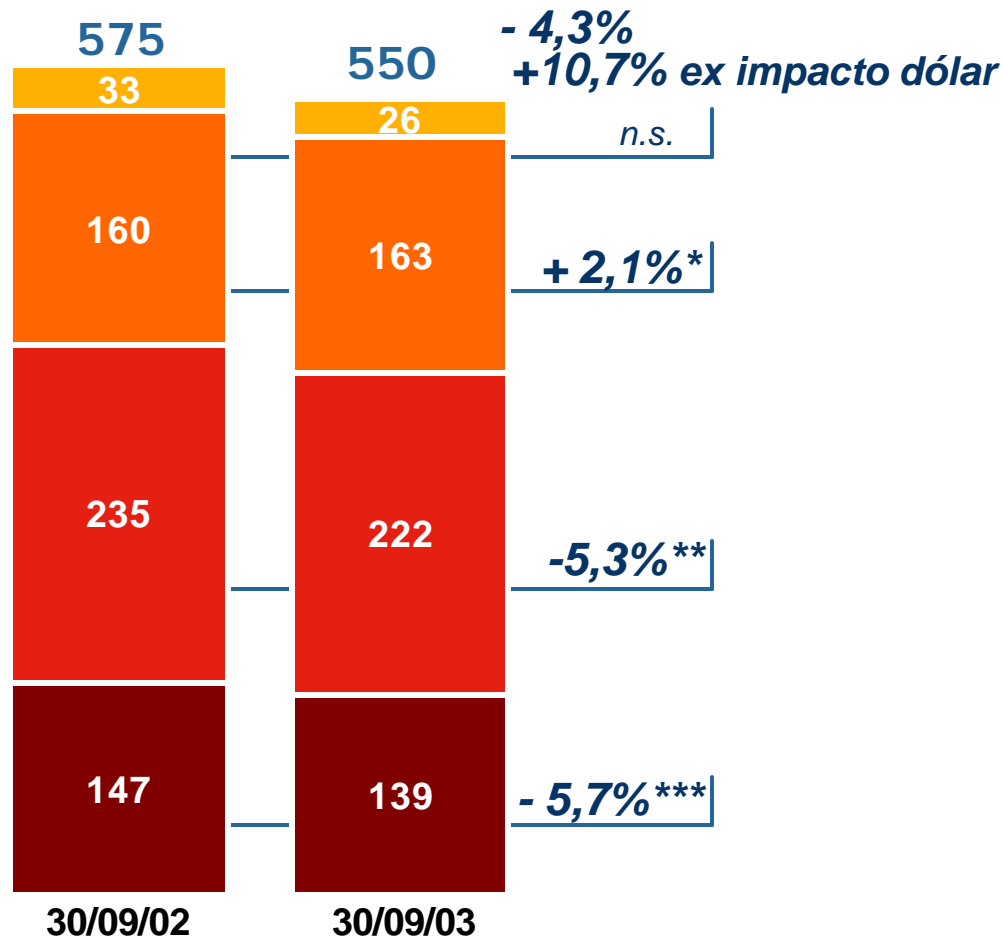


Cigarros: estrategia de liderazgo

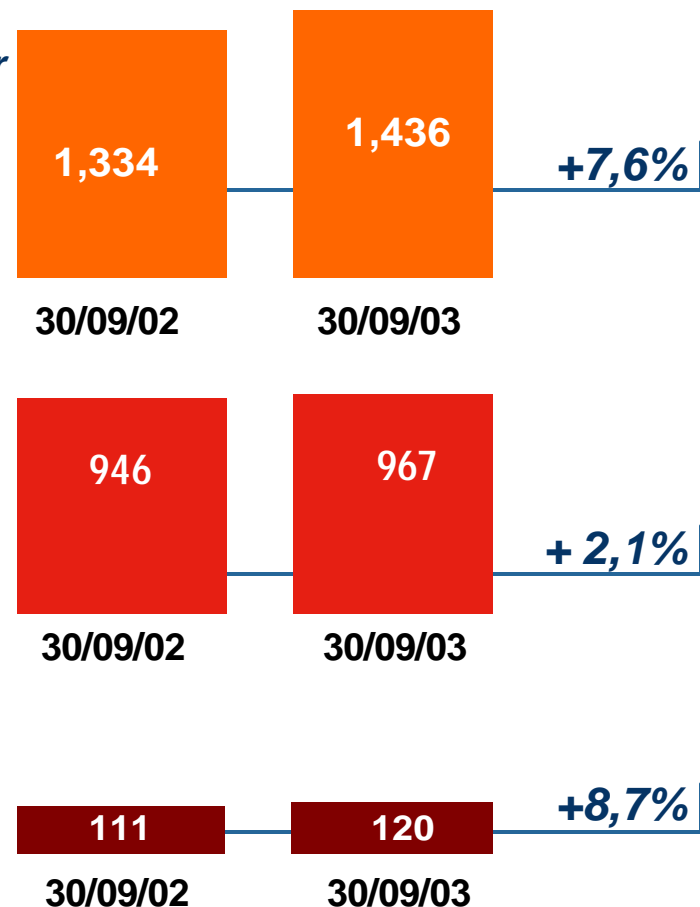
- Reforzar el liderazgo en los EE.UU., con el correspondiente lanzamiento de productos y la política de precios
- Mayor expansión de los prestigiosos cigarros cubanos, aprovechando el alto potencial de las marcas más importantes del mundo
- Unificar posiciones de liderazgo (EE.UU., marcas cubanas, España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

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

Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (mn unidades)

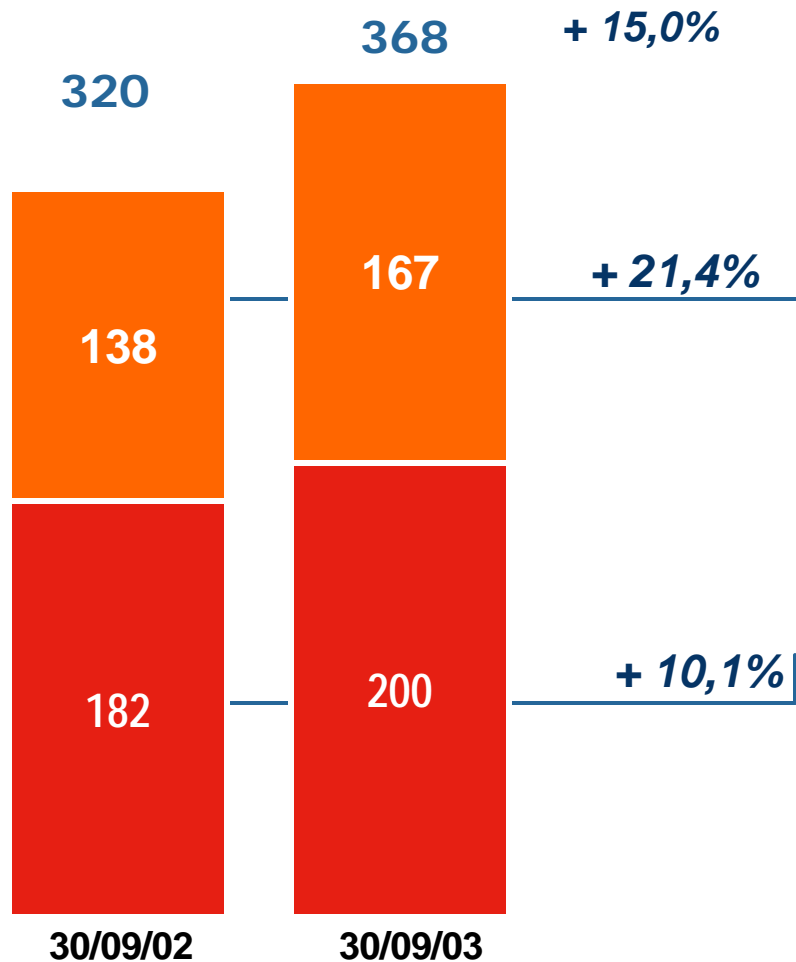


■ Premium y Habanos (50%)
 ■ Natural
 ■ Mass (Popular + Little)
 ■ Otras ventas

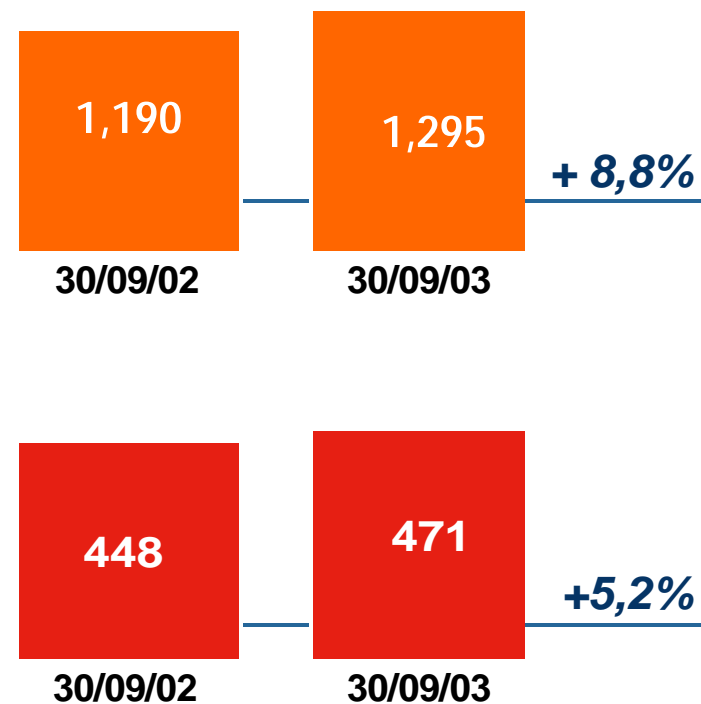
Excluyendo el impacto del dólar: * +21,5%, ** +6,5% y *** +10,9%

EE.UU.: crecimiento excepcional de las ventas del +15,0% en dólares

Valor (USDmn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (mn unidades)



■ Premium y Natural

■ Mass (Popular + Little)

Éxito con una nueva línea de cigarros



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



La marca PHILLIES en 9 meses de 2003

- Crecimiento en volumen del 24%
- 69% de las ventas del segmento *popular* de Altadis



800 JR CIGAR

- El 10 de Octubre, Altadis adquirió una participación mayoritaria en 800 JR Cigar
- 800 JR Cigar es el principal distribuidor mayorista y minorista de cigarros *premium* en EE.UU.
- Sus negocios principales son:
 - Distribución de cigarros por catálogo
 - 3 centros de venta en Carolina del Norte
 - 8 tiendas en el noreste de EE.UU.
- Acuerdo de opción de compra/venta para las acciones restantes a partir de 2008

Ventas Económicas 2002: \$62mn

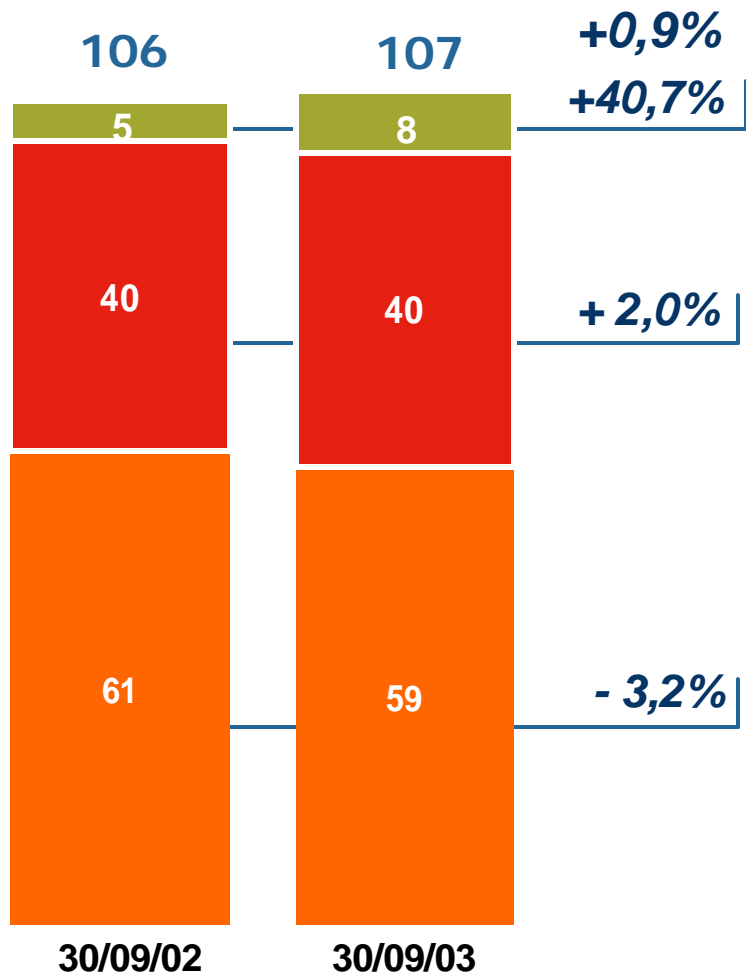
La adquisición crea valor desde el inicio (no es dilutiva)

Cigarros cubanos: más cerca del cambio en las tendencias

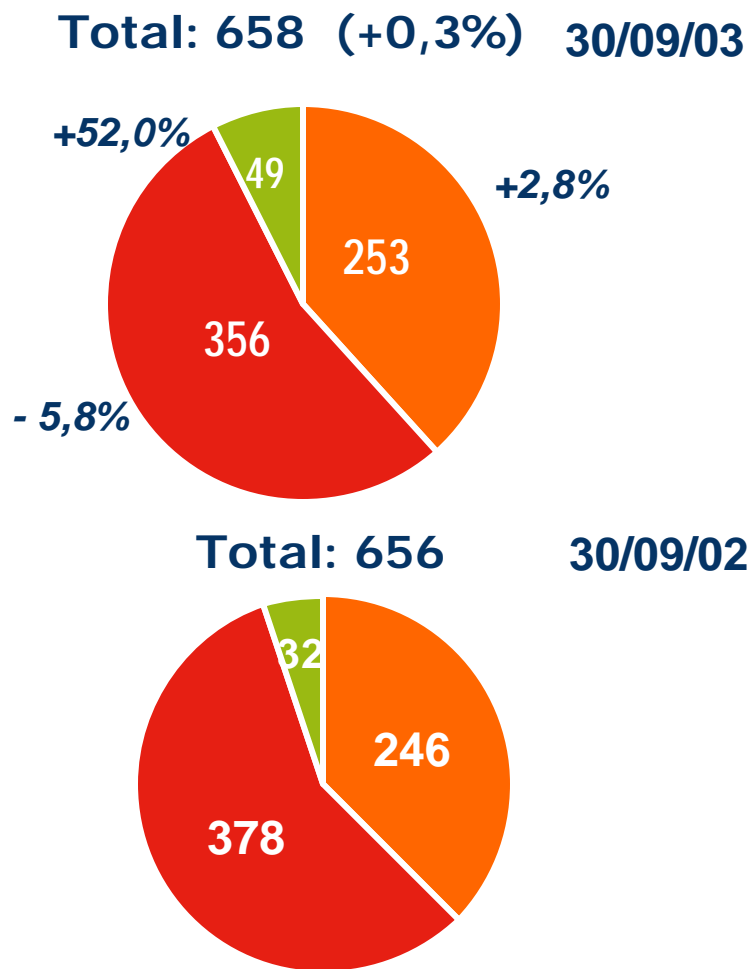
- A pesar de la actual inestabilidad del entorno (al igual que para el sector de artículos de lujo, viajes y ocio) las ventas de cigarros cubanos, no obstante, han aumentado un 13% en dólares.
- El margen de EBITDA ha crecido en más de 4 puntos.
- Política comercial activa ampliando líneas (con ediciones limitadas) y diseñando marcas

Europa: progresiva recuperación en España

Valor (€mn) y
Crecimiento 2002-2003



Volumen (mn unidades)



■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones

LOGÍSTICA



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

24% de las ventas económicas del Grupo

22% del Ebitda del Grupo

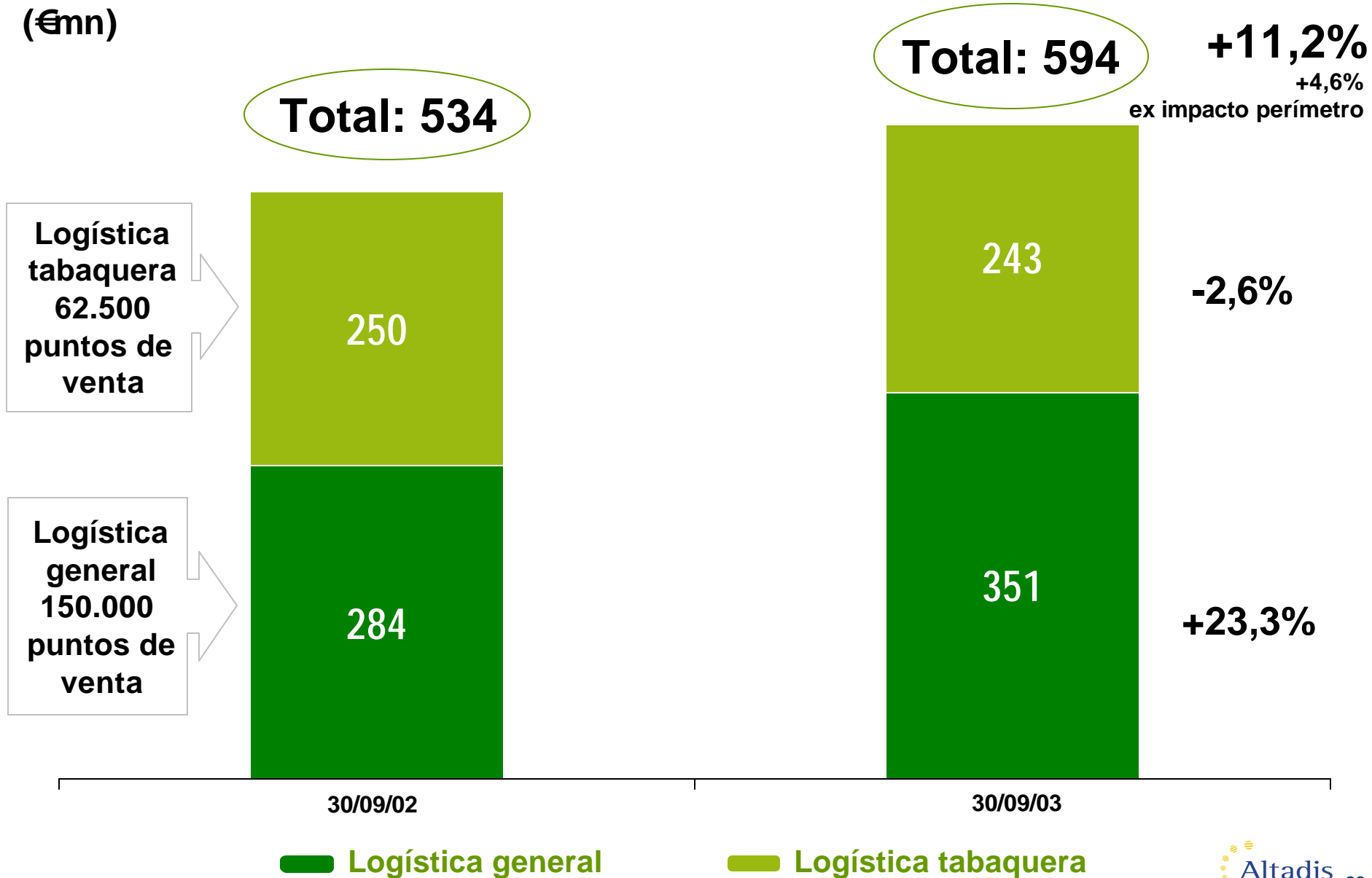
Margen de Ebitda: 29,4% de las ventas económicas
(-1,8 puntos)

Estrategia de logística: aplicación de 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 la logística general
- Concentrarse en servicios logísticos para nichos de mercado con elevados márgenes
- Optimizar los medios operativos.

Logística: incremento de las ventas económicas del 11,2%

(€mn)



Logística tabaquera: impacto de la evolución de los volúmenes

Número de puntos de venta

62.500

<i>Ventas económicas (€mn)</i>	30/09/02	30/09/03	Variación
España y Portugal	120,5	120,1	- 0,4%
Francia	130,0	127,6	- 1,9%
Eliminaciones	-0,8	-4,5	
TOTAL	249,7	243,2	- 2,6%

Logística general: +11,0% sin el efecto del cambio de perímetro

Número de puntos de venta

150.000

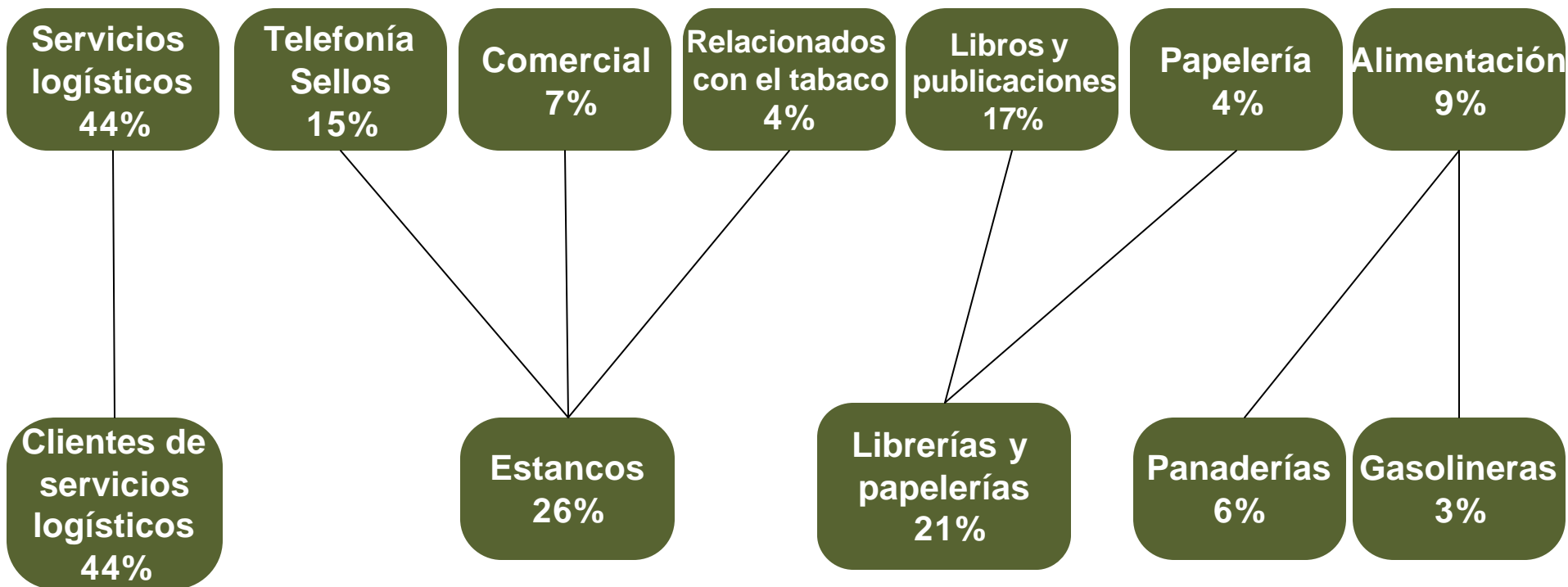
<i>Ventas económicas (€mn)</i>	30/09/02	30/09/03	Variación
España y Portugal*	170,4	225,8	+ 32,5%
Francia	114,0	124,9	+ 9,6%
TOTAL	284,4	350,7	+ 23,3 % +11,0 % ex impacto del perímetro

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

Logística general: productos y canales

Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la logística general (no tabaquera) de los 9 primeros meses de 2003

LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES



MAGNITUDES FINANCIERAS

Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad en los nueve primeros meses de 2003

9 meses de 2002 vs 2003

(€mn)

Ventas económicas: +163

Crecimiento orgánico: +176

Perímetro: +95

Tipo de cambio: -108

Otros: 0

- +7,5% Crecimiento de volúmenes internacionales, diferentes precios y evolución de volúmenes en Francia
- RTM y Burgical
- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

- +5,7% Precios, mix, control de costes

Crecimiento orgánico: +45

- Reestructuración 2002 y sinergias de la fusión

Reestructuración y Sinergias: +32

- RTM y Burgical

Perímetro: +41

- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

Tipo de cambio: -32

Otros: 0

Ebitda: +86

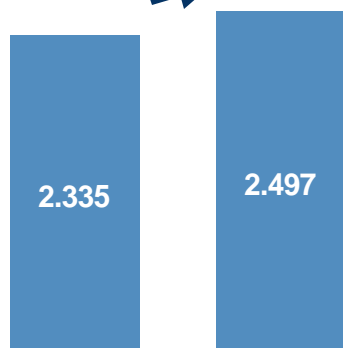
Crecimiento del margen de Ebitda hasta el 32,3%

9 meses de 2002 vs 2003

(€mn)

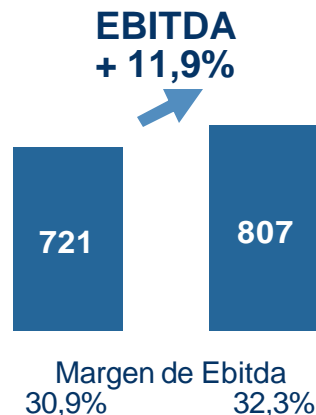
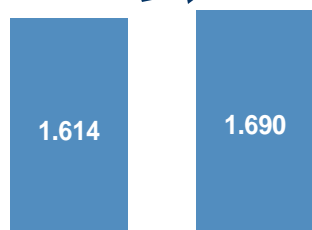
Ventas Económicas

+ 7,0%



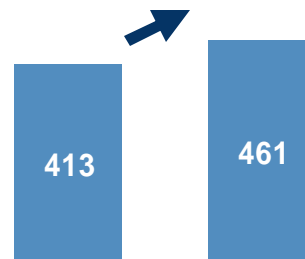
Gastos de Explotación

+ 4,8%

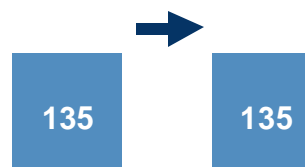


Desglose del EBITDA

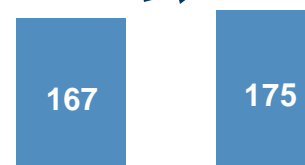
Cigarrillos + 11,5%



Cigarros - 0,5%
+ 20,5% ex impacto dólar



Logística + 4,9%



RTM, Otros y ajustes n/s



Incremento de las ventas del 5,1% de 1.232 a 1.295 €mn

Incremento del margen de Ebitda de 2,0 puntos hasta el 35,6%
Incrementos de cuotas de mercado
Subida de precios
Crecimiento de volúmenes de rubio
Impacto positivo de la reestructuración

Aumento de las ventas del 10,7% ex impacto del dólar, descenso en euros del 4,3% de 575 a 550 €mn

Incremento del margen de Ebitda de 1,0 punto hasta el 24,5%
Fuerte aumento de las ventas en EE.UU.
Impacto negativo del dólar
Vuelta a tendencia de crecimiento de Habanos
Efecto positivo de la reestructuración

Incremento de las ventas del 11,2% de 534 a 594 €mn

Disminución del margen de Ebitda de 1,8 puntos hasta el 29,4%
Dilución por adquisiciones
Crecimiento orgánico de la logística general
Optimización de costes

Primera consolidación de RTM (T3 2003)

EBITDA: +11,9% hasta €807 millones

9 meses de 2002 vs 2003
(€mn)

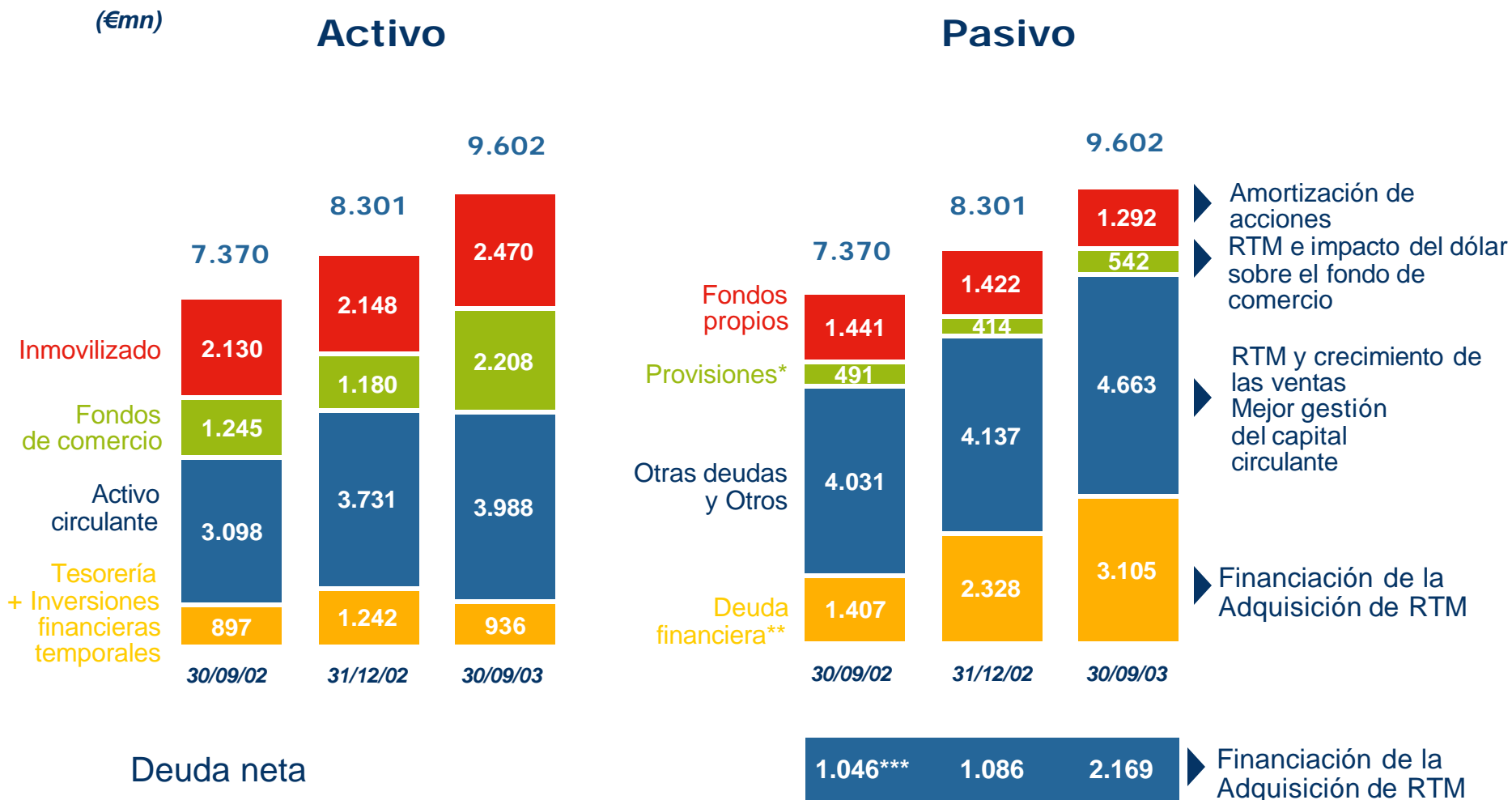
	2002	2003	Variación***
<i>Ventas Económicas</i>	2.334,5	2.497,4	+ 7,0%
EBITDA*	720,9	806,7	+ 11,9%
EBITA	639,1	720,2	+12,7%
Beneficio de explotación (EBIT)	606,7	693,2	+ 14,2%
<i>Resultados Financieros</i>	(27,3)	(49,2)	- 80,2%
<i>Amortización del Fondo de Comercio</i>	(71,0)	(87,6)	- 23,4%
<i>Empresas Asociadas por puesta en equivalencia</i>	21,0	3,8	- 81,9%
<i>Resultados Extraordinarios</i>	(15,1)	(6,8)	+ 55,1%
Beneficios Antes de Impuestos	514,3	553,4	+ 7,6%
<i>Impuesto sobre Sociedades</i>	(160,1)	(167,3)	- 4,4%
<i>Intereses Minoritarios</i>	(27,3)	(32,5)	- 18,8%
Beneficio Neto del Grupo	326,9	353,6	+ 8,2%
Beneficio por Acción (en céntimos de euro)	109	121	+ 10,9%
Promedio de acciones (millones)**	298,9	291,6	2,5% (reducción)

* Ebitda: Ebit + depreciación y amortización de marcas y otros activos inmateriales

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

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

Aumento del balance de situación por la adquisición de RTM



* incluye provisiones + diferencias negativas de consolidación + socios externos

** incluye deudas a corto y largo plazo

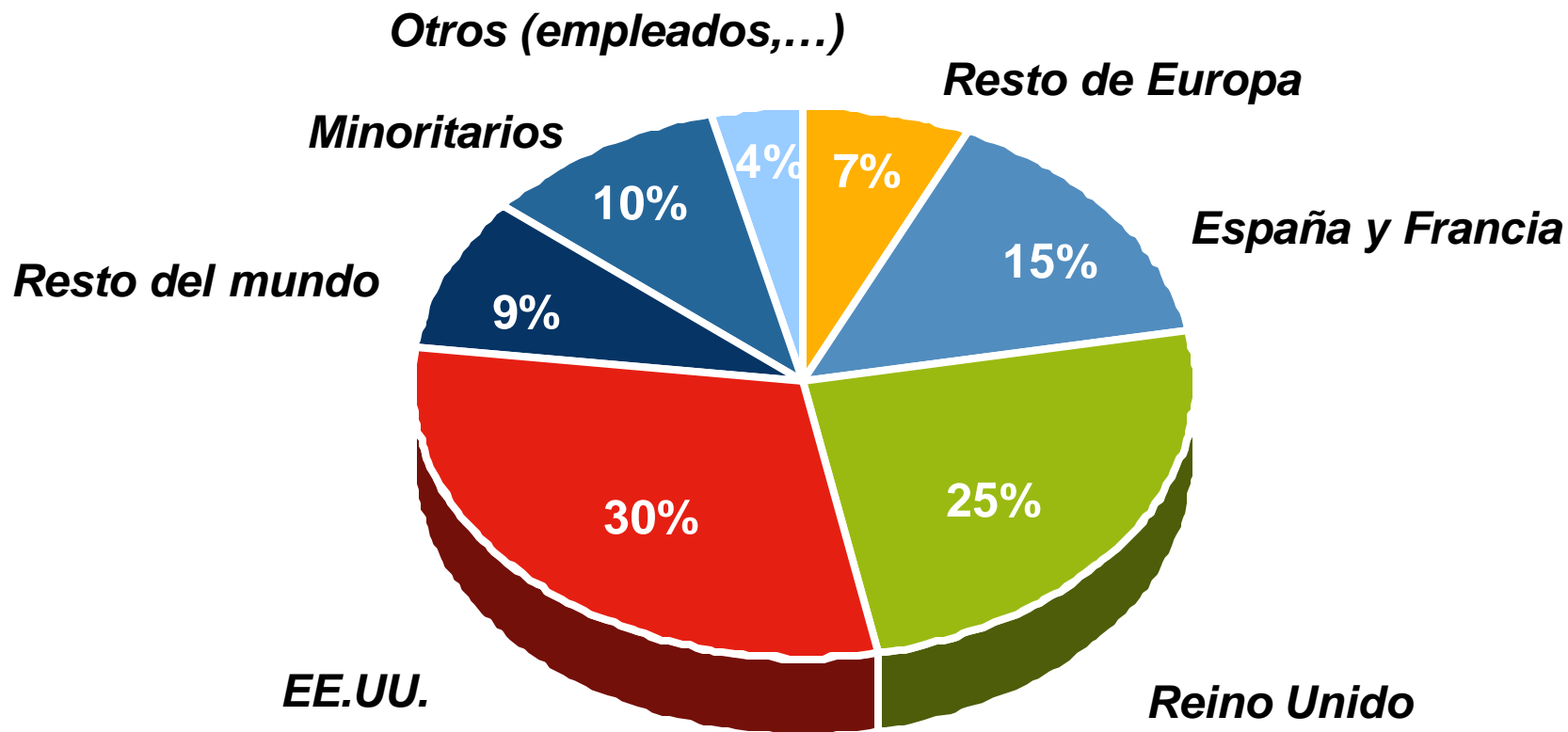
*** incluye titulización de deudas a cobrar a estanqueros por € 537 mn

Un flujo de caja alto y recurrente con una muy buena evolución del capital circulante en 2003

9 meses de 2002 vs 2003	(€mn)	2002	2003
<i>Ebitda</i>		721	807
<i>Diferencias de conversión + Variación capital circulante</i>		(180)	248
Flujo operativo (Ebitda + Dif. de conversión + Var. capital circulante)		541	1.055
<i>Pago por impuesto de sociedades</i>		(155)	(189)
<i>Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios</i>		(45)	(34)
Flujo de caja de las actividades ordinarias		341	832
<i>Pagos por inversiones</i>		(61)	(90)
<i>Crédito a los estanqueros</i>		(102)	(32)
<i>Adquisiciones e inversiones financieras</i>		(32)	(1.320)
<i>Ingresos por desinversiones</i>		92	12
Flujo de caja de las actividades de inversión		(103)	(1,430)
<i>Pagos por los intereses financieros</i>		(28)	(37)
<i>Dividendos netos</i>		(185)	(192)
<i>Compra de acciones (de compañías del Grupo)</i>		(137)	(158)
Flujo de caja de las actividades de financiación		(350)	(387)
Cambio neto en caja y equivalentes		(112)	(985)
Posición financiera neta inicial		(948)	(1.086)
<i>Deuda neta de compañías adquiridas</i>		-	(107)
<i>Cambio neto de caja</i>		(112)	(985)
<i>Impacto por fluctuación del tipo de cambio en la deuda bancaria</i>		14	9
Posición financiera neta final		(1.046)	(2.169)
Flujo de caja libre*		178	721

* Flujo de caja libre = flujo de caja de las actividades ordinarias – gasto de capital en mantenimiento de activos fijos (€61 mn en 2002 y €79 en 2003) – crédito a los estanqueros

Un accionariado internacional



- Aproximadamente 100 inversores representan el 85% del accionariado institucional
- Más de 200.000 accionistas minoritarios

Nota: cifras estimadas

CONCLUSIÓN



Generar valor a nuestros accionistas

- Potencial de crecimiento, en ventas y resultados
- Transparencia e información relevante facilitada al mercado
- Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo con una política de distribución de resultados de alrededor del 50%, como referencia (en el primer semestre de 2003 se han pagado 70 céntimos de euro por acción)
- Mejora del apalancamiento financiero tras completarse el proceso de adquisición de RTM
- Recompra y amortización de acciones de compañías del Grupo. En junio, la Junta General de Accionistas amortizó un 4,9% y autorizó una nueva recompra de otro 5%. Recompra de aproximadamente un 2,5% prevista para antes de junio de 2004.
- Potencial para adquisiciones: conocimiento y capacidad financiera para realizar adquisiciones de importancia estratégica y creadoras de valor



Apéndices

- Calendario Corporativo - Contactos
- Reorganización
- Preparados para enfrentarnos a un entorno más regulado
- Gobierno corporativo
- Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados
- Mercados totales de cigarrillos español y francés
- Ventas de cigarrillos negros
- Ventas de picaduras
- Gauloises Blondes en Europa Occidental
- Internacionalizando Fortuna
- Ventas de cigarros de Altadis por mercados
- Una cartera completa de marcas de cigarros para los Estados Unidos
- Evolución de los fondos propios
- Emisión de bonos de Altadis
- Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- Escasas contingencias no recogidas en el balance
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales 2003
- Datos trimestrales 2002

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

26 de febrero de 2004	Resultados anuales 2003
1er trimestre 2004	Pago del dividendo a cuenta
Mayo 2004	Informe Anual
13 de mayo de 2004	Resultados primer trimestre 2004
15 de junio de 2004	Junta General de Accionistas (Madrid)
15 de junio de 2004	Reunión de Accionistas (París)
2º trimestre 2004	Pago del dividendo complementario
30 de agosto de 2004 (fecha provisional)	Resultados primer semestre 2004
10 de noviembre de 2004 (fecha provisional)	Resultados 9 primeros meses 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

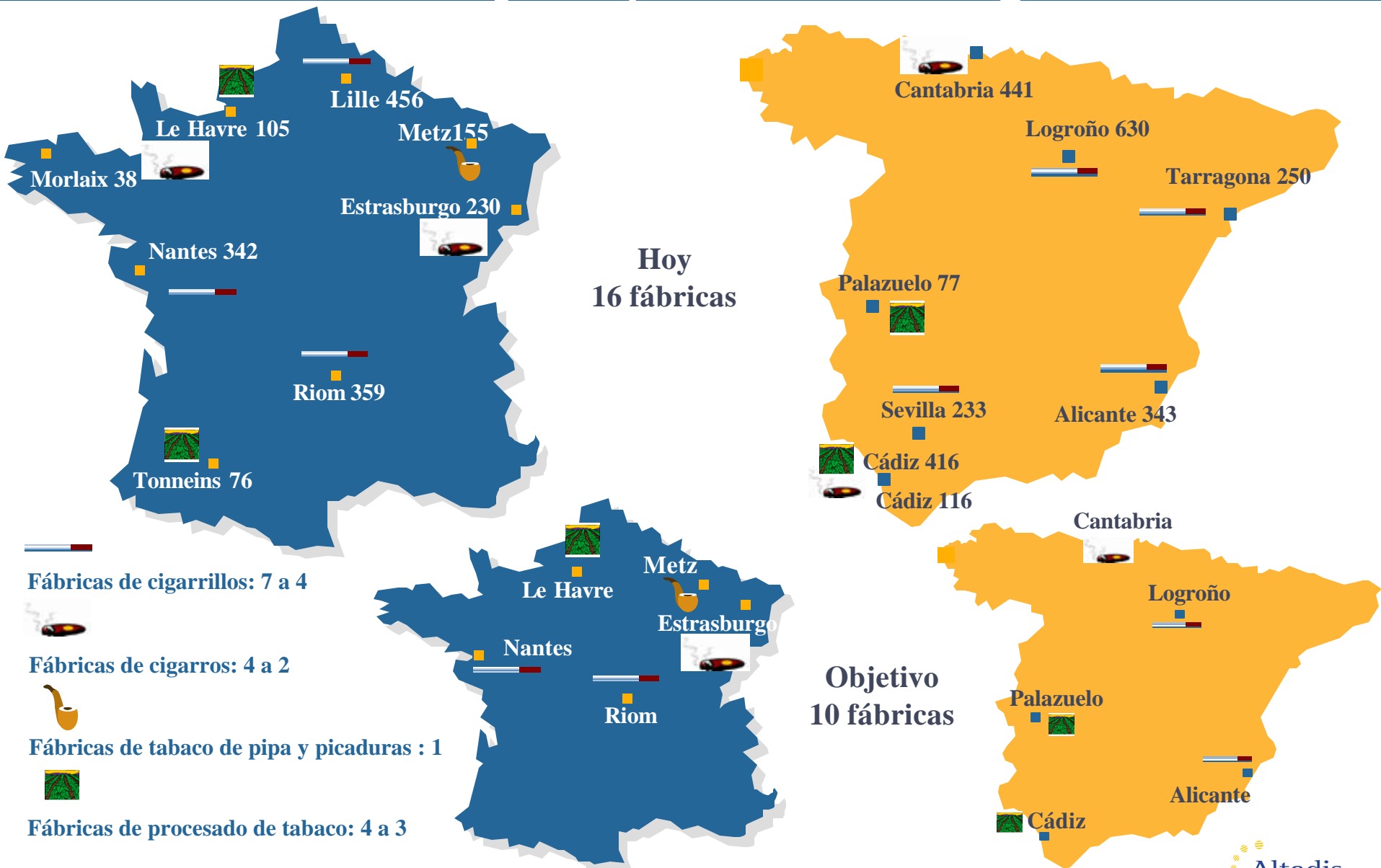
Director Adjunto de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 92 91

E-mail: paozalla@altadis.com

Situación actual y después de la reorganización



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

Preparados para enfrentarnos a un entorno más regulado

Altadis ya aplica o está preparada para aplicar la nueva normativa:

- La directiva « Byrne » de la UE sobre etiquetado (advertencias y descriptores) está siendo aplicada desde septiembre de 2003 a los cigarrillos y se aplicará a partir de septiembre de 2004 a los 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 (actualmente apelada por el Gobierno alemán)
- Tratado OMS (mayo de 2003): principalmente dirigida a países con un bajo nivel de normativa reguladora.

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: 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 de adaptación a las nuevas normas contables efectivo a partir del 31 de diciembre de 2004

- Un informe sobre Gobierno Corporativo incluido en el Informe Anual de 2002

Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

	30/09/02	30/09/03	Var. %
VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)			
Rubio	45,5	48,5	+6,4%
Negro	21,1	18,5	-12,0%
Picaduras	2,8	2,6	-5,7%
Total	69,4	69,6	+0,3%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)			
Gauloises Blondes	13,7	14,8	+8,5%
Fortuna	13,6	14,6	+7,4%
Rubio	27,3	29,4	+7,9%
Ducados	10,2	9,4	-7,6%
Gauloises Dark	6,4	5,3	-16,9%
Negro	16,6	14,7	-11,2%

	30/09/02	30/09/03	Var. %
VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)			
España	27,3	27,0	-1,2%
Francia	19,4	17,6	-9,0%
Alemania	5,6	5,8	+5,1%
Polonia	7,3	6,4	-12,5%
Resto de Europa	4,7	6,3	+33,1%
Resto del Mundo	5,1	6,5	+27,2%
Total	69,4	69,6	+0,3%

VENTAS POR MERCADOS (€mn)			
España	422	459	+8,6%
Francia	425	420	-1,3%
Alemania	115	122	+5,9%
Polonia	55	44	-20,6%
Resto de Europa	90	113	+28,1%
Resto del Mundo	75	85	+12,3%
Otras ventas	50	52	n.s.
Total	1.232	1.295	+5,1%

Mercados totales de cigarrillos español y francés: evoluciones diferentes

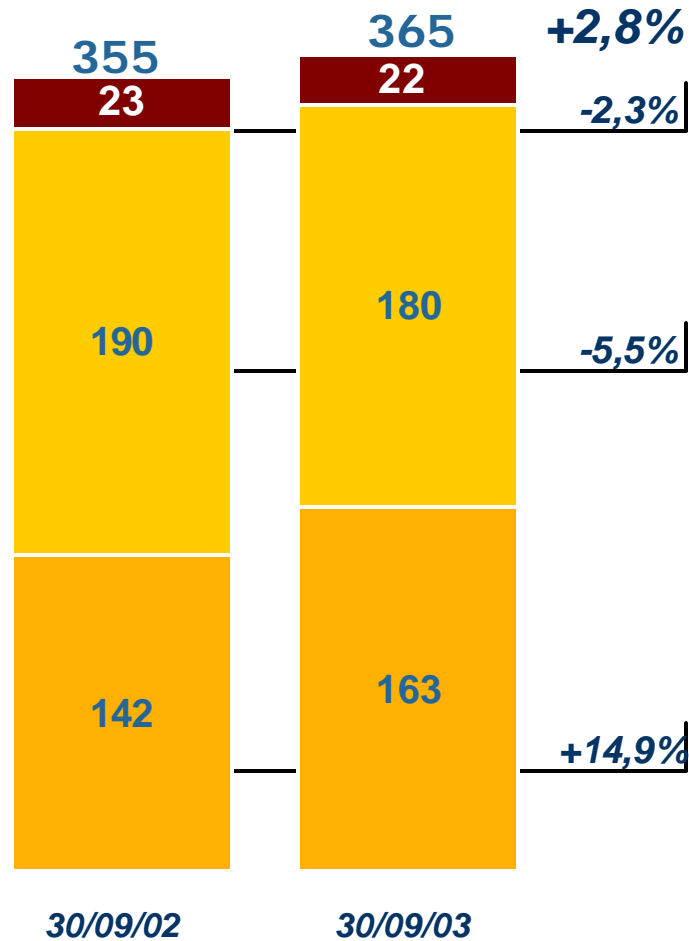
(Volumen en bn unidades,
valor en €mn)

		30/09/02	30/09/03	Var. %
MERCADO TOTAL ESPAÑOL				
Volumen	Rubio	54,5	57,3	+5,0%
	Negro	13,6	12,1	-10,7%
	Total	68,1	69,4	+1,9%
Valor	Rubio	1.079	1.159	+7,4%
	Negro	165	182	+10,2%
	Total	1.244	1.341	+7,8%
MERCADO TOTAL FRANCÉS				
Volumen	Rubio	51,5	48,2	-6,4%
	Negro	8,6	6,9	-19,3%
	Picaduras	5,2	5,1	-1,8%
	Total	65,3	60,2	-7,7%
Valor	Rubio	1.364	1.340	-1,7%
	Negro	188	177	-5,9%
	Picaduas	102	105	+3,3%
	Total	1.654	1.622	-1,9%

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

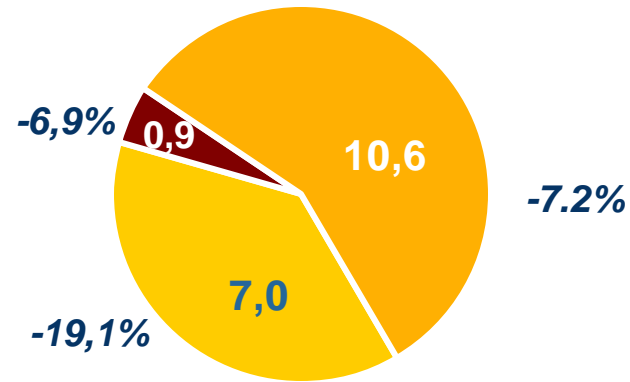
Ventas de cigarrillos negros: crecimiento del 2,8% a pesar del descenso en volumen

Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



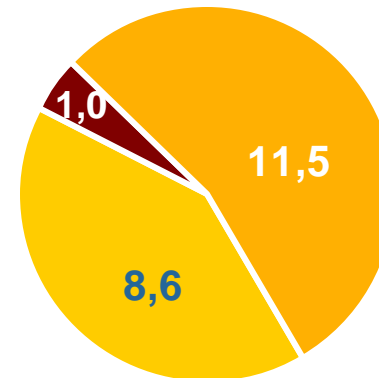
Volumen (bn unidades)

Total: 18,5 (-12,0%) 30/09/03



Total: 21,1

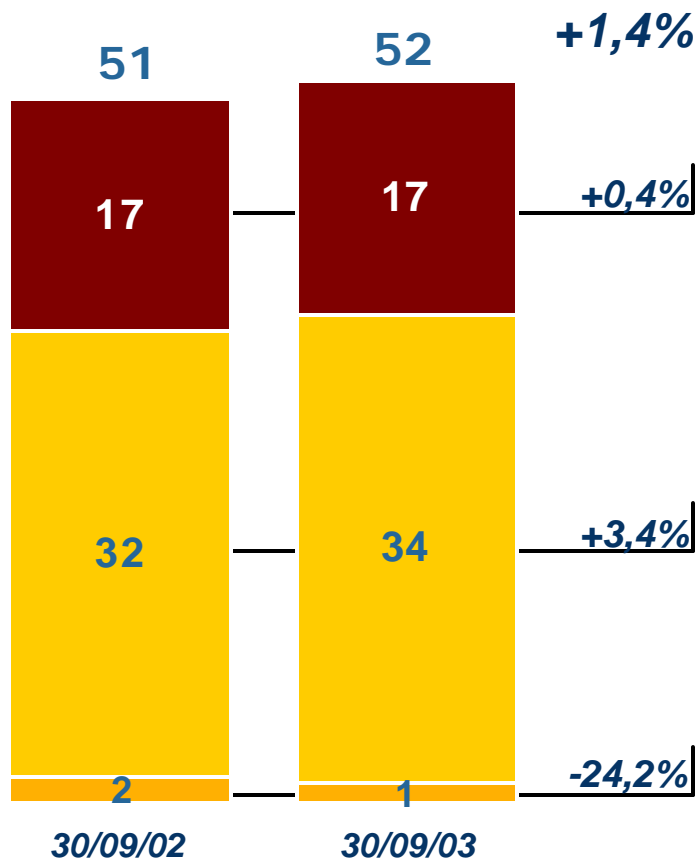
30/09/02



■ España
 ■ Francia
 ■ Internacional

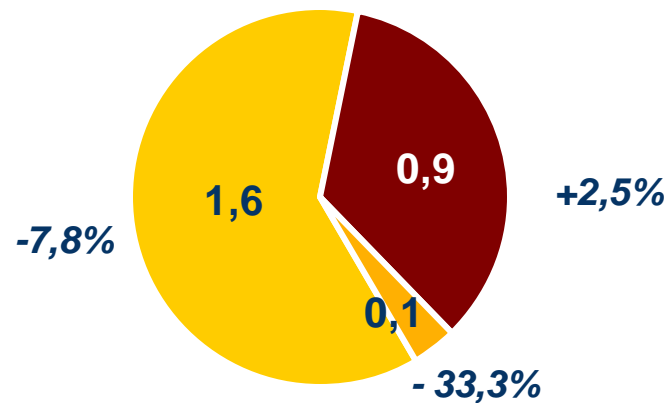
Ventas de picaduras

Valor (€mn) y
Crecimiento 2002- 2003

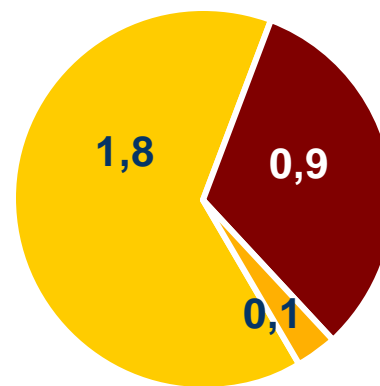


Volumen (bn unidades)

Total: 2,6 (-5,7%) 30/09/03



Total: 2,8 30/09/02



■ España
 ■ Francia
 ■ Internacional

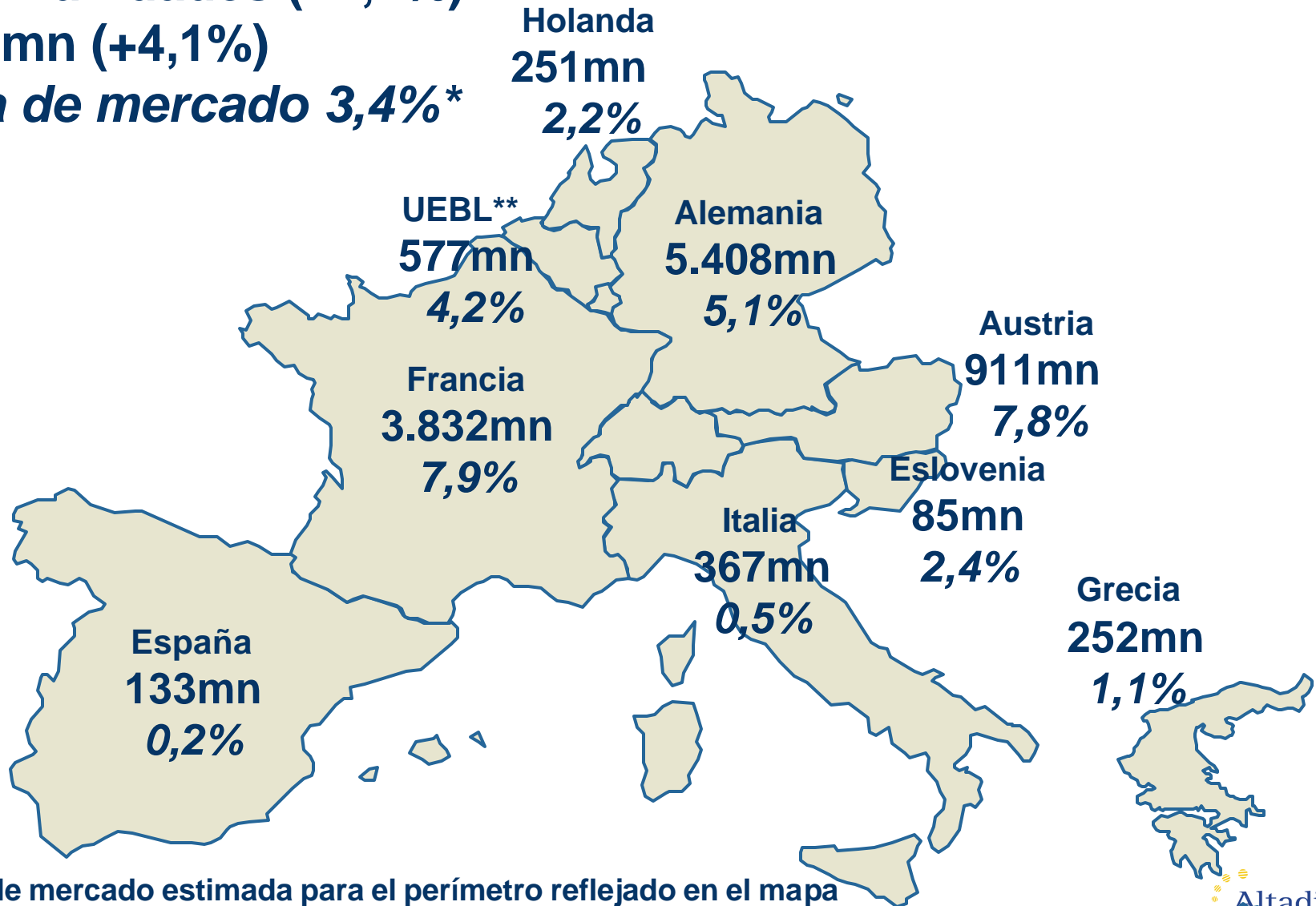
Gauloises Blondes en Europa Occidental: 11,8 billones de unidades y creciendo

11,8 bn unidades (+1,4%)

€255 mn (+4,1%)

Cuota de mercado 3,4%*

9 primeros meses 2003



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

** Unión Económica de Bélgica y Luxemburgo

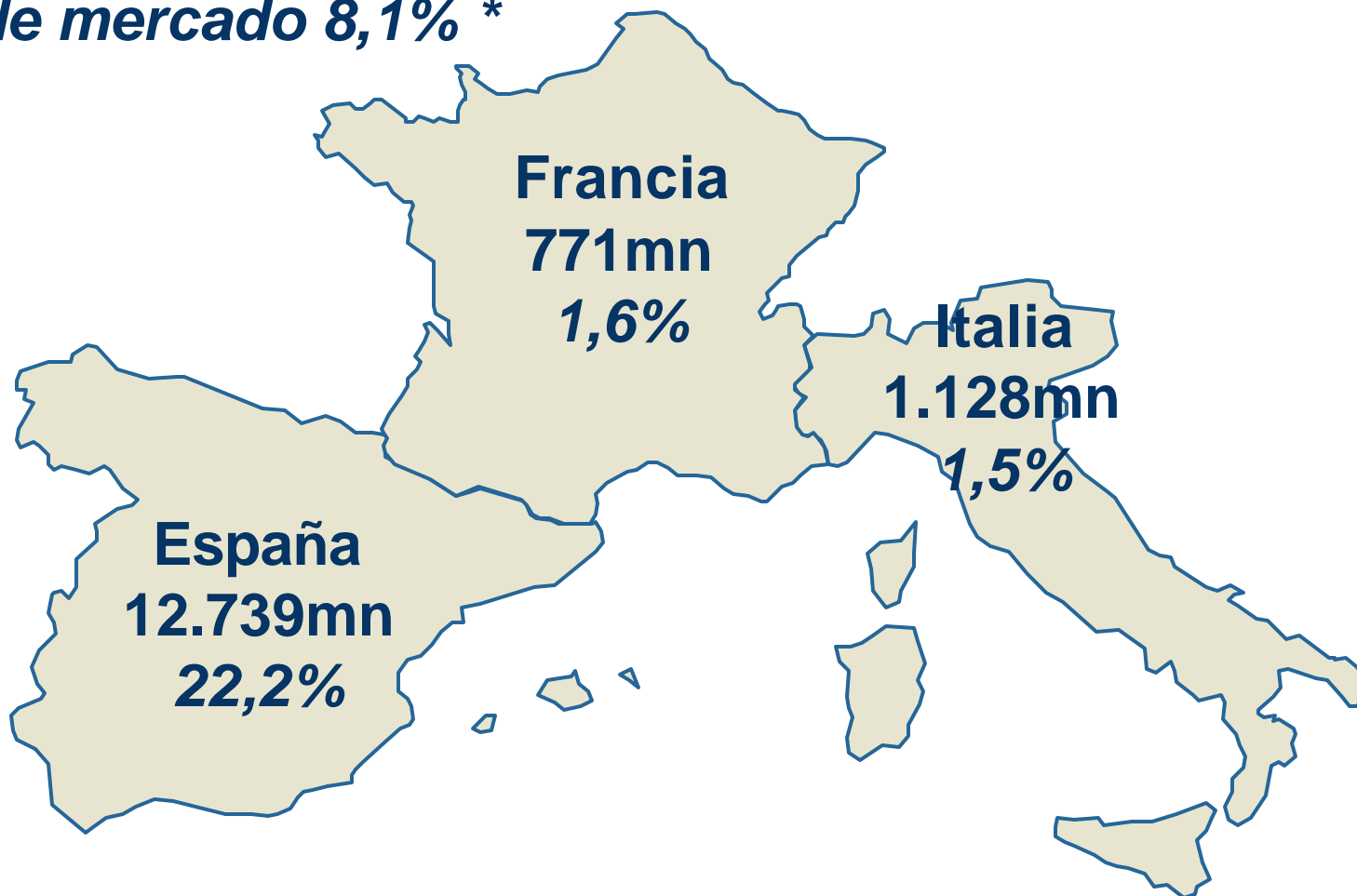
Internacionalizando Fortuna

14,6 bn unidades (+5,2%)

€265 mn (+5,9%)

Cuota de mercado 8,1% *

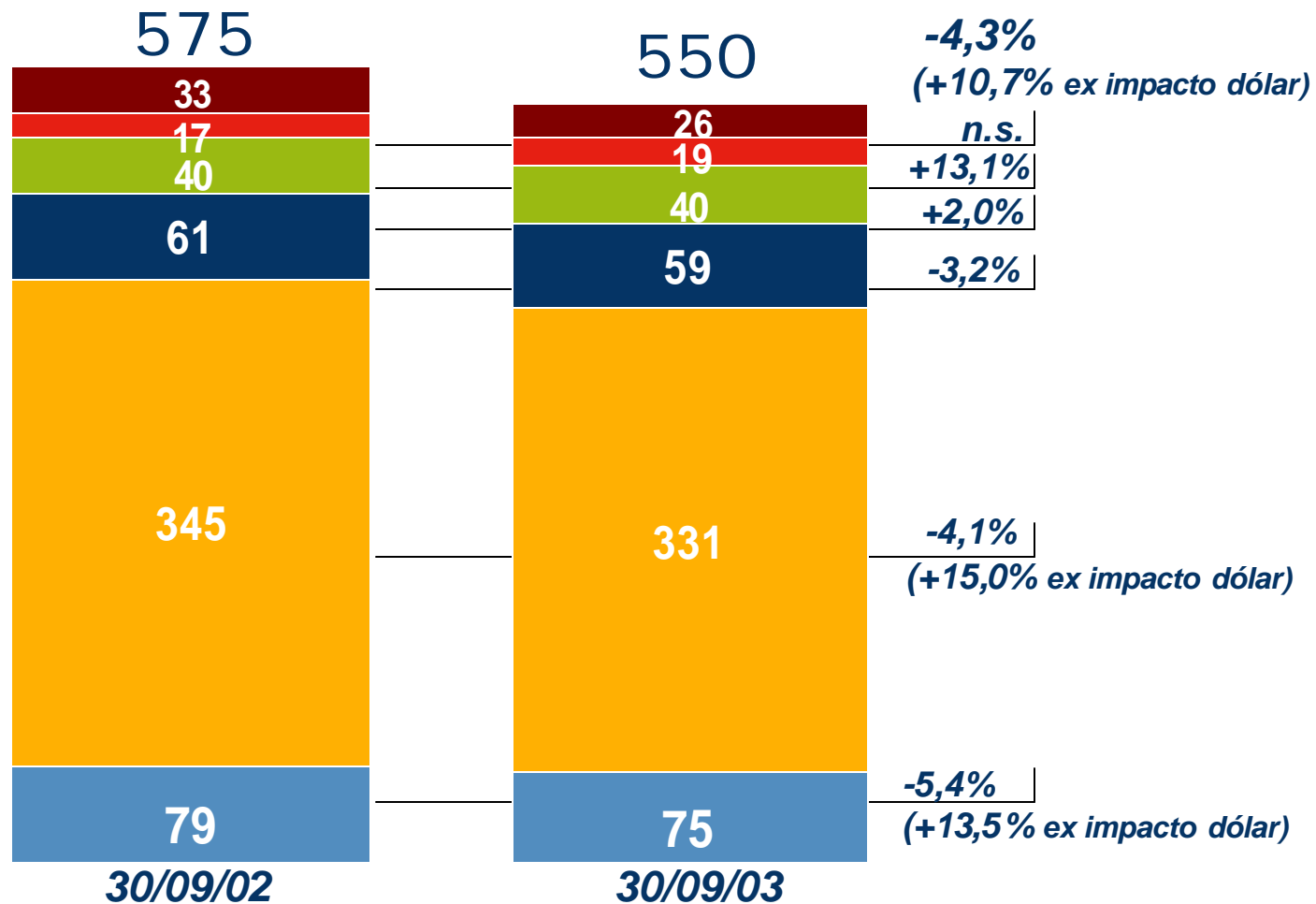
9 primeros meses 2003



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

Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 10,7% excluyendo el impacto USD

Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



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

Una cartera completa de marcas de cigarrillos 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 0,32-1,06

POPULAR

- Dutch Masters
- Phillies
- Havatampa
- Muriel

Rango de precios*: USD 0,27-0,42

LITTLE

- Havatampa
- Dutch Treats
- Muriel
- Omega

Rango de precios*: <USD 0,04-0,08

** PVP promedio*

Fondos propios de € 1.292 mn por el pago del dividendo, la amortización de acciones y las diferencias de conversión

(€mn)

Fondos propios
30/09/03

Beneficio neto
9 primeros
meses 03

1.776

354

204

129

151

Fondos propios
31/12/02

1.422

Dividendo
pagado

Diferencias
de
conversión

Recompra
y
amortización
de
acciones

1.292

Emisión de bonos de Altadis por aproximadamente € 1 bn

- Para financiar la adquisición de RTM, Altadis
 - obtuvo un préstamo sindicado en dirhams (€ 275 mn)
 - obtuvo € 1.030 mn mediante un préstamo puente pre-negociado.
- El 2 de octubre, Altadis lanzó una emisión de bonos en Luxemburgo para refinanciar el préstamo puente
- El importe fue de € 1.100 mn dividido en dos tramos:
 - € 600 mn a pagar en 5 años / cupón: 4,250% / *spread* 63 puntos básicos
 - € 500 mn a pagar en 10 años / cupón: 5,125% / *spread* 84 puntos básicos
- El emisor fue Altadis Finance B.V., con la garantía de Altadis, S.A., la sociedad matriz
- BBVA, CSFB, HSBC (coordinador), Lehman Brothers y SG CIB actuaron conjuntamente como entidades colocadoras y Credit Lyonnais como *senior co-lead*
- La emisión fue calificada:
 - BBB+ por Standard & Poor's
 - Baa1 por Moody's

Exposición limitada al tipo de cambio del dólar

A

Actividad en la zona del euro

Exposición neta: USD - 120 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 (*swaps*):
 - 3,44% para €537 millones (2003)
 - 1,97% para €450 millones (2004)
 - Interés variable para €500 millones (2003-2013)
 - 1,73% para USD 84 millones (2003)
- 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 265 millones a \$1,17/€ (2004)
 - Futuro de compra de USD 67 millones a \$1,17/€ (2004)
- Marruecos: opción de compra/venta para el 20% restante de *Régie des Tabacs* por aproximadamente € 323 mn en 2007/2008
- Otros:
 - 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
 - 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:

- Casos en curso: 10 demandas individuales + 3 de asociaciones de enfermos de cáncer de laringe + Junta de Andalucía + CPAM Saint Nazaire
- 15 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- En la demanda de la Junta de Andalucía, el Tribunal de Apelaciones ha devuelto el proceso al Tribunal Civil (en vez del Contencioso-Administrativo).
- Las sentencias favorables son a menudo tajantes, como la del caso Gourlain en septiembre de 2001, o más recientemente, el caso Loupias. Algunas han sido recurridas.

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 2003

Ventas económicas 2003

(€mn)

	T1	T2	T3	9 meses 2003
Cigarrillos	406,5	472,9	415,2	1.294,6
Cigarros	163,2	193,1	193,8	550,1
Logística	192,7	201,5	199,7	593,9
RTM, otros y ajustes	-11,1	-25,6	95,5	58,8
Total	751,3	841,9	904,2	2.497,4

EBITDA 2003

(€mn)

	T1	T2	T3	9 meses 2003
Cigarrillos	142,4	169,2	149,4	461,0
Cigarros	36,6	46,0	52,0	134,6
Logística	54,2	58,7	62,0	174,9
RTM, otros y ajustes	-9,5	-8,3	54,0	36,2
Total	223,7	265,6	317,4	806,7

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	-7,2	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	1,9	-8,8	-3,5
Total	210,2	247,1	263,5	250,2	971,1