



# Resultados 9 primeros meses 2001

[www.altadis.com](http://www.altadis.com)



# Introducción



# Altadis ha obtenido un crecimiento en línea con sus objetivos



- † Crecimiento de las ventas económicas del 7,8%
- † Crecimiento del Ebitda del 14,9%  
Crecimiento del Beneficio de Explotación del 19,4%
- † Las tres líneas de negocio han contribuido al crecimiento
- † Se confirma el objetivo de crecimiento del Ebitda del 15-20% para el año completo de 2001



# Magnitudes Principales del 3er trimestre y 9 primeros meses de 2001



	Cigarrillos	Cigarros	Logística
<b>Posición en el Mercado</b>	† N° 3 en Europa Occidental † N° 1 en España † N° 2 en Francia	† N° 1 Mundial	† 141.000 puntos de venta en Europa Occidental
<b>Volumen</b>	† 71,4 bn <sup>(2)</sup> de unidades	† 2.391 mn de unidades	† €5.914 mn <sup>(1)</sup>
<b>Ventas Económicas (Crecimiento)</b>	† €1.209 mn (+ 3,0%)	† €569 mn (+ 10,6%)	† €429 mn (+ 9,5%)

Grupo €mn	3er Trimestre	9 primeros meses
	Ventas Económicas:	€778 mn (+ 6,4%)
EBITDA:	€235 mn (+ 18,5%)	€662 mn (+ 14,9%)
Beneficio Neto:	€92 mn (n.s.)	€269 mn (n.s.)
Plantilla:	20.642 empleados	

(1) Valor bruto de productos vendidos

(2) 1 bn = mil millones

## † Tras dos importantes reestructuraciones

- † En Francia, como resultado del plan *Performance 2001* previo a la fusión
- † En EEUU, como resultado de la fusión de las dos filiales de cigarros

## † En 2001 se inició una importante reestructuración en España

- † Reducción de plantilla de alrededor de 2000 empleados en un plazo de 2 años
  - † Reducción de 880 empleados hasta finales de octubre de 2001
  - † Coste total de 316 millones de euros
  - † Beneficios recurrentes totales de 83 millones de euros
- |              |              |              |
|--------------|--------------|--------------|
| 2001: €20 mn | 2002: €50 mn | 2003: €83 mn |
|--------------|--------------|--------------|

# El 65% de las sinergias mínimas previstas obtenidas en 2001



- † Rango de sinergias totales para 2003: € 70 mn a € 100 mn
- † Beneficios de más de € 45 mn a finales de 2001 (€ 15 mn en 2000)
  - † El ejemplo de Altadis USA es significativo con una reducción de plantilla de 1.650 empleados y beneficios de €20 mn
- † Se han obtenido otras sinergias procedentes de:
  - † la fusión de las compras (mayor poder negociador con proveedores para el tabaco, materiales no-tabaqueros, tecnología... )
  - † la fusión de las infraestructuras comerciales de Francia y España
  - † la fusión de las estructuras
- † Se esperan otras sinergias adicionales procedentes de :
  - † Fusión de los sistemas informáticos
  - † Otros beneficios procedentes de las compras
  - † Mayor optimización de las estructuras



# Cigarrillos

**El negocio de cigarrillos combina el desarrollo de las principales marcas, la internacionalización y la capacidad de incrementar los precios.**

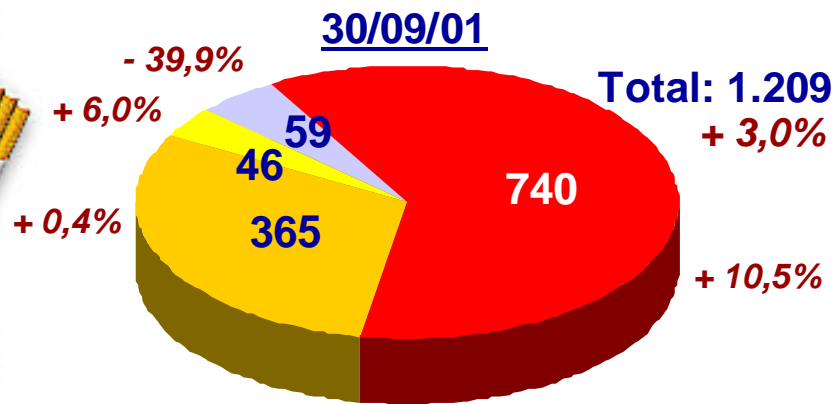
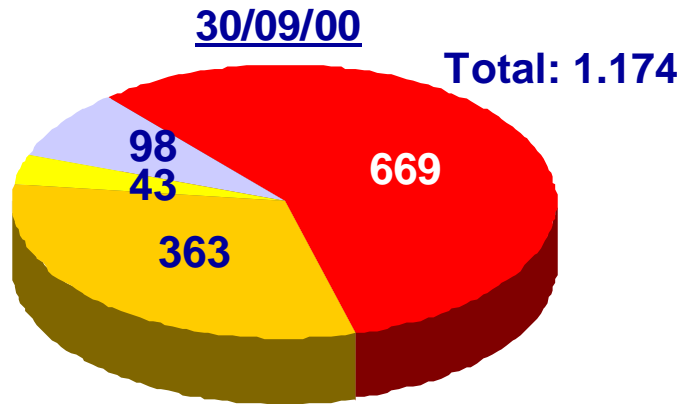
**54% de las ventas económicas del Grupo**  
**60% del Ebitda del Grupo**  
**Margen del Ebitda: 33% de las ventas económicas**



# Crecimiento del 12,1% de las ventas netas de las principales marcas

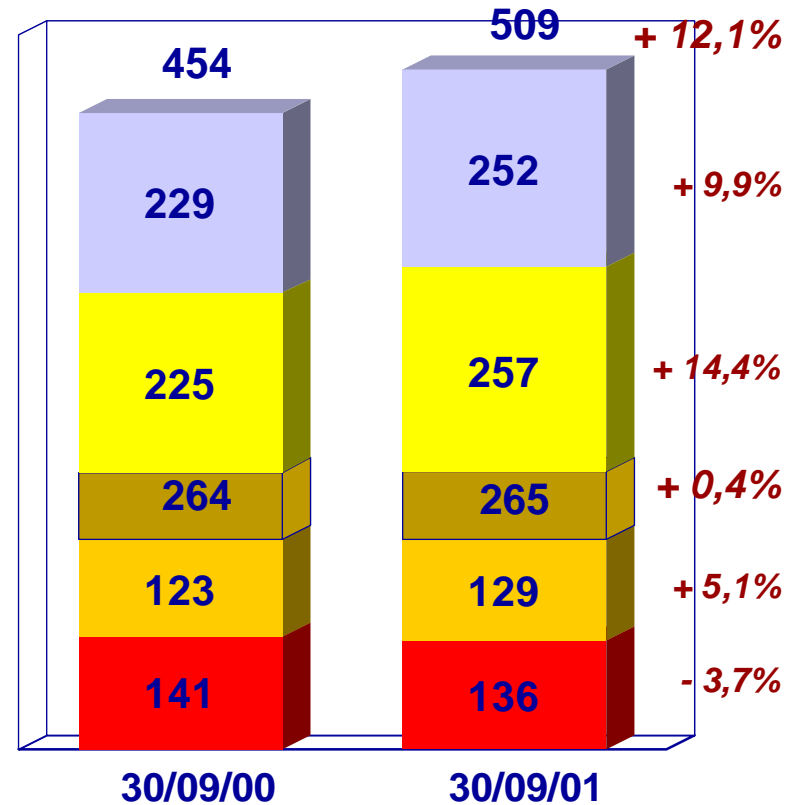


Segmentos (€mn) y Crecimiento 00-01



- Otras ventas
- Picaduras (RYO)
- Negro
- Rubio

Principales marcas (€mn) y Crecimiento 00-01



- Fortuna
- Gauloises Blondes
- Ducados
- Gauloises Brunes

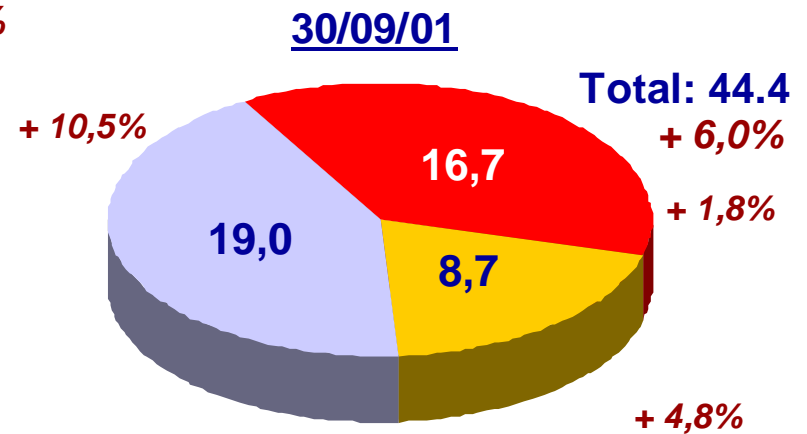
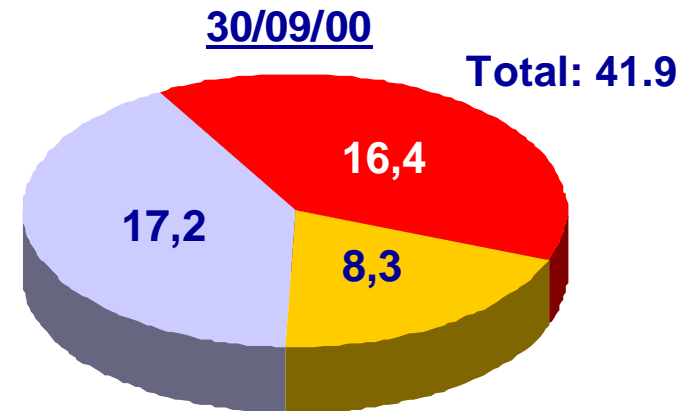
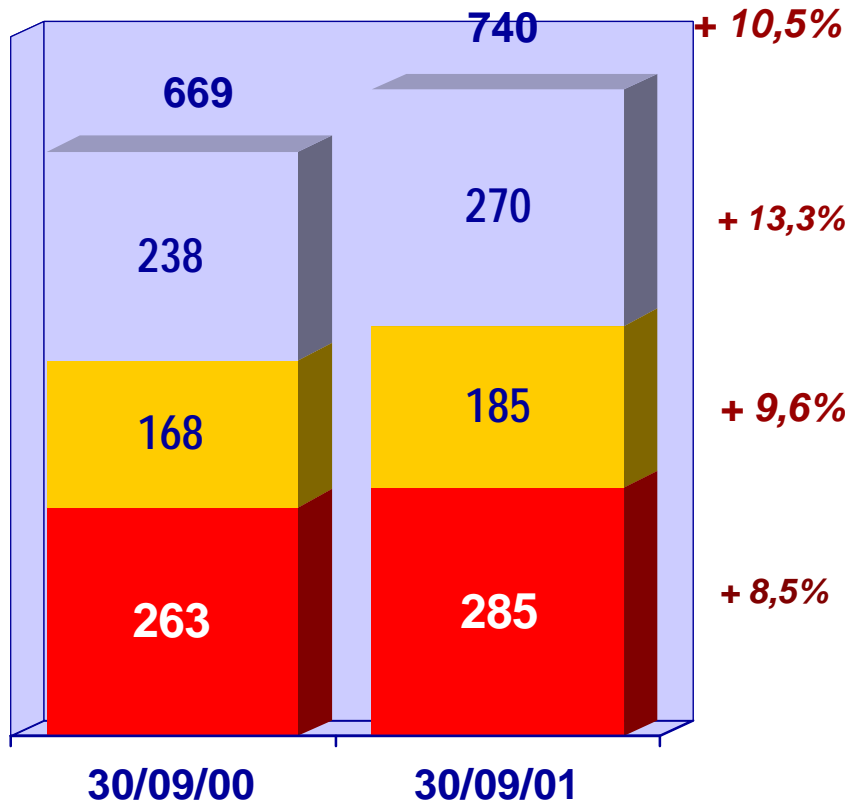


# Crecimiento del 10,5% de las ventas netas de rubio



Valor (€mn)

Volumen (bn unidades)



■ España   
 ■ Francia   
 ■ Internacional

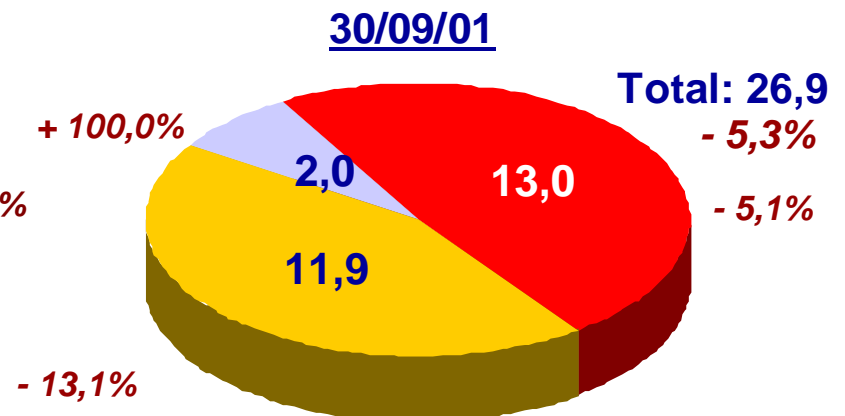
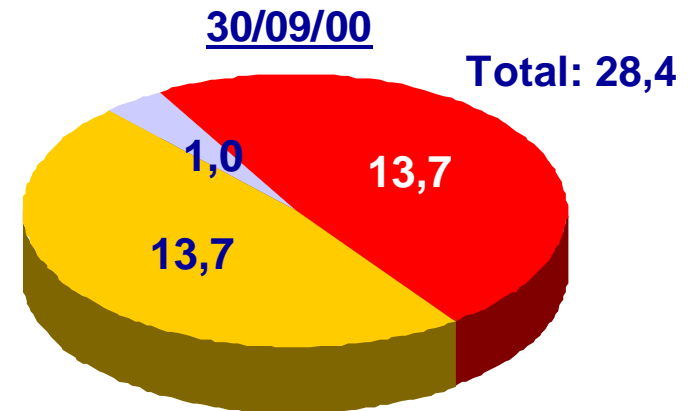
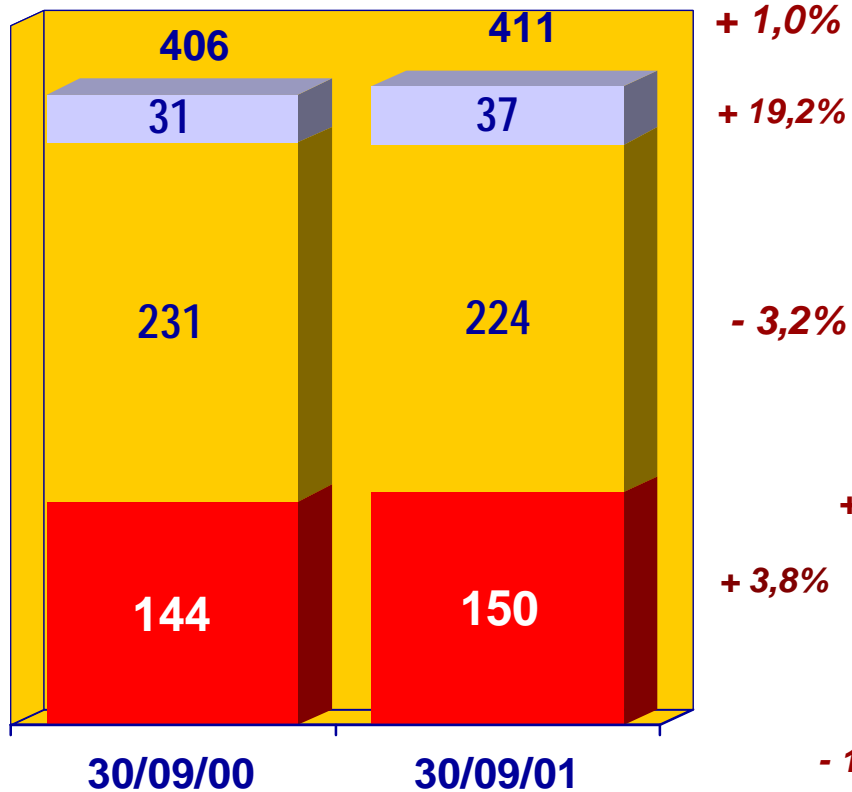


# Estabilidad en las ventas de negro pese a la tendencia descendente de los volúmenes



Valor (€mn)

Volumen (bn unidades)



# Ventas internacionales de Gauloises Blondes: continúa el fuerte crecimiento



(Volumen en millones de cigarrillos)  
(Ventas en millones de Euros)

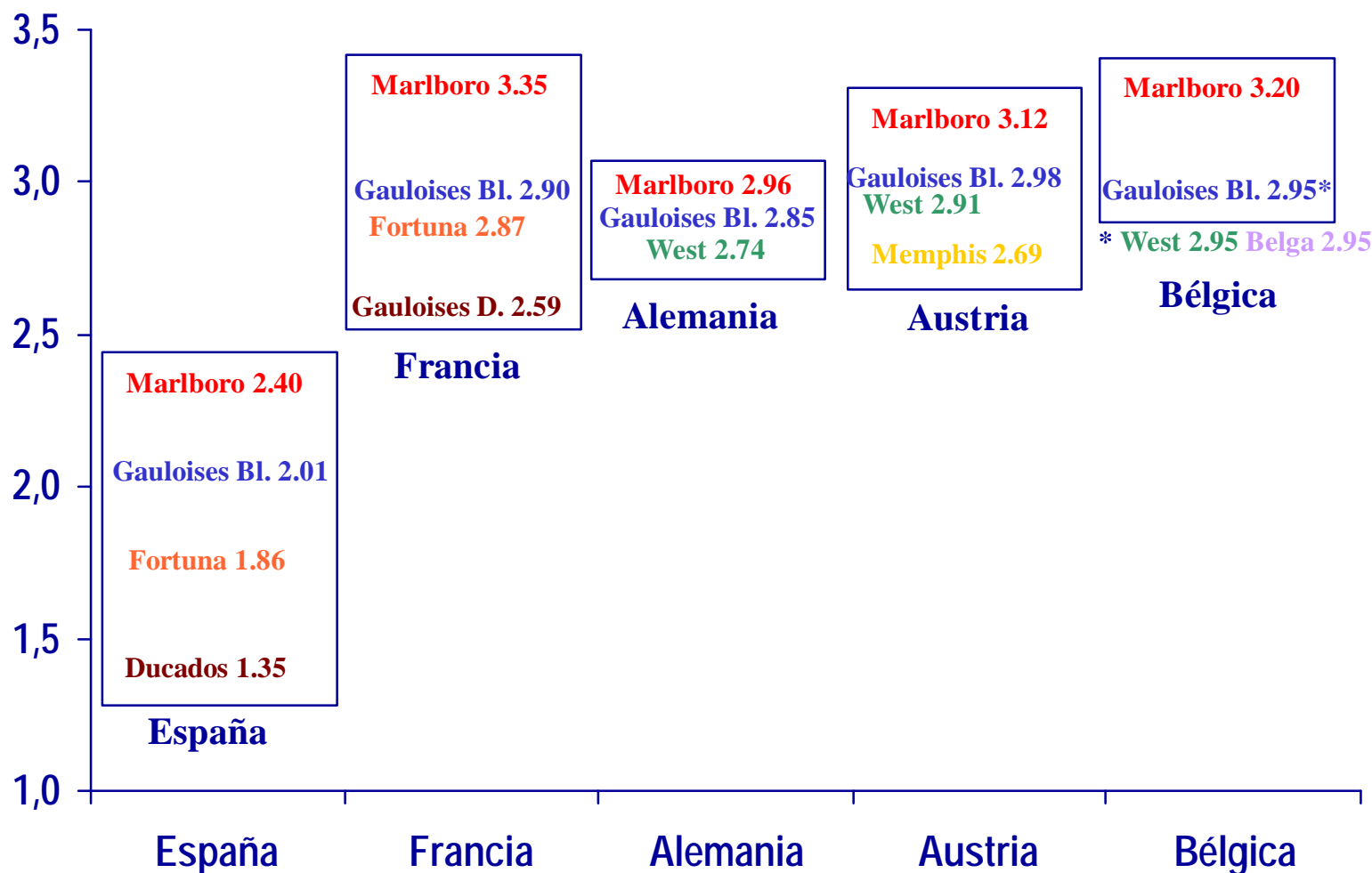
A 30 de septiembre de 2001	1998	1999	2000	2001	01/00%	TAM
<b>† Alemania</b>						
† Volumen	2.848	3.189	3.985	4.632	16,2%	17,6%
† Ventas	55,4	64,2	86,6	103,8	19,9%	23,3%
<b>Austria</b>						
† Volumen	311	391	658	770	16,9%	35,3%
† Ventas	4,8	6,6	11,8	13,9	18,0%	42,6%
<b>Bélgica/Luxemburgo</b>						
† Volumen	351	352	369	425	15,1%	6,5%
† Ventas	5,8	6,6	7,2	8,8	23,4%	15,0%
<b>Otros países</b>						
† Volumen	1.853	2.400	2.788	2.831	1,5%	15,2%
† Ventas	23,6	29,8	35,3	39,6	12,2%	18,8%
<b>Total (sin incluir Francia)</b>						
† Volumen	5.363	6.332	7.801	8.657	11,0%	17,3%
† Ventas	89,6	107,1	140,8	166,1	18,0%	22,8%



# Alto potencial de subida de precios, especialmente en España



(PVP en euros de una cajetilla de 20 cigarrillos en octubre de 2001)



	España	Francia	Alemania	Austria	Bélgica
% Imposición Total	71%	76%	69%	73%	74%

Imposición total (Impuesto Especial + IVA) de la MPPC (Categoría de Precio Más Vendida)

## Situación actual (15/11/01)

	España		Francia
	Fortuna (MPPC*)	Marlboro	Marlboro (MPPC*)
PVP (Euros)	1,86	2,40	3,35
Impuesto especial (% s/PVP)	57,23%	56,50%	58,99%
Euros/1.000 cigarrillos	53,31	67,91	98,92

- † Requisito actual de la UE: tanto en España como en Francia se supera el mínimo fiscal exigido del Impuesto Especial del 57% sobre la MPPC
- † Comentario: en el caso de cigarrillos de alto precio, tanto en España como en Francia se supera actualmente los 60 euros de recaudación fiscal por cada 1.000 cigarrillos

## Propuesta de directiva de la UE

- † Calendario de la decisión: antes de finalizar el año 2001 por Ecofin
- † Requisitos fiscales adicionales de la directiva:
  - † Impuesto especial mínimo sobre la MPPC de 60 euros y 64 por cada 1.000 cigarrillos a partir de Julio de 2002 y Julio de 2006, respectivamente
  - † Con ajustes internos, especialmente para España (aplicación de un periodo transitorio)

### † Impacto:

**Los nuevos requisitos fiscales no sólo están en línea con la actual política de precios de Altadis sino que, además, la corroboran.**

- † España: Mínimos de 60 y 64 euros a partir de enero de 2005 y enero de 2008, respectivamente.
  - † El mínimo de 60 euros supone un incremento promedio anual del 3,8% sobre la MPPC\* (Fortuna) durante los próximos 3 años.
  - † El mínimo de 64 euros supone un incremento promedio anual del 2,4% durante los siguientes 3 años.
- † Francia: No le afecta. Alemania: No le afecta.

\* MPPC: Categoría de precios más vendida

# Cigarros

**El negocio de cigarros capitaliza progresivamente su posición de liderazgo mundial y refleja la capacidad de aumento de beneficios de Corporación Habanos.**

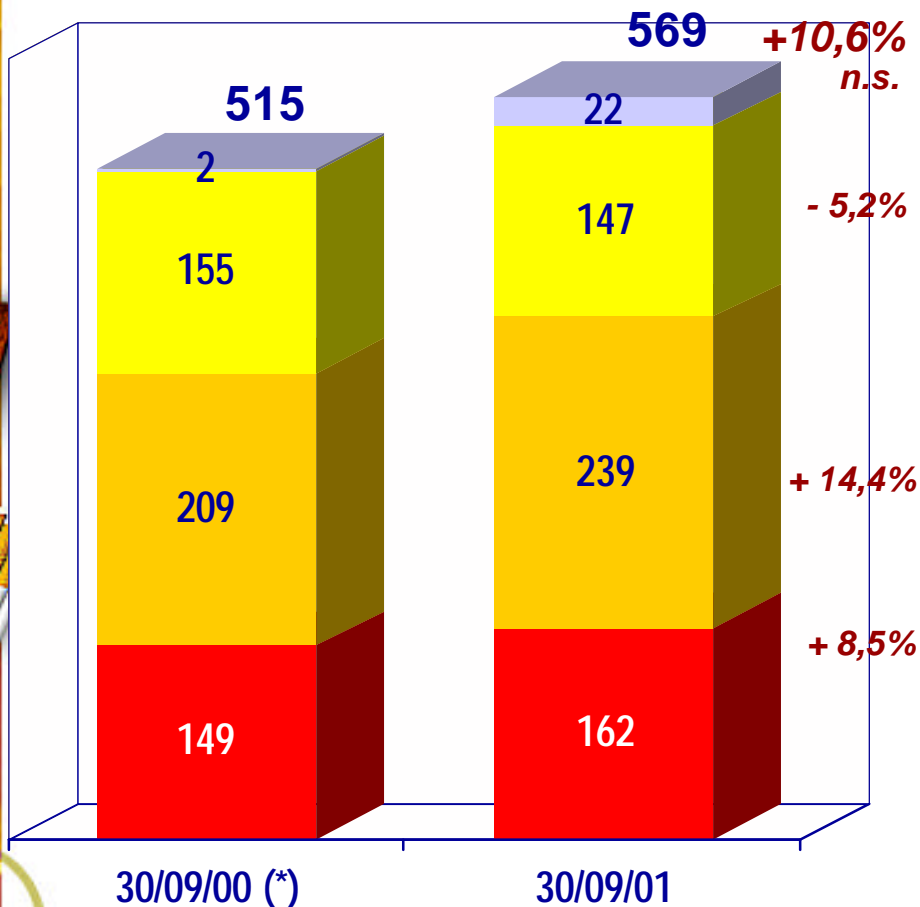
**25% de las ventas económicas del Grupo  
18% del Ebitda del Grupo  
Margen del Ebitda: 21% de las ventas económicas**



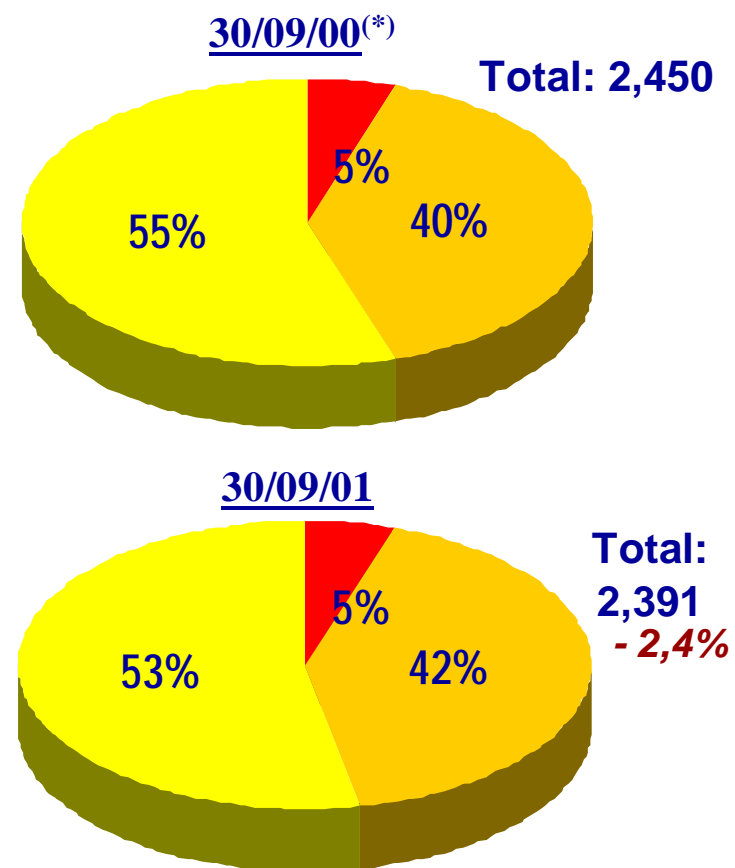
# El crecimiento de las ventas en valor se incrementa gracias a cigarrillos de mayor precio



Valor (€mn) y Crecimiento 00-01



Volumen (mn unidades)



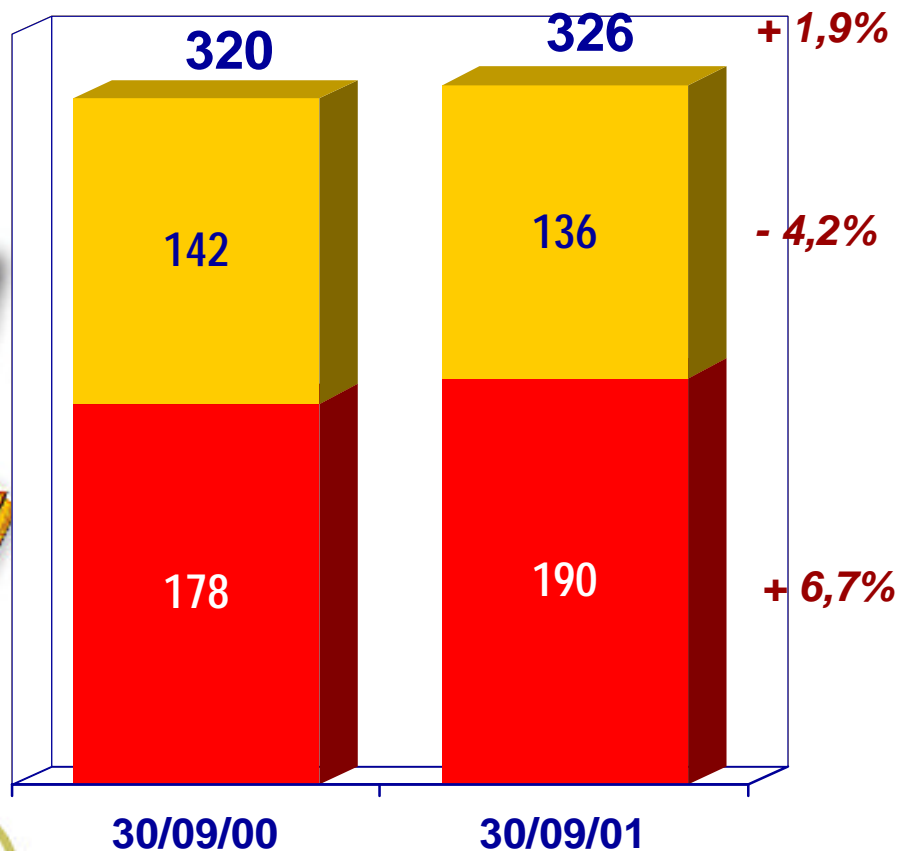
■ Premium y Habanos (50%)   ■ Natural   ■ Mass (Popular + Little)   ■ Otras ventas

(\*) Las cifras incluyen la participación anualizada de la contribución consolidada de Habanos para el año 2000 <sup>15</sup>

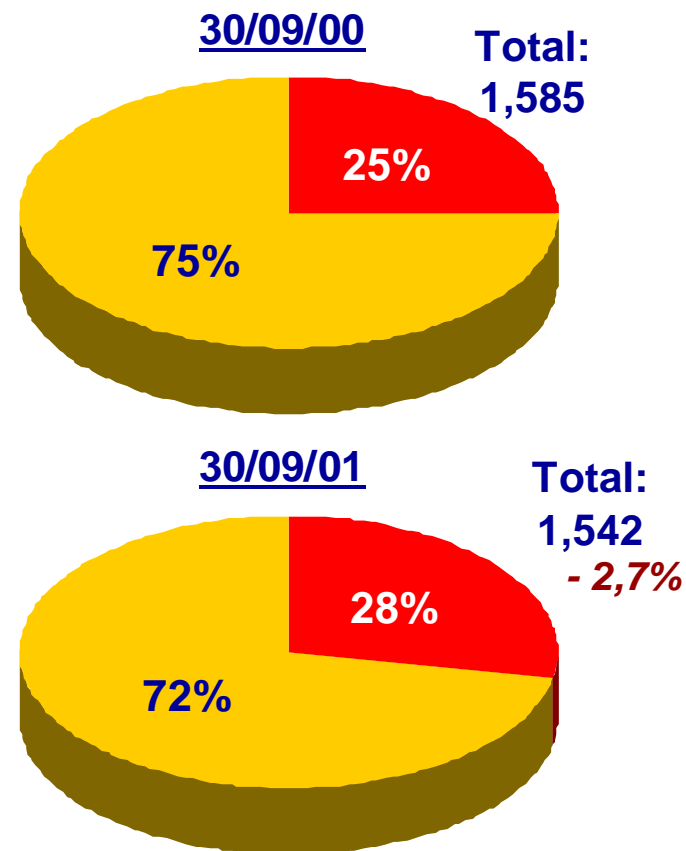
# Las ventas de cigarrros en USA crecen gracias a un mix de productos mejorado



Valor (€mn) y Crecimiento 00-01




Volumen (mn de unidades)



■ Premium y Natural

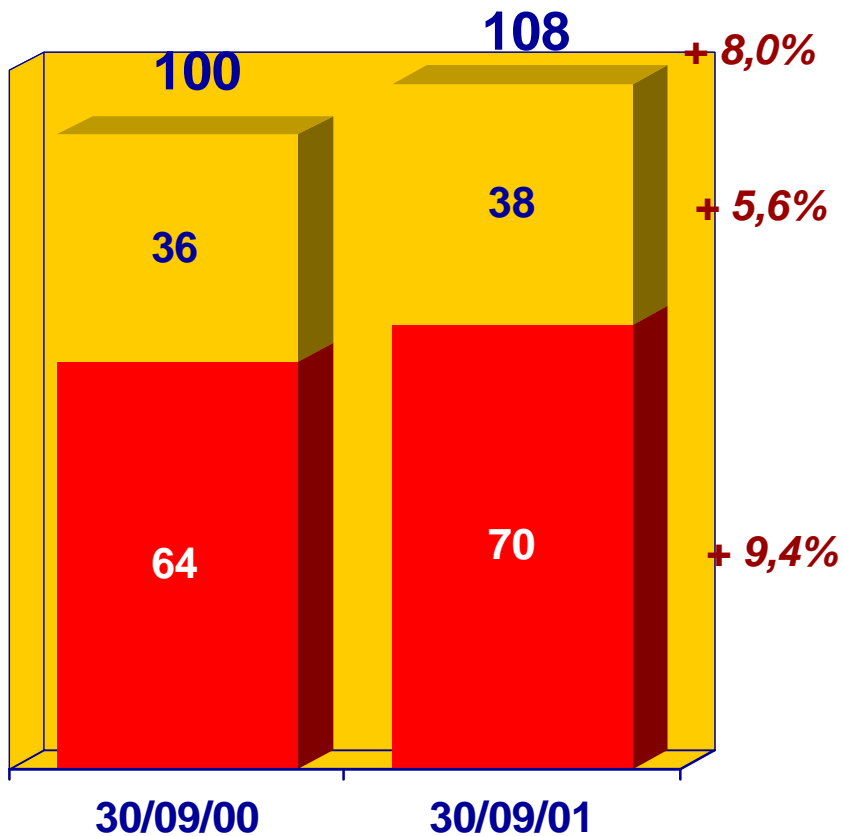
■ Mass (Popular + Little)

# La recuperación de Habanos ha comenzado

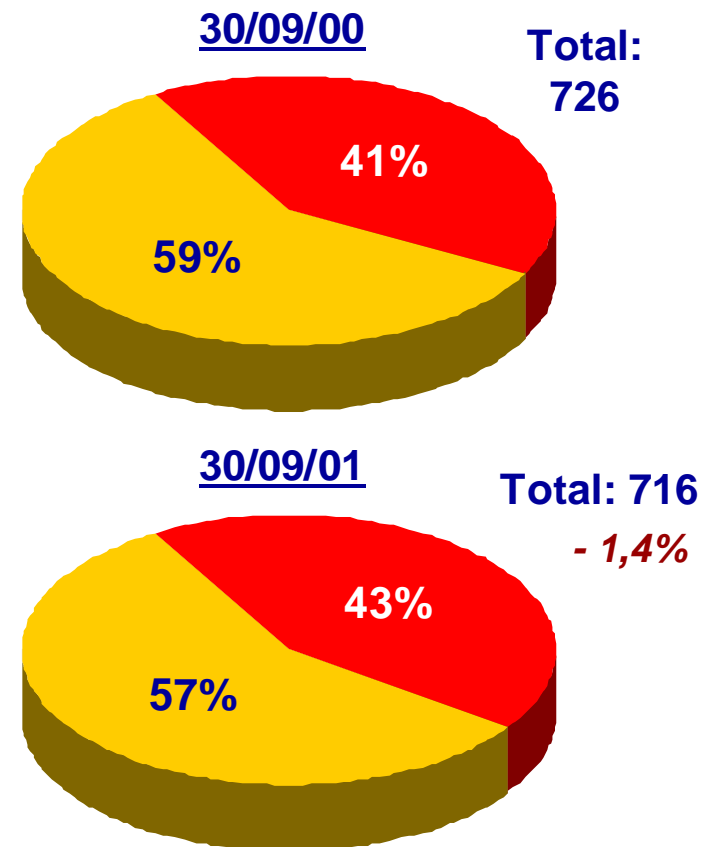
- 
- † Incremento de los volúmenes (26%) y de las ventas (por encima del 20% sobre una base de comparación homogénea) gracias a una destacada mejoría en la cosecha
  - † Mejora de la calidad y mejora de los procedimientos de gestión
  - † Optimización del marketing mix: definición de una estrategia de marcas y de precios a escala mundial
  - † Extensión de la distribución
  - † Se empieza a percibir cierto impacto de la crisis actual

# Incremento de los ingresos de cigarrillos en España y Francia

Valor (€mn) y Crecimiento 00-01



Volumen (mn de unidades)



■ España    ■ Francia



# Logística

**Doble éxito al mejorar la eficacia de las actividades vinculadas al tabaco y el crecimiento de las no tabaqueras**

**19% de las ventas económicas del Grupo**  
**23% del Ebitda del Grupo**  
**Margen del Ebitda: 35% de las ventas económicas**



# Las actividades tabaqueras continúan creciendo a pesar de las limitadas oportunidades

**Número de puntos de venta**

**50.000**

<b>Ventas económicas (€mn)</b>	<b>30/09/00</b>	<b>30/09/01</b>	<b>Variación</b>
† España y Portugal	103,2	113,1	+ 9,6%
† Francia	124,2	128,3	+ 3,3%
† Eliminación (operaciones intercompañías)	- 0,9	- 9,5	-
<b>TOTAL</b>	<b>226,5</b>	<b>231,9</b>	<b>+ 2,4%</b>

# Importante crecimiento continuado de las actividades no- tabaqueras



**Número de puntos de venta** **141.000**

**Ventas económicas (€mn)**

**30/09/00**

**30/09/01**

**Variación**

† España y Portugal

86,1

101,3

+ 17,7%

† Francia

79,3

95,9

+ 20,9%

**TOTAL**

**165,4**

**197,2**

**+ 19,2%**



2 241010 10

# Magnitudes Financieras

**Los resultados de los nueve primeros meses acercan a Altadis a los objetivos para el ejercicio completo de 2001**



# Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad

(Millones de euros)

**Ventas económicas: + 162**

**Crecimiento orgánico: + 107**

† Subidas de precios, ligero aumento en volúmenes, *mix* de productos mejorado

**Perimetro de consolidación: + 61**

† Principalmente Corporación Habanos y Kitco

**Tipo de cambio: 0**

† Euro/dólar

**Otros: - 6**

† Costes de elaboración mejorados (reestructuración, sinergias)

**Crecimiento orgánico \*: + 84**

† Principalmente Corporación Habanos

**Perimetro de consolidación: + 3**

† Euro/dólar

**Tipo de cambio: - 5**

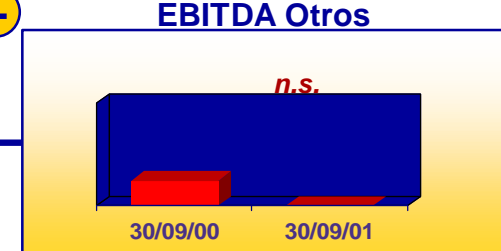
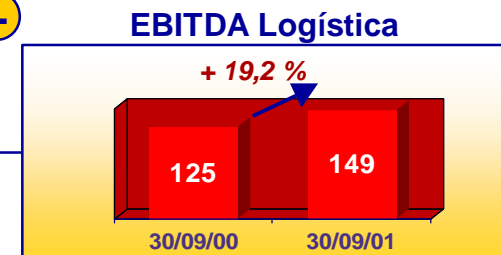
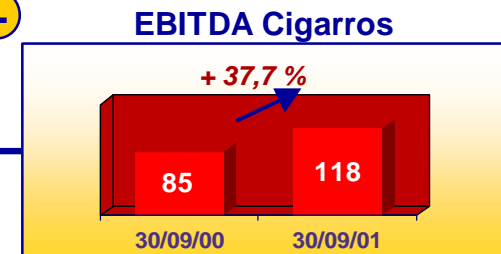
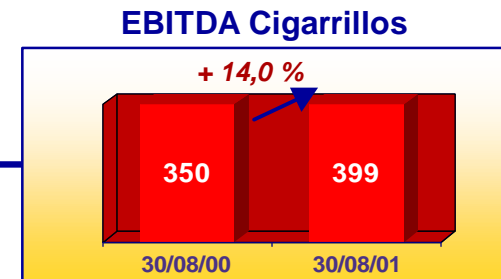
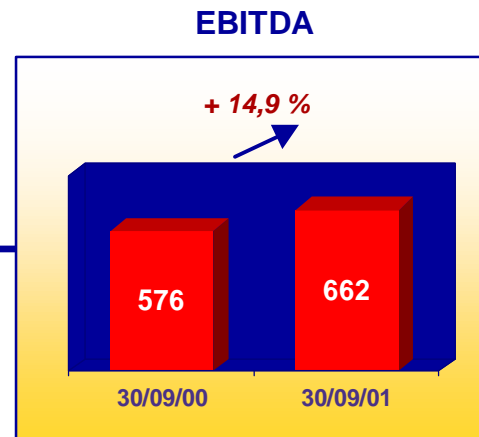
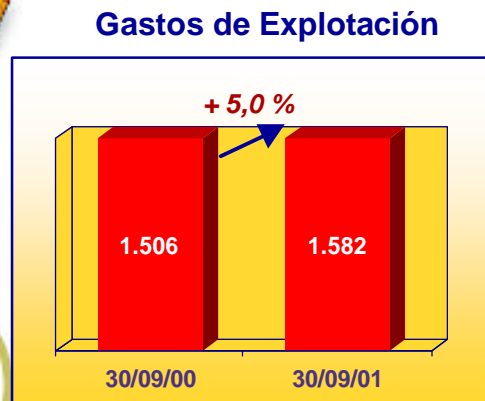
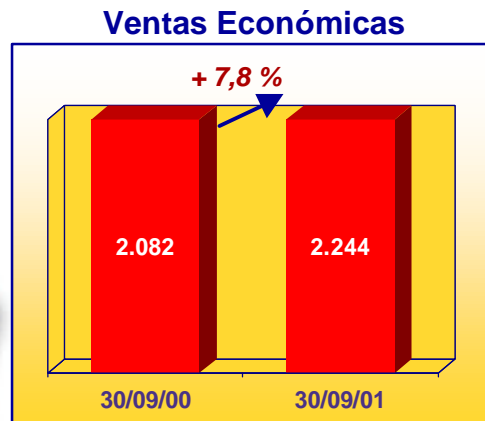
**EBITDA: + 86**

**Otros: + 4**

\* Incluye ahorros procedentes de la reestructuración y de las sinergias obtenidas

# Crecimiento del margen de Ebitda del Grupo de 1,8 puntos hasta el 29,5 %

(Millones de euros)



# Beneficio de Explotación 2001: € 547 millones

(Millones de euros)

A 30 de septiembre de 2001

	2000	2001	01/00%
<b>Ventas Económicas</b>	2.081,7	2.243,5	+ 7,8%
<b>EBITDA (Flujo de Caja de Explotación)</b>	575,8	661,6	+ 14,9%
<b>Beneficio de Explotación</b>	458,0	546,9	+ 19,4%
Resultados Financieros	(25,7)	(34,3)	+ 33,5%
Resultados Extraordinarios	122,6	8,2	n.s.
Impuesto sobre Sociedades	(216,6)	(176,5)	- 18,5%
Amortización del Fondo de Comercio	(52,3)	(63,4)	+ 21,2%
Intereses Minoritarios	(19,5)	(23,1)	+ 18,5%
Empresas Filiales por Puesta en Equivalencia	33,1	11,2	n.s.
<b>Beneficio Neto del Grupo</b>	299,6	268,9	- 10,2%
<b>Beneficio por Acción (céntimos de euro)</b>	96,70	88,03	- 9,0%
Número de acciones (millones)	309,8	305,5	- 1,4%

# Flujo operativo de €601 millones

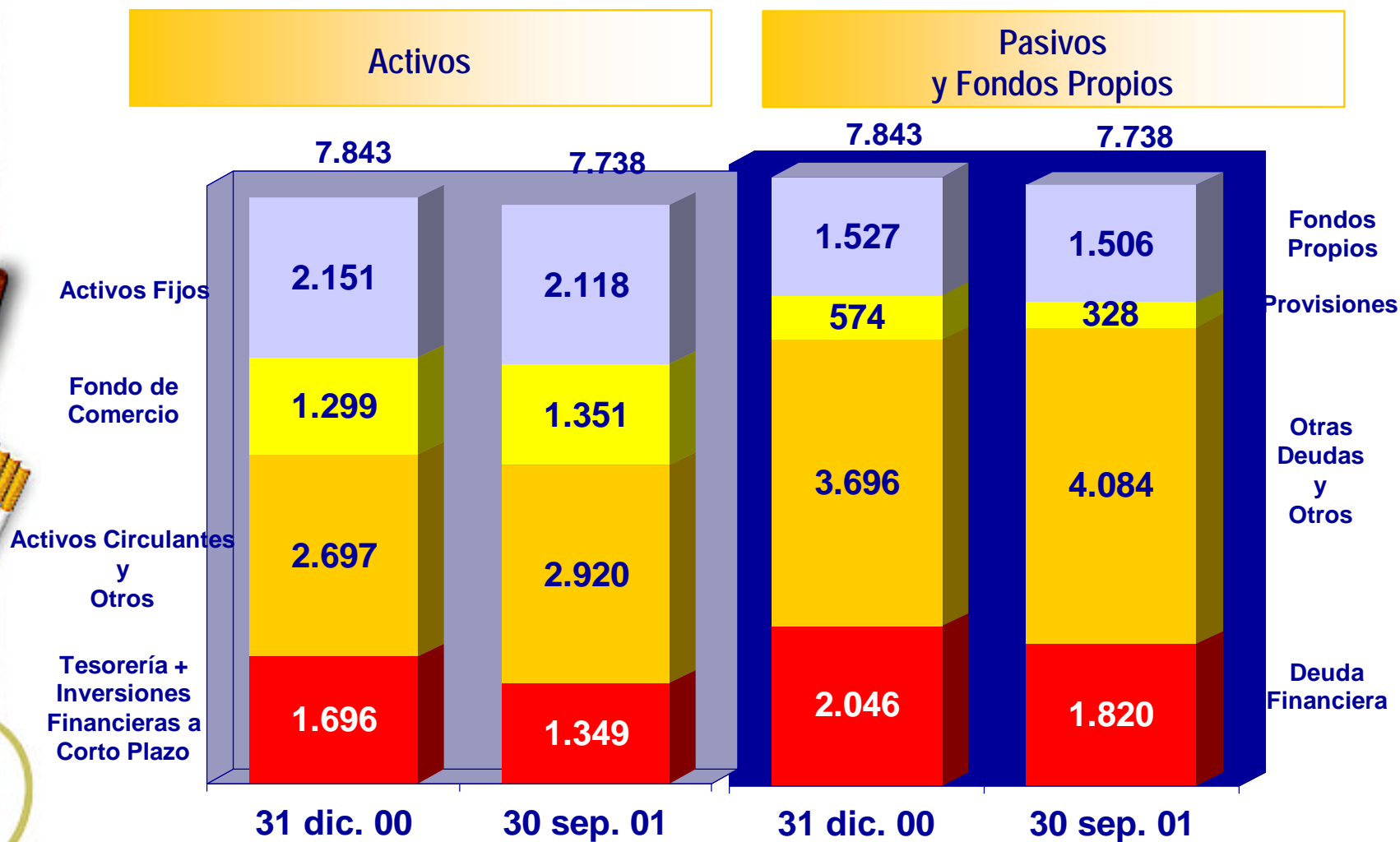
(Millones de euros)

A 30 de septiembre de 2001	2001
Flujo operativo (Ebitda + var. capital circulante)	601
Pagos por el impuesto de sociedades	(64)
Gastos de reestructuración	(258)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	279
Gastos por inversiones	(77)
Ingresos por desinversiones	45
Flujo de caja de las actividades de inversión	(32)
Pagos por los intereses financieros	(30)
Dividendos netos pagados	(167)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(158)
Flujo de caja de las actividades de financiación	(355)
Cambio neto en caja y equivalentes	(108)
Posición financiera neta inicial	(807)
Cambio neto en caja	(108)
Impacto de las fluctuaciones de tipo de cambio	(13)
Posición financiera neta final	(928)



# Balance de Situación

(Millones de euros)



Titularización de cuentas a cobrar a los expendedores (€mn) 457 457

# Conclusiones



# Perspectiva y Estrategia: crecimiento en ventas y en resultados



## Perspectiva:

- † Buen nivel de actividad en las tres líneas de negocio
- † Confirmación de las expectativas de rentabilidad para 2001: Crecimiento del Ebitda de entre el 15 y 20 %

## Estrategia:

Los primeros nueve meses de 2001 confirman el compromiso de Altadis en maximizar el valor para sus accionistas y desarrollar una estrategia de crecimiento rentable en cada una de sus tres líneas de negocio fundamentales: cigarrillos, cigarros y logística

- † Cigarrillos: acelerar la internacionalización
- † Cigarros: optimizar el liderazgo
- † Logística: ampliar las actividades relacionadas con productos distintos al tabaco
- † Mejorar el control de gastos
- † Optimizar la estructura financiera y la gestión del endeudamiento y de la tesorería

- † Potencial de crecimiento, en ventas y resultados
- † Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo con una política de distribución de resultados de alrededor del 50%, como referencia
- † Mejora del apalancamiento financiero
- † Recompra de acciones de compañías del Grupo y amortización
- † Potencial para adquisiciones: conocimiento y capacidad financiera para realizar adquisiciones de importancia estratégica y de creación de valor



**Altadis**



# Apéndices

- † Calendario de publicación de resultados / Contactos
- † 4 fábricas principales y 4 de apoyo en España para finales de 2002
- † Ventas de Cigarrillos de Altadis - Segmentos : Incremento de volúmenes de marcas principales
- † Ventas de Cigarrillos de Altadis - Mercados/Áreas : 29% en los mercados internacionales
- † Cigarrillos - El Mercado en España : Aumento de volúmenes y precios
- † Cigarrillos y Picaduras - El Mercado en Francia : Volúmenes estables, aumento de precios del 5 %
- † El riesgo de litigios es limitado
- † Cigarros - ventas netas por mercados : Crecimiento del 11% la ventas netas
- † E-Commerce: Víaplus
- † Evolución de la acción vs Otras Tabaqueras : Mejor evolución desde mayo de 2001
- † Compañías Tabaqueras - Crecimiento del BPA en 3 años : Alto crecimiento previsto según consensus
- † Datos trimestrales 2001 - 1er, 2º y 3er trimestres
- † Datos trimestrales 2000 - Revisados
- † Normas contables: aplicadas a las cifras revisadas trimestrales de 2000



## Calendario

15 de noviembre de 2001	Resultados de los 9 primeros meses de 2001
28 de febrero de 2002	Resultados anuales de 2001
15 de mayo de 2002	Resultados del primer trimestre de 2002
2 de septiembre de 2002	Resultados del segundo trimestre de 2002
14 de noviembre de 2002	Resultados de los 9 primeros meses de 2002

**Stanislas VRLA**

**Director Relaciones con Inversores**

Teléfono : 33 1 44 97 62 21

Fax : 33 1 44 97 66 27

E-mail : [stanislas.vrla@altadis.com](mailto:stanislas.vrla@altadis.com)

**Aurelio LOPEZ-BARAJAS**

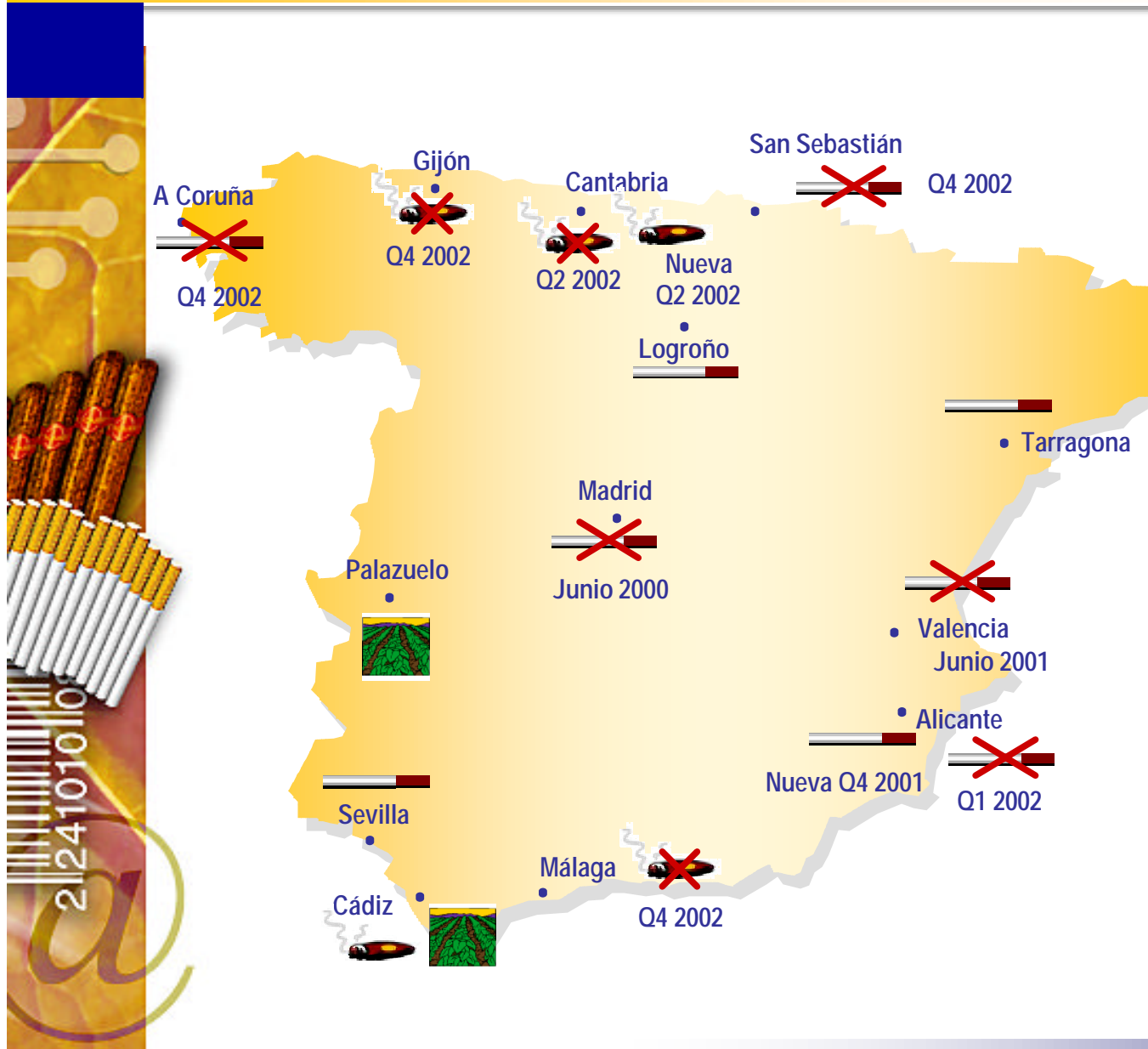
**Director Adjunto Relaciones con Inversores**

Teléfono : 34 91 360 92 47

Fax : 34 91 360 92 91

E-mail : [alopez-barajas@altadis.com](mailto:alopez-barajas@altadis.com)

# 4 fábricas principales y 4 de apoyo en España para finales de 2002



**Antes del Plan de Reestructuración:**

-  4 fábricas
-  8 fábricas
-  2 fábricas

**Total: 14 fábricas**

---

**Después del Plan de Reestructuración:**

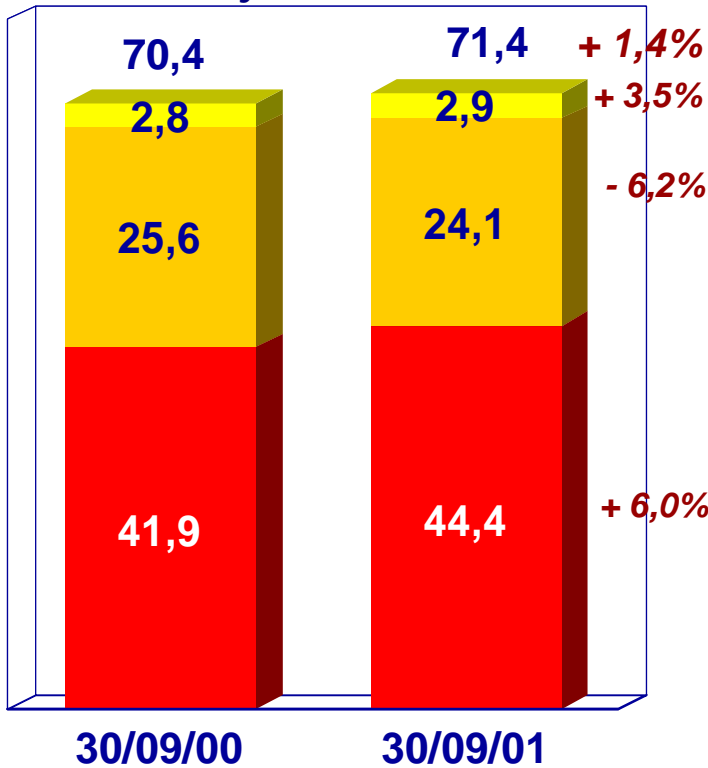
-  2 fábricas
-  4 fábricas
-  2 fábricas

**Total: 4 fábricas principales  
4 fábricas de apoyo**

# Ventas de Cigarrillos de Altadis - Segmentos: Incremento de volúmenes de marcas principales

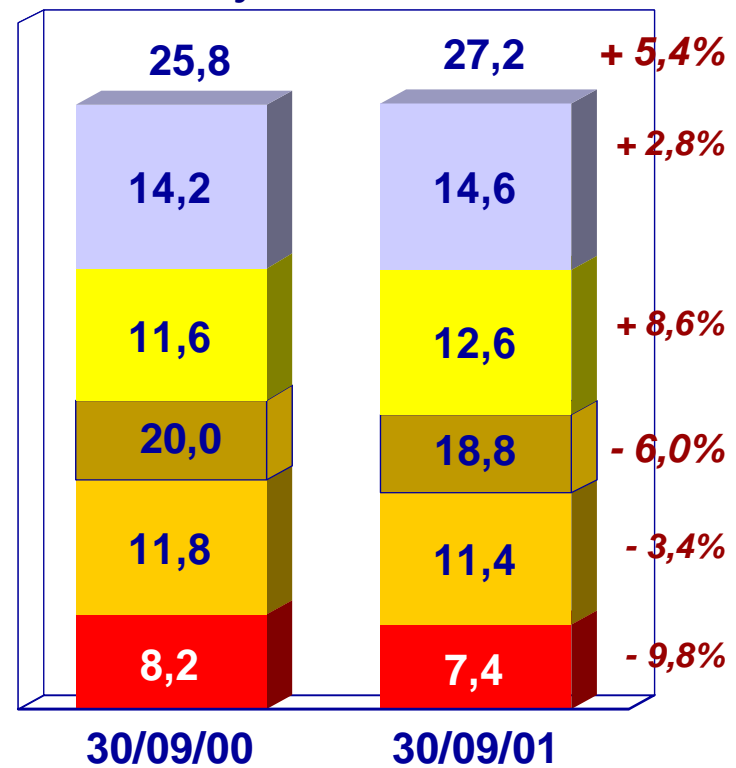


Segmentos (bn unidades)  
y Crecimiento 00-01



- Picaduras
- Negro
- Rubio

Principales Marcas (bn unidades)  
y Crecimiento 00-01



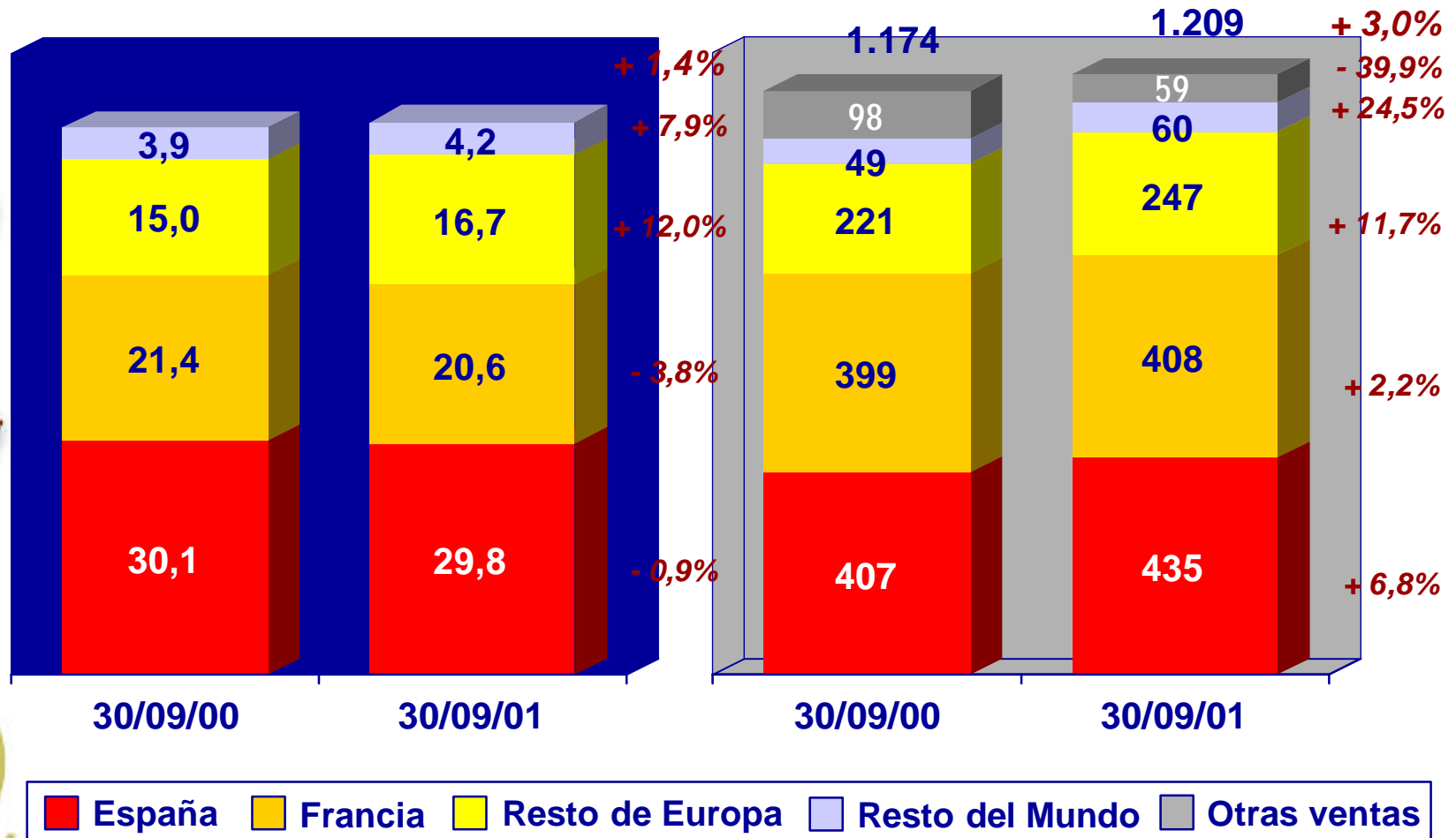
- Fortuna
- Gauloises Blondes
- Ducados
- Gauloises Brunes

# Ventas de Cigarrillos de Altadis - Mercados/Áreas: 29% en los mercados internacionales

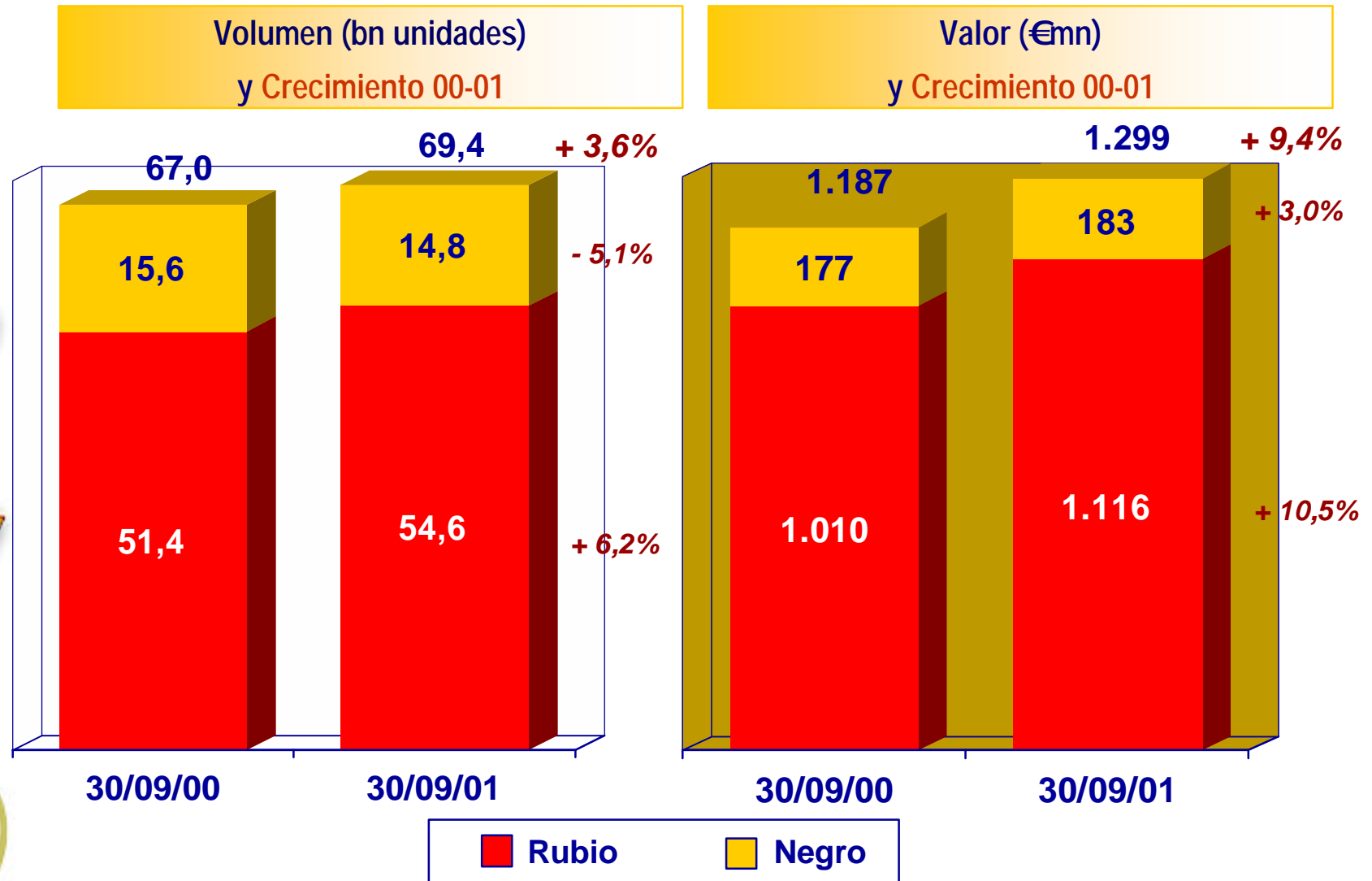


Volumen (bn unidades)  
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)  
y Crecimiento 00-01



# Cigarrillos - El Mercado en España: Aumento de volúmenes y precios

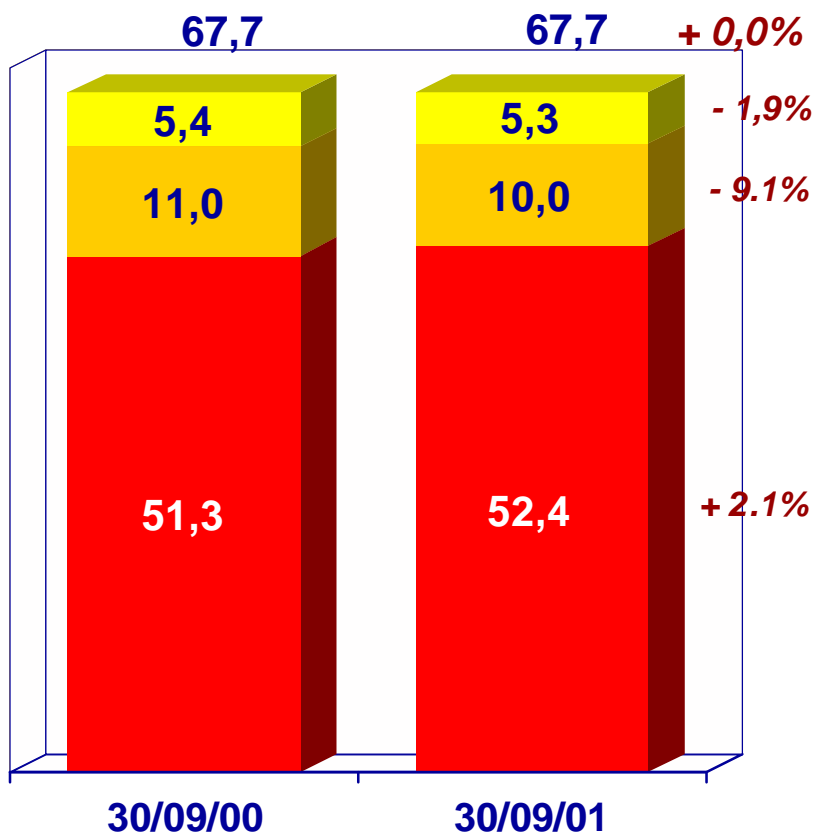


Nota : Las ventas de picaduras en España no son significativas

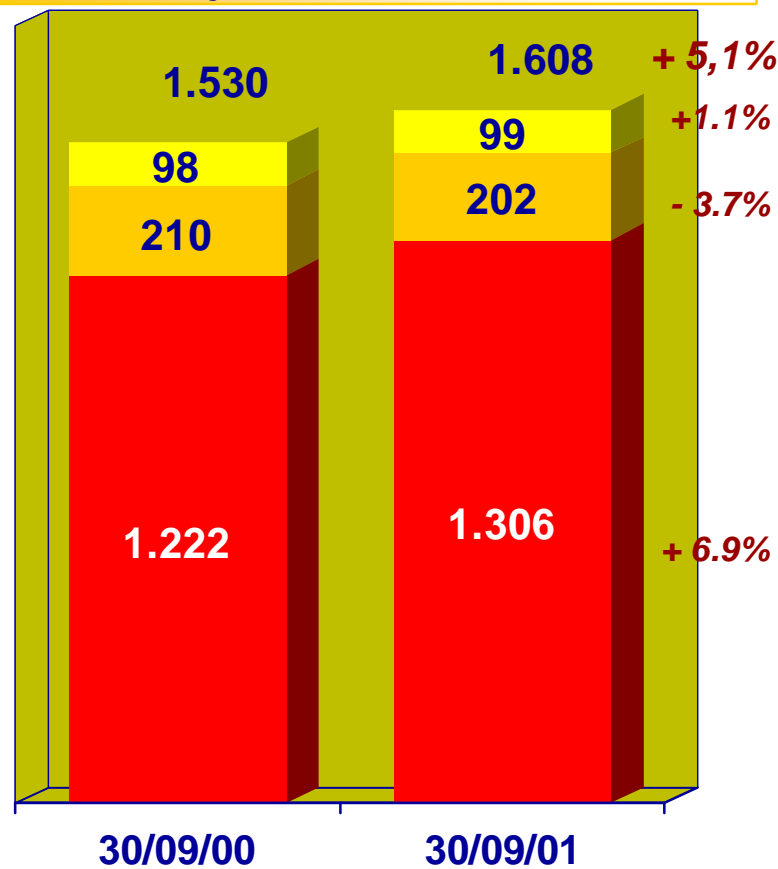
# Cigarrillos y Picaduras - El Mercado en Francia: Volúmenes estables, aumento de precios del 5%



Volumen (bn unidades)  
y Crecimiento 00-01



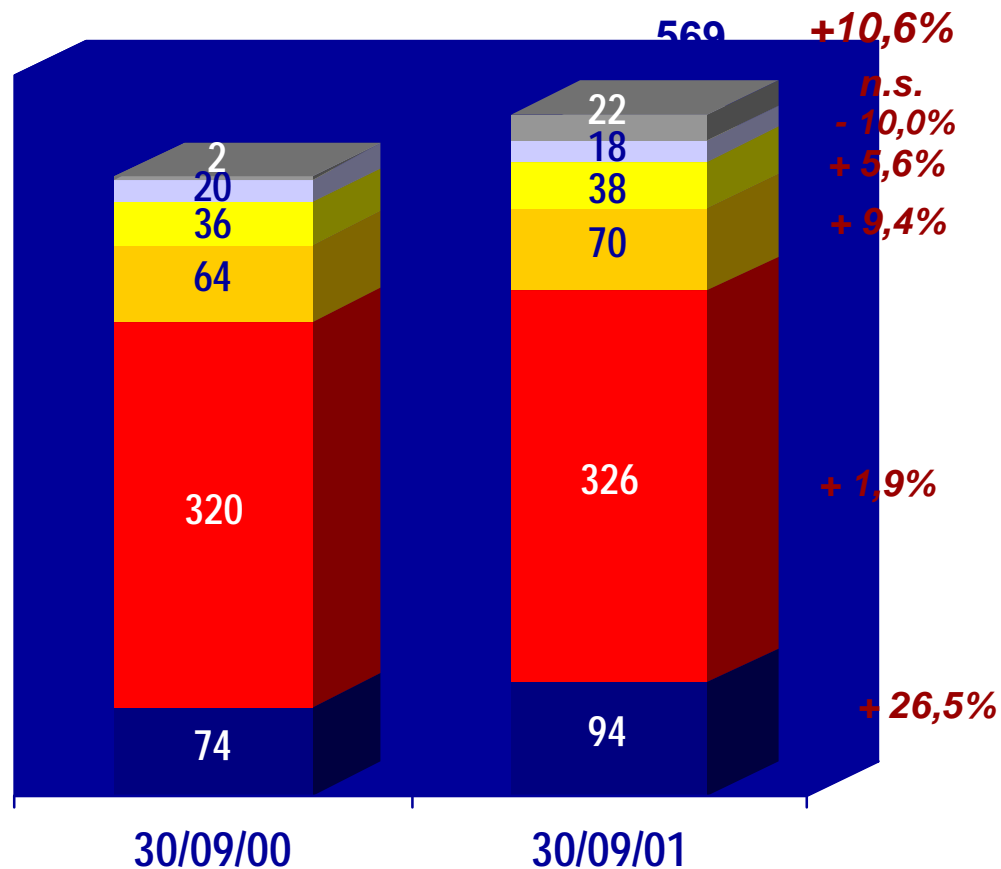
Valor (€mn)  
y Crecimiento 00-01



- † Situación de Altadis:
  - † 11 casos en curso + asociaciones de enfermos de cáncer de laringe
  - † 8 sentencias favorables, ninguna resolución final desfavorable
  - † El 10 de septiembre de 2001, el juzgado de apelaciones en el caso Gurlain dictaminó una sentencia favorable y tajante
  - † Fuertes argumentos para apelar, incluyendo la prescripción
- † Factores clave de diferenciación entre la legislación en Europa Continental y EEUU conducen a un nivel de riesgo significativamente inferior

# Cigarros - Ventas netas por mercados: Crecimiento del 11% de las ventas netas

Ventas Netas (€ mn) y Crecimiento 00-01(\*)



■ Habanos (50%) ■ EEUU ■ España ■ Francia ■ Exportaciones ■ Otras ventas

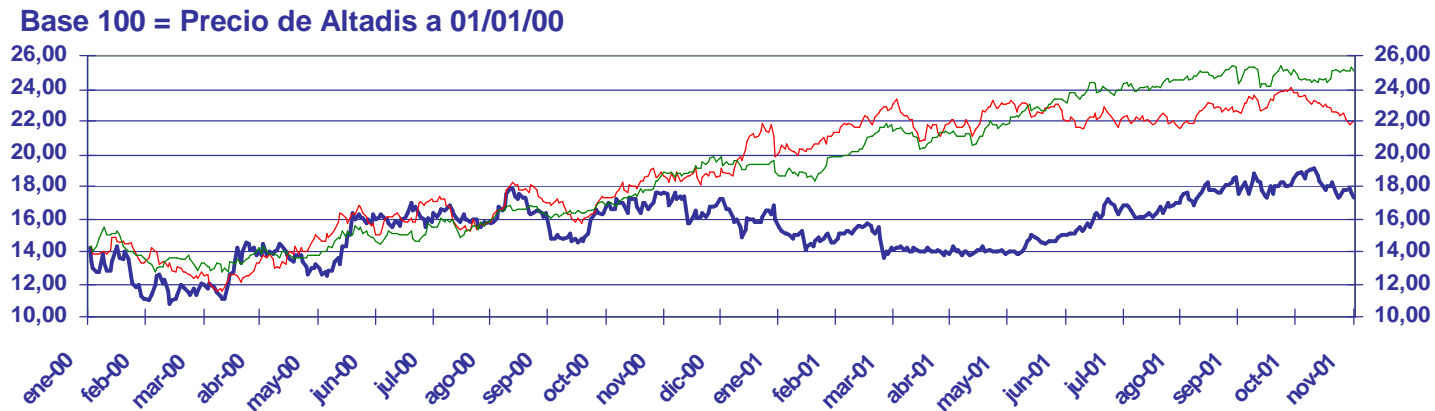
(\*) Las cifras incluyen la participación anualizada de la contribución consolidada de Habanos para el año 2000 <sup>40</sup>

<i>Principales magnitudes del Negocio de Internet</i>	9 primeros meses 00	9 primeros meses 01	Dif. (volumen)	Dif. (%)
Nº Visitantes (mn)	3,84	2,21	- 1,63	- 42 %
Nº páginas visitadas (mn)	29,34	11,80	- 17,54	- 60 %
<b>Nº pedidos</b>	<b>39.370</b>	<b>11.963</b>	<b>- 27.407</b>	<b>- 70 %</b>
Nº medio de pedidos (€/pedido)	61,09	243,71	182,62	+ 299 %
<b>Ventas Totales Víaplus (€mn)</b>	<b>2,65</b>	<b>3,64</b>	<b>0,99</b>	<b>+ 37 %</b>
<b>EBITDA (ME)</b>	<b>- 10,13</b>	<b>- 6,14</b>	<b>3,99</b>	<b>+ 39 %</b>

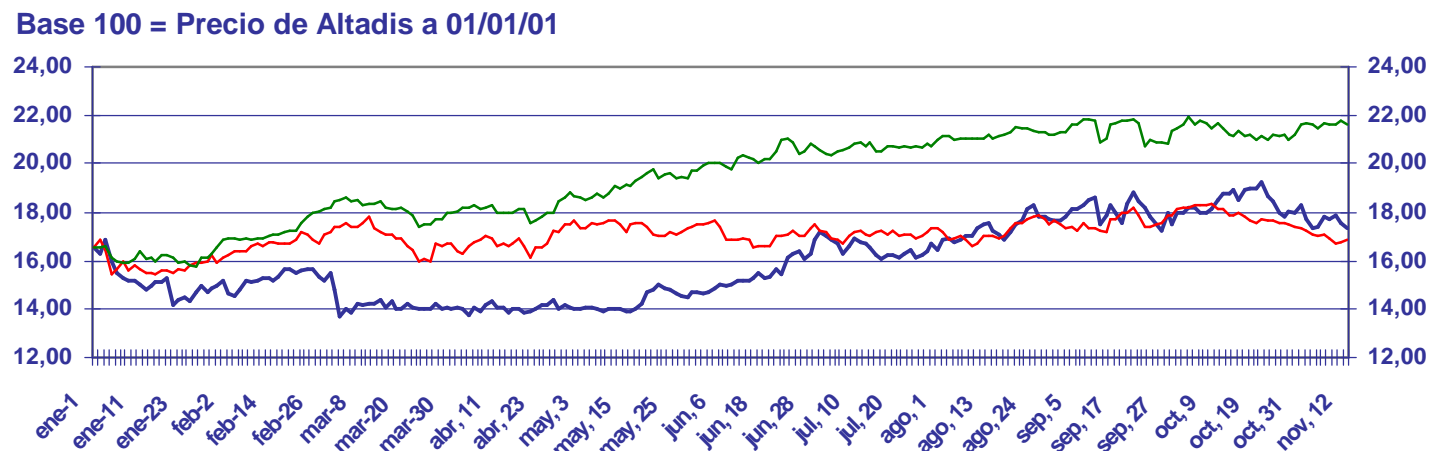
# Evolución de la Acción vs Otras Tabaqueras: Mejor evolución desde mayo de 2001



Años 2000 y 2001 (hasta el 12 de noviembre 2001)



Año 2001 (hasta el 12 de noviembre de 2001)



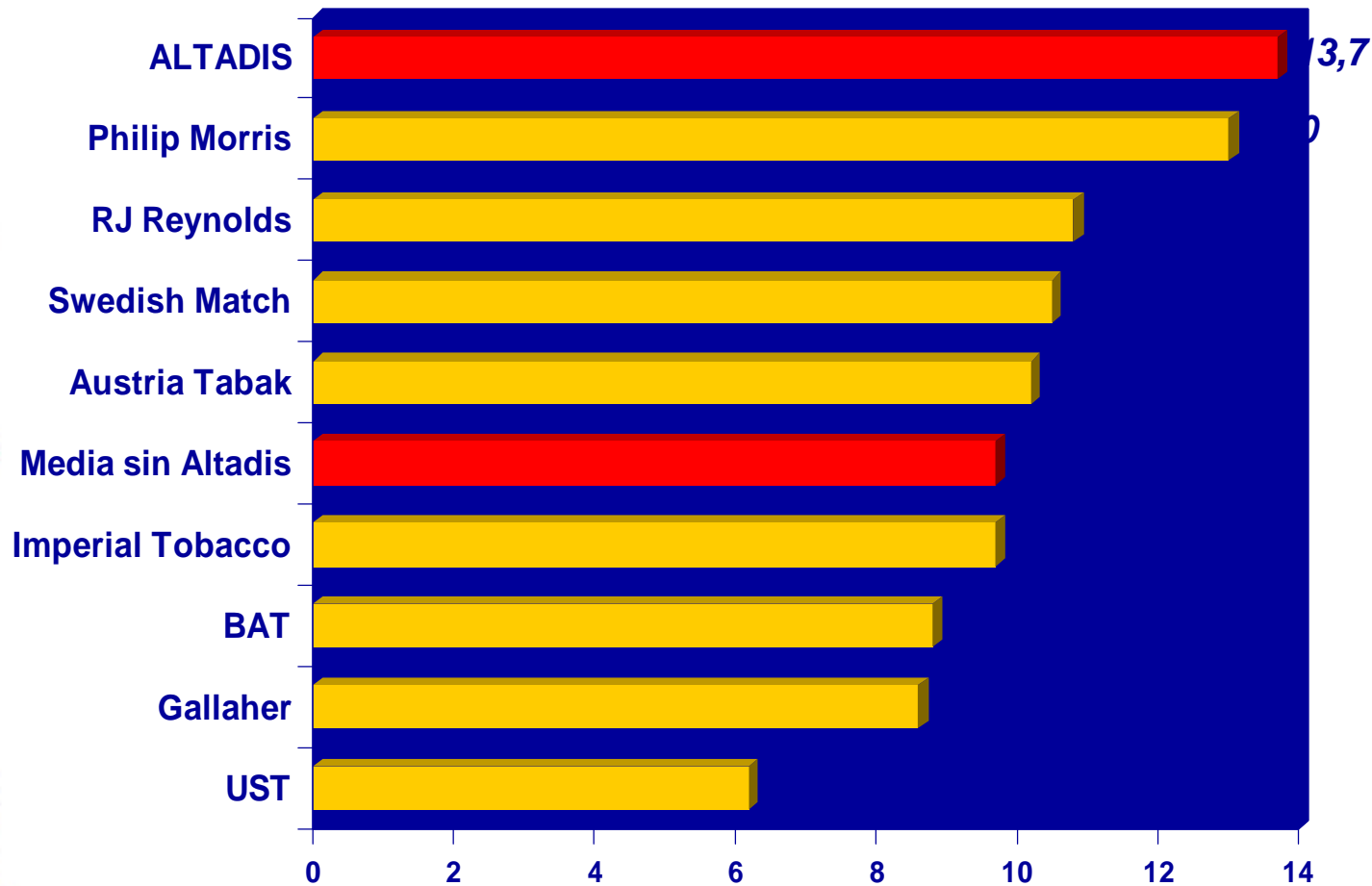
— Altadis (Madrid) — Multinationales (BAT, Japan T. y Philip Morris) — Compañías Europeas (Austria T., Gallaher, Imperial y Swedish M.)

Fuente: Bloomberg

# Compañías Tabaqueras - Crecimiento del BPA en 3 años: Alto crecimiento previsto según consensus



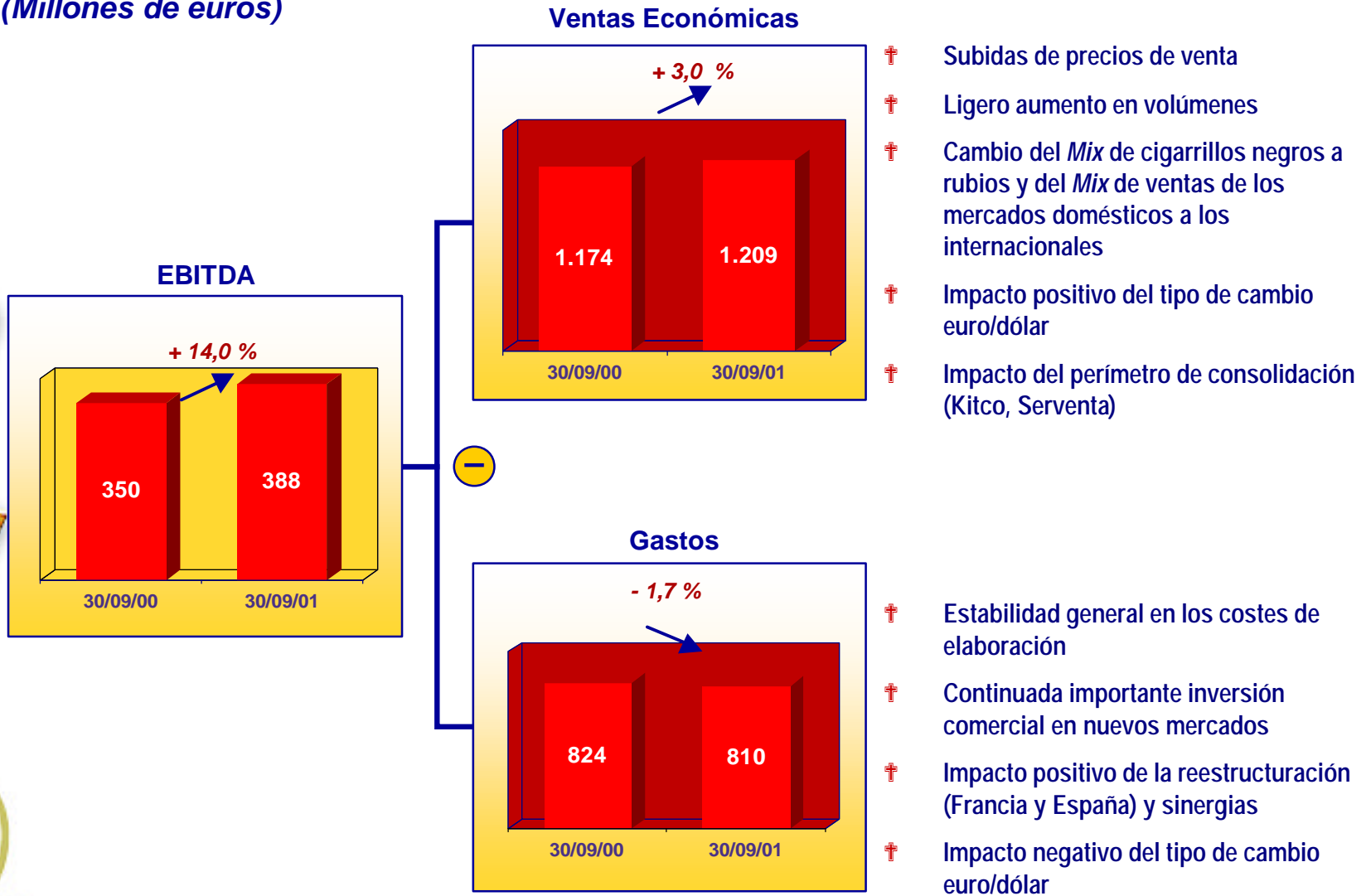
El más alto crecimiento del Beneficio Por Acción  
esperado en la industria



Fuente: consensus de estimaciones de noviembre de 2001

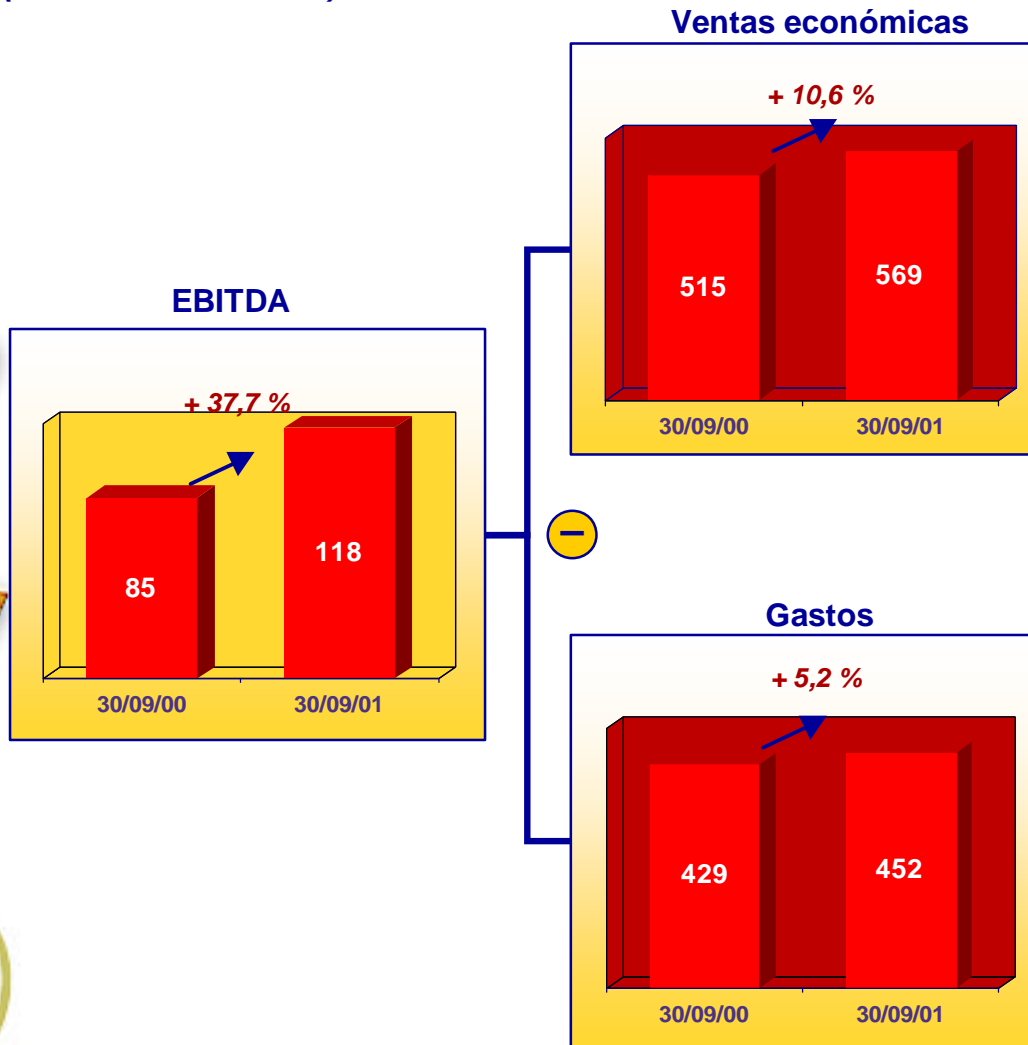
# Cigarrillos: Subidas de precios y reducción de costes

(Millones de euros)



# Habanos y EEUU incrementan el Ebitda de Cigarros hasta el 38%

(Millones de euros)



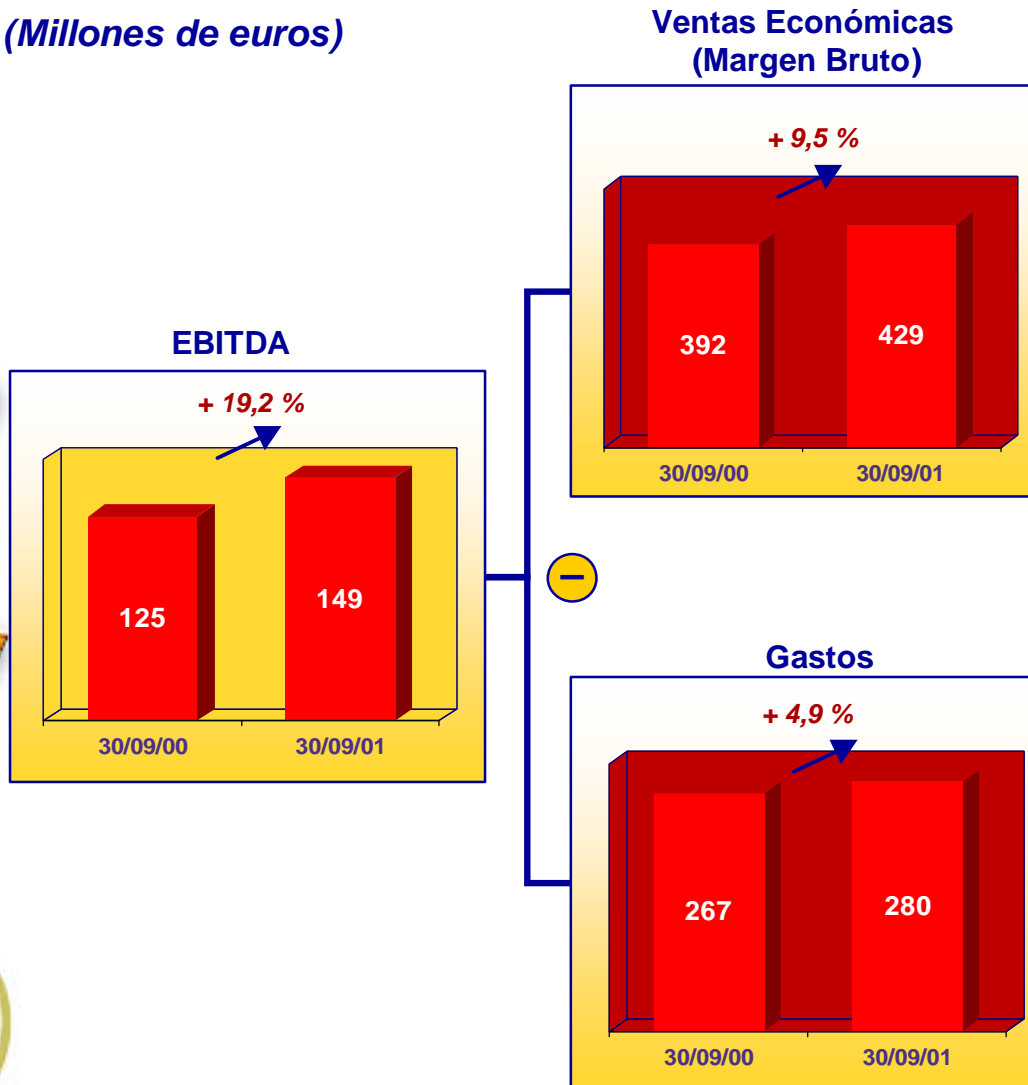
- † Impacto de Habanos: €+ 16 mn
- † Impacto positivo del tipo de cambio euro/dólar
- † Crecimiento de las ventas de los 3 mercados principales
- † Concentración en marcas de mayor precio y mejorar el *mix* de productos

- † Impacto positivo del tipo de cambio euro/dólar
- † Sinergias adicionales procedentes de la reestructuración en USA
- † Impacto de la reestructuración en España



# Logística: Margen de Ebitda excepcionalmente estable

(Millones de euros)



- † Aumento en ingresos del tabaco: + 2,4%
- † Renovación del contrato en España con Philip Morris
- † Aumento importante de ventas de productos no tabaqueros: + 19,2%

- † Contribución muy positiva de productos distintos al tabaco
- † Impacto de la reestructuración en España

## VENTAS ECONÓMICAS 2001

	<u>1er Trim.</u>	<u>2º Trim.</u>	<u>3er Trim.</u>
Cigarrillos	384,2	411,3	413,6
Cigarros	153,4	213,7	202,0
Logística	140,1	143,4	145,7
Otros y ajustes	7,2	11,7	17,0
<b>Total</b>	<b>685,0</b>	<b>780,1</b>	<b>778,3</b>

## EBITDA 2001

	<u>1er Trim.</u>	<u>2º Trim.</u>	<u>3er Trim.</u>
Cigarrillos	123,9	132,1	142,8
Cigarros	26,0	45,8	45,8
Logística	47,2	48,4	53,7
Otros y ajustes	0,9	2,3	-7,2
<b>Total</b>	<b>198,0</b>	<b>228,5</b>	<b>235,1</b>

## VENTAS ECONÓMICAS 2000 - REVISADO

	1er Trim	2º Trim	3er Trim	4º Trim	Total Año
Cigarrillos	363,7	410,3	400,1	404,2	1.578,3
Cigarros	140,9	176,2	197,5	174,4	689,0
Logística	127,8	132,1	132,1	141,5	533,5
Otros y ajustes	0,0	-1,2	2,2	-3,7	-2,7
<b>Total ajustado</b>	<b>632,4</b>	<b>717,4</b>	<b>731,9</b>	<b>716,4</b>	<b>2.798,1</b>

## EBITDA 2000 - REVISADO

	1er Trim	2º Trim	3er Trim	4º Trim	Total Año
Cigarrillos	114,5	116,9	118,5	95,8	445,7
Cigarros	18,1	33,9	33,4	31,3	116,7
Logística	40,1	42,5	42,6	42,9	168,1
Otros	3,6	7,8	3,9	9,8	25,1
<b>Total</b>	<b>176,3</b>	<b>201,1</b>	<b>198,4</b>	<b>179,8</b>	<b>755,6</b>

*Las cifras incluyen la participación anualizada de la contribución consolidada de Habanos para el año 2000*

Altadis es un Grupo recientemente creado (diciembre 99). Nuevas normas contables establecidas por el Grupo han sido aplicadas progresivamente a lo largo del año. Las cifras para el año completo 2000 han sido elaboradas de acuerdo con estas nuevas normas. Por lo tanto, las cifras trimestrales han sido revisadas para poder establecer una comparación homogénea. Las operaciones de la compañía cubana han sido integradas desde el 4 de febrero de 2000 y de acuerdo a la fecha de adquisición de sus negocios. (En las cifras anteriores de 2000, el 100% de dicha compañía se había incluido en el 4º trimestre de 2000, una vez que se materializó la compra definitiva).

## Normas contables: Aplicadas a las cifras revisadas trimestrales de 2000



Criterio : aplicar a los 4 trimestres de 2000 las normas aplicadas a cierre del año 2000

- † Las ventas económicas se refieren sólo a marcas propias de Altadis
- † Los ingresos no están neteados con los gastos
- † Los periodos de amortización se han armonizado
- † El Ebitda no incluye la participación de empleados en beneficios
- † El impuesto sobre sociedades se refiere sólo al consolidado (sin incluir a las filiales)