



# Resultados Primer Trimestre 2002

Jueves, 16 de mayo de 2002

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



## Índice

† Magnitudes Principales	página	4
† Reestructuración y Sinergias	página	5
† Cigarrillos	página	6
† Cigarros	página	13
† Logística	página	18
† Magnitudes Financieras	página	21
† Conclusiones y Estrategia	página	27
† Apéndices	página	31

# Un trimestre de contrastes y logros dispares

- † Crecimiento de las ventas económicas del 3,0%
- † Crecimiento del Ebitda del 6,2%
- † Crecimiento del Beneficio de Explotación del 7,2%
- † El negocio de cigarrillos ha tenido que enfrentarse a unas condiciones de mercado temporalmente inestables y adversas
- † Buenos resultados en cigarros y logística



# Magnitudes Principales - Primer trimestre 2002



	Cigarrillos 53% (*)	Cigarros 25% (*)	Logística 22% (*)
<b>Posición en el Mercado</b>	† Nº 3 en Europa Occidental † Nº 1 en España † Nº 2 en Francia	† Nº 1 Mundial	† 150.000 puntos de venta en Europa Occidental
<b>Volumen</b>	† 23,4 bn de unidades (**)	† 706 mn de unidades	† €1,706 mn (***)
<b>Ventas Económicas (Crecimiento)</b>	† €374,4 mn (- 2,6%)	† €173,5 mn (+ 13,1%)	† €156,1 mn (+ 11,4%)

Grupo €mn	1er Trimestre	
	Ventas Económicas:	€705,8 mn
EBITDA:	€210,2 mn	(+ 6,2%)
Beneficio Neto:	€87,8 mn	(+ 6,2%)
Plantilla:	20.094	

(\*) de las Ventas Económicas del Grupo (\*\*) incluyendo 1,6 billones de marcas concedidas bajo licencia a terceros  
 (\*\*\*) ventas contabilizadas de Logística

# Reestructuración y Sinergias mejoran los costes en € 153 millones



## LA REESTRUCTURACIÓN APORTARÁ BENEFICIOS DE 83 MILLONES DE EUROS

- † 2001-2002: Implementación de una importante reestructuración en España
- † Reducción total de plantilla de 2.000 empleados para finales del año 2002. Hasta la fecha, de 1.168 (164 en el primer trimestre de 2002)
- † Coste total de 316 millones de euros, totalmente provisionado en el año 2000
- † Beneficios recurrentes totales de 83 millones de euros  
(2001: € 24 mn                      2002e: € 50 mn                      2003e: € 83 mn)

## LAS SINERGIAS APORTARÁN BENEFICIOS DE MÁS DE 70 MILLONES DE EUROS

- † Rango de sinergias totales para 2003: € 70 mn a € 100 mn
- † 2002: Beneficios adicionales de € 15 a 20 mn (además de los € 48 mn a finales de 2001)
- † 2000-2001: Fusión de las compañías en EE.UU., compras y procesos, infraestructuras comerciales y de oficinas centrales
- † 2002: sistemas informáticos, otros beneficios procedentes de las compras y procesos y optimización de las infraestructuras organizativas

## Cigarrillos

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

53% de las ventas económicas del Grupo

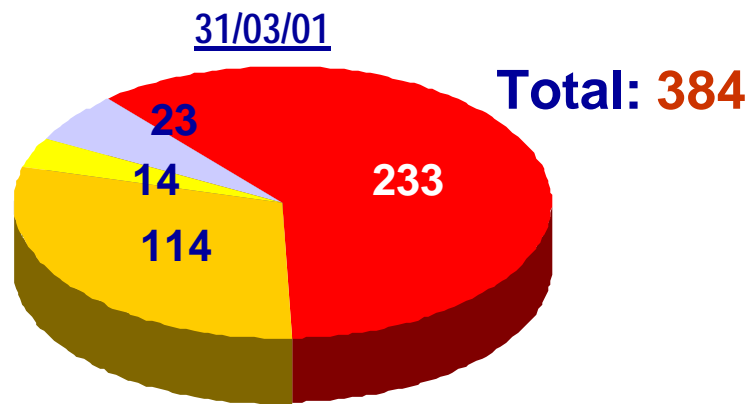
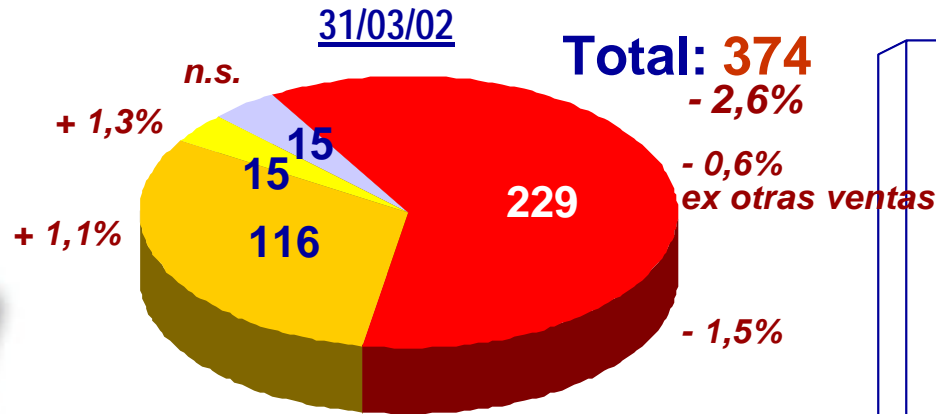
57% del Ebitda del Grupo

Margen de Ebitda: 32% de las ventas económicas (-0,3 puntos)



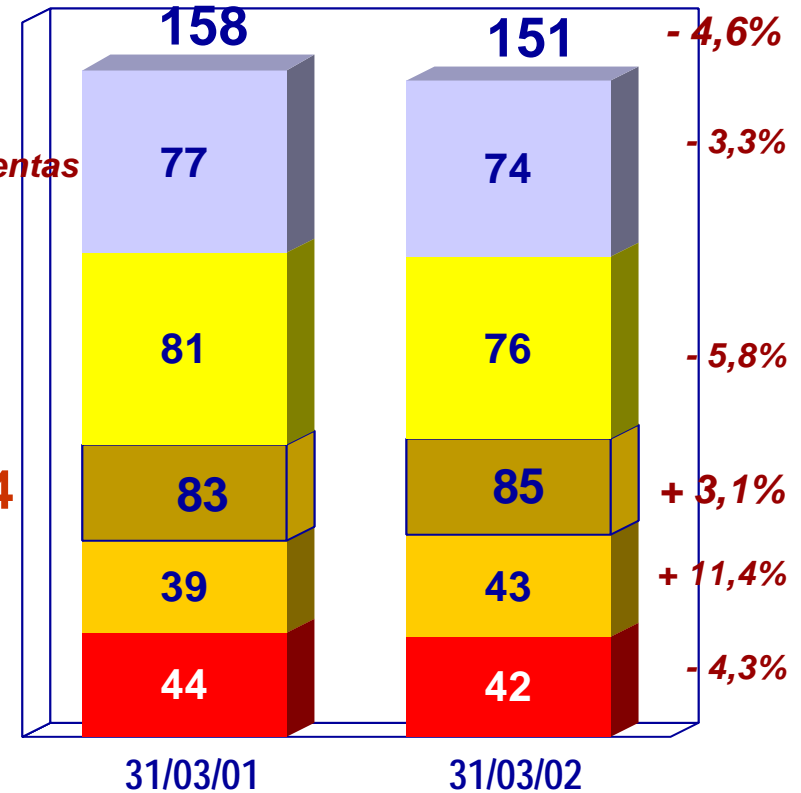
# Mercados temporalmente inestables

Segmentos (€mn) y Crecimiento 01-02



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

Principales marcas (€mn) y Crecimiento 01-02

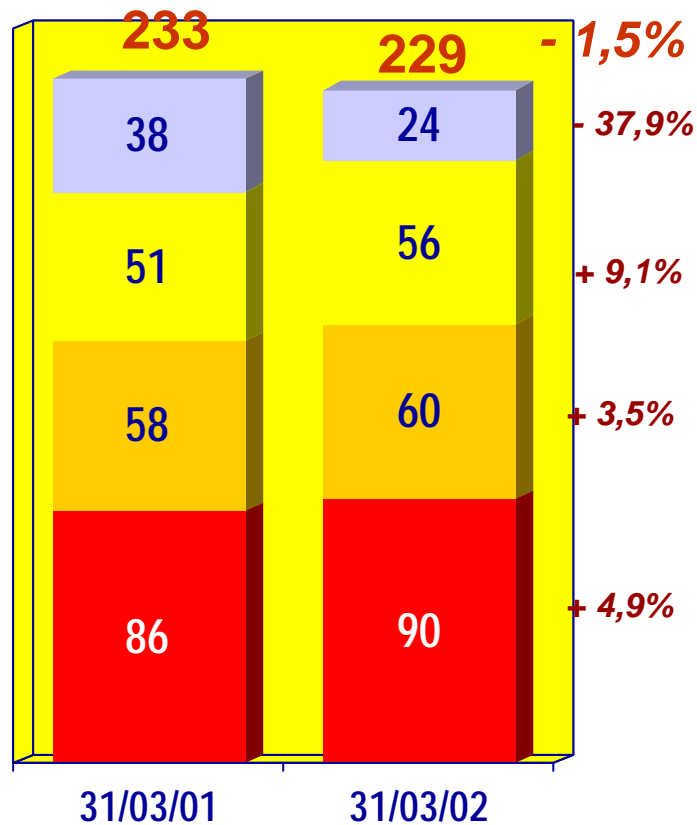


- Fortuna
- Gauloises Blondes
- Ducados
- Gauloises Brunas

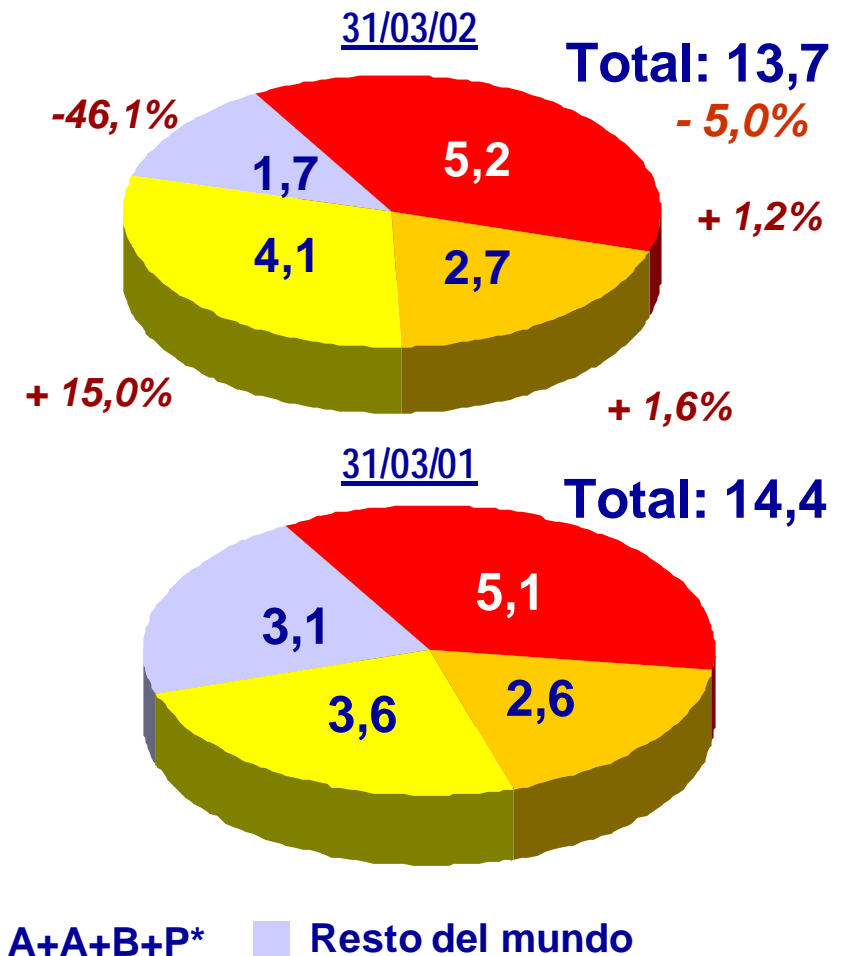


# Crecimiento del 5,1% en los mercados principales de rubio

Valor (€mn) y Crecimiento 01-02



Principales marcas (€mn) y Crecimiento 01-02

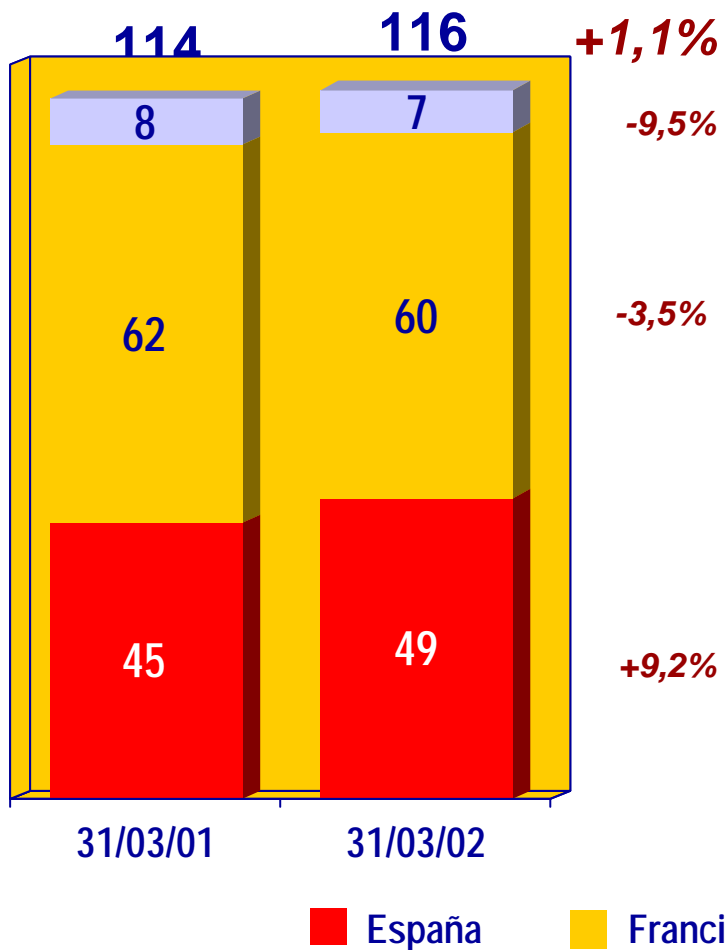


■ España    ■ Francia    ■ A+A+B+P\*    ■ Resto del mundo

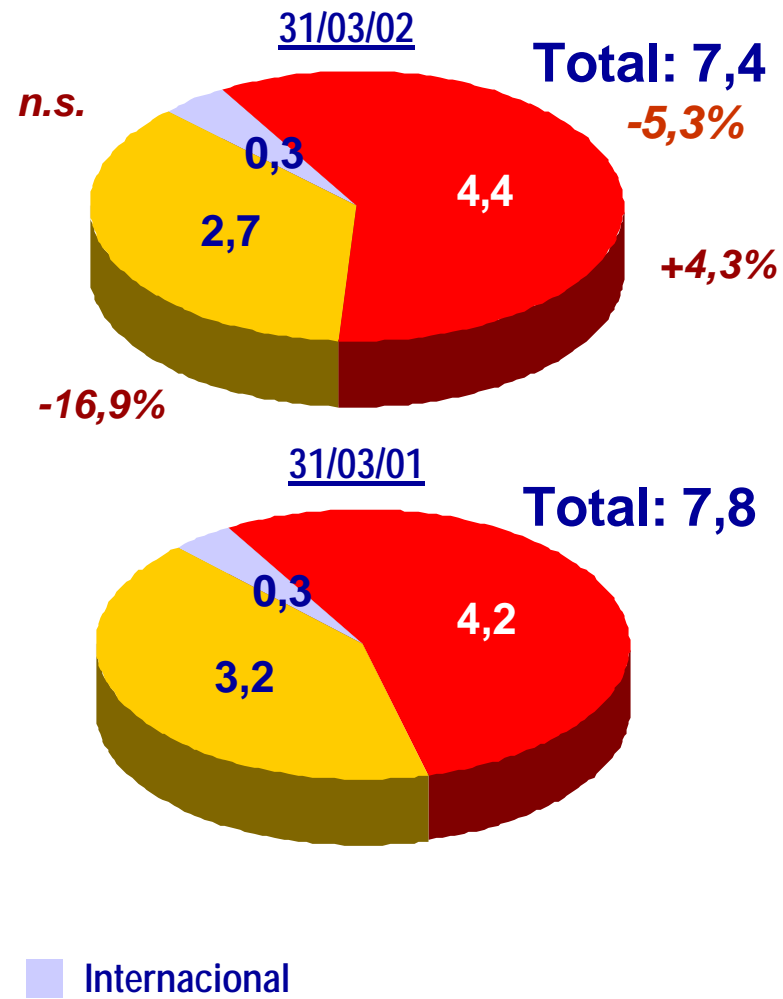
\* Alemania, Austria, BENELUX y Polonia

# Crecimiento del 1,1% en las ventas de negro, a pesar de la tendencia descendente de los volúmenes

Valor (€mn) y Crecimiento 01-02



Volumen (bn unidades) y Crecimiento 01-02



# Ventas de Gauloises Blondes: crecimiento del 6,8% en Europa



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

	1er Trim 98	1er Trim 99	1er Trim 00	1er Trim 01	1er Trim 02	TAM (98-02)
<b>Alemania</b>						
† Volumen	886	975	1.188	1.419	1.491	13,90%
† Ventas	16,1	19,5	25,8	31,0	31,1	17,85%
<b>Austria</b>						
† Volumen	93	109	169	134	203	21,52%
† Ventas	1,4	1,9	3,1	2,4	3,8	28,73%
<b>Bélgica/Luxemburgo</b>						
† Volumen	94	119	95	152	127	7,73%
† Ventas	1,5	2,2	1,8	3,1	2,8	16,65%
<b>Resto del mundo</b>						
† Volumen	517	585	957	1.136	666	6,55%
† Ventas	6,3	7,4	12,5	16,4	9,5	10,75%
<b>Total (sin incluir Francia)</b>						
† Volumen	1.590	1.787	2.409	2.842	2.487	11,83%
† Ventas	25,4	30,9	43,2	52,9	47,2	16,73%



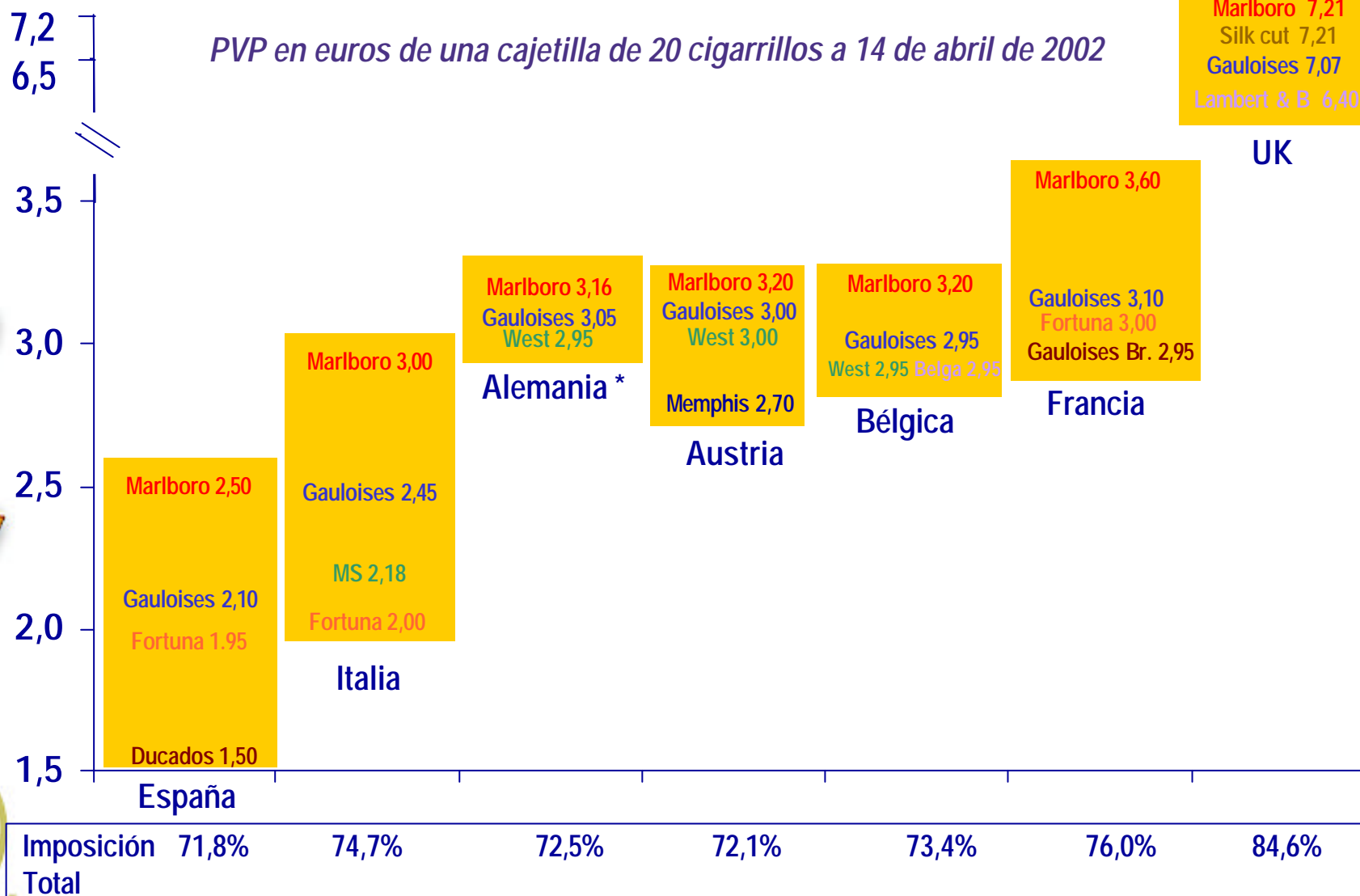
# Evolución positiva de la cuota de rubio en los mercados principales

*(Volumen en millones de cigarrillos)  
(Cuota de mercado en porcentaje)*

	Q1 01	Q1 02	Var.
<b>España</b>			
† Volumen	5,1	5,2	+ 1,2%
† Cuota de Mercado	31,76%	31,3%	- 0,46
<b>Francia</b>			
† Volumen	2,6	2,7	+ 1,6%
† Cuota de Mercado	16,0%	17,0%	+ 1,00
<b>Alemania</b>			
† Volumen	1,4	1,6	+ 14,3%
† Cuota de Mercado	4,3%	4,8%	+ 0,50
<b>Austria</b>			
† Volumen	0,211	0,246	+16,6%
† Cuota de Mercado	5,95%	6,77%	+ 0,82
<b>Bélgica/ Luxemburgo</b>			
† Volumen	0,245	0,236	-3,7%
† Cuota de Mercado	6,21%	5,97%	- 0,24
<b>Polonia</b>			
† Volumen	1,776	2,246	+26,5%
† Cuota de Mercado	10,40%	13,30%	2,90



# Alto potencial de subida de precios, especialmente en España



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

\* PVP para un paquete de 20 cigarrillos. Para el paquete de 19 cigarrillos (paquete estándar) el precio es de 3,00, 2,90 y 2,80 euros, respectivamente.

## Cigarros

El negocio de cigarros capitaliza progresivamente su posición de liderazgo mundial y consigue la recuperación de Habanos.

25% de las ventas económicas del Grupo

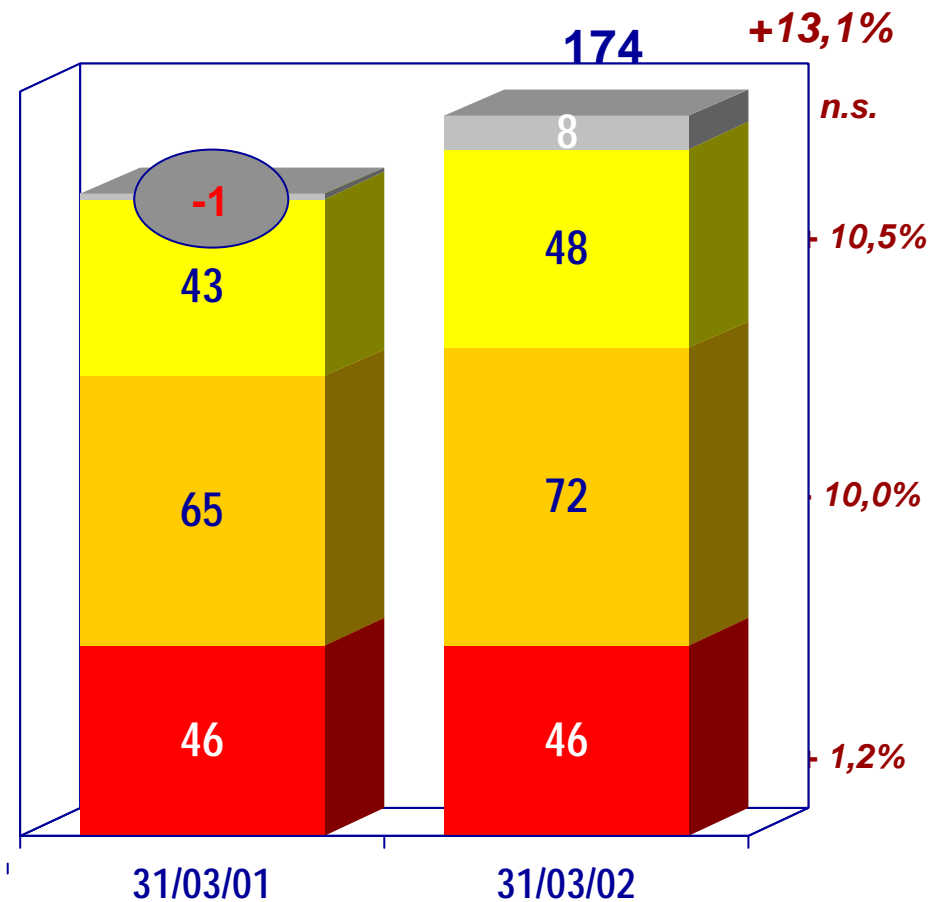
17% del Ebitda del Grupo

Margen de Ebitda: 20% de las ventas económicas (+3,5 puntos)



# Fuerte crecimiento de las ventas de cigarros en valor

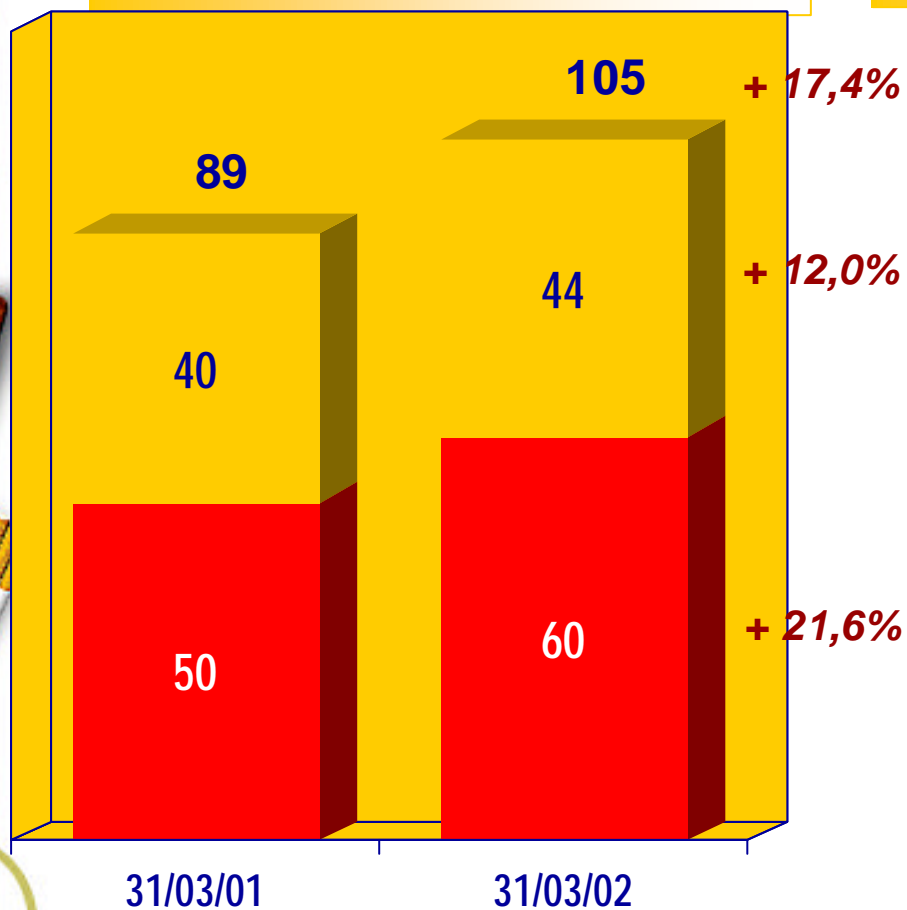
Ventas Económicas (€mn) y Crecimiento 01-02



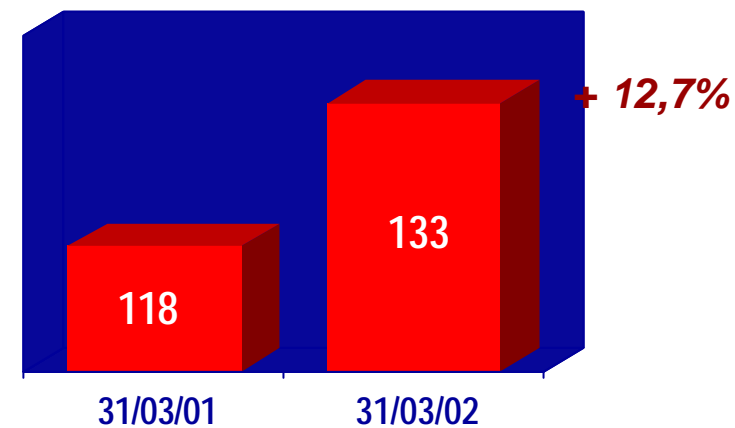
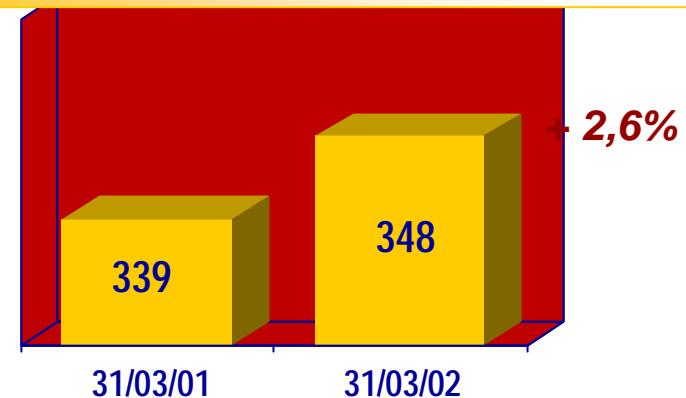
■ **Premium y Habanos (50%)**
■ **Natural**
■ **Mass (Popular + Little)**
■ **Otras ventas**

# USA: evolución muy positiva en todos los segmentos

Valor (€mn) y Crecimiento 01-02



Volumen (mn de unidades) y Crecimiento 01-02



■ Premium y Natural

■ Mass (Popular + Little)

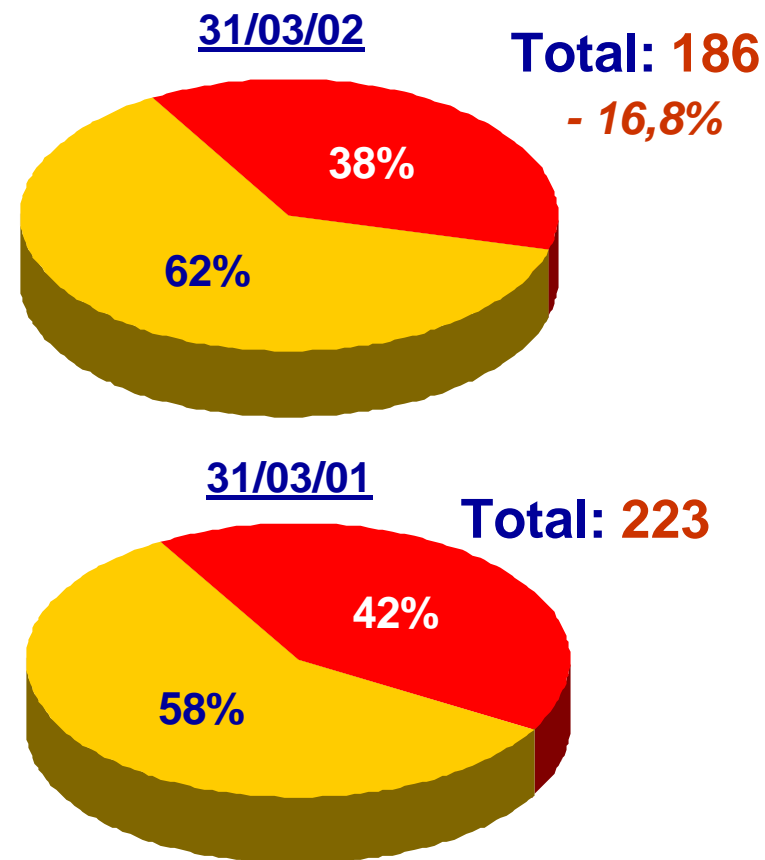
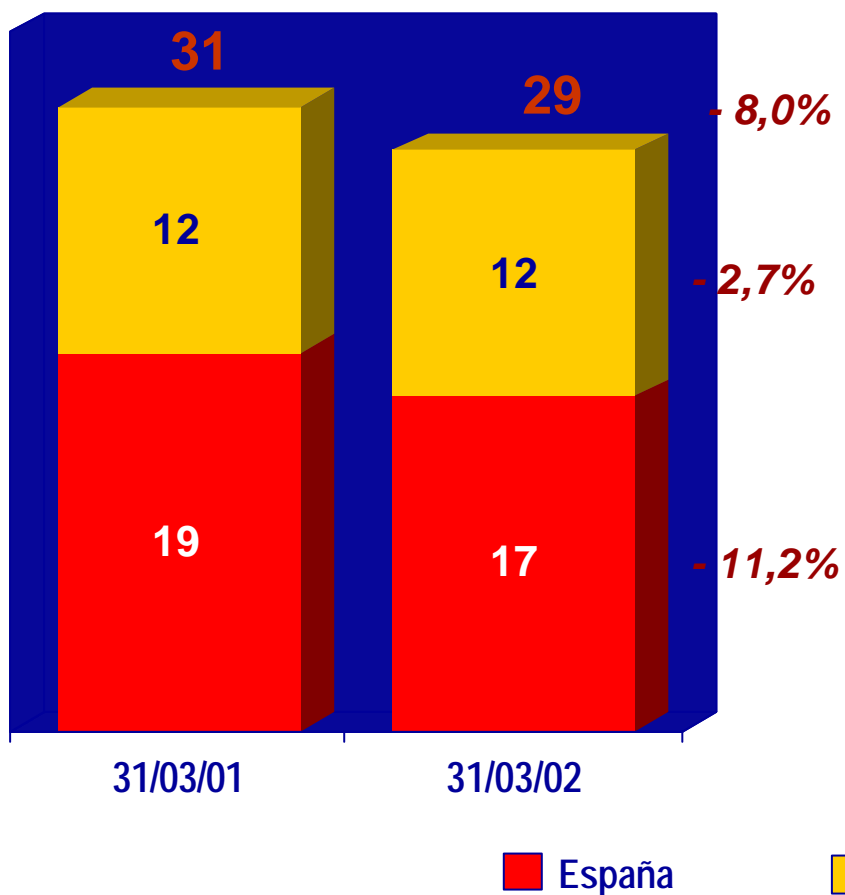
# Habanos: lenta recuperación del sector de artículos de lujo

- † Incremento de las ventas: muy significativo en cuanto a volúmenes (+28%), con el lanzamiento de marcas de formato pequeño, y en valor (+1,8%), hasta 28 millones de euros, a pesar del mal momento que atraviesa el sector de artículos de lujo
- † Mejora de los márgenes: crecimiento del margen de Ebitda de 2,53 puntos porcentuales
- † Mejora de la calidad desde excelente hacia inmejorable
- † Nueva estrategia de *marketing*

# Condiciones desfavorables temporales en los mercados de España y Francia

Valor (€mn) y Crecimiento 01-02

Volumen (mn de unidades) y Crecimiento 01-02



## Logística

Crecimiento de las actividades vinculadas al tabaco e importante crecimiento de las no tabaqueras

22% de las ventas económicas del Grupo

24% del Ebitda del Grupo

Margen de Ebitda: 32% de las ventas económicas (-1,3 puntos)



# Las actividades tabaqueras crecen un 4,1%, en línea con la evolución de los mercados

Número de puntos de venta 50.000

Ventas económicas (€mn)	31/03/01	31/03/02	Variación
† España y Portugal	33,1	37,1	+ 12,1%
† Francia	44,4	42,6	- 4,2%
† Eliminación (operaciones intercompañías)	- 2,8	- 1,9	-
<b>TOTAL</b>	<b>74,7</b>	<b>77,8</b>	<b>+ 4,1%</b>

*Nota: Las normas contables del Grupo Altadis difieren de las de Logista, por lo que puede haber pequeñas diferencias con las cifras publicadas por Logista*

# Importante crecimiento del 19,7% de las actividades no tabaqueras

Número de puntos de venta 150.000

Ventas económicas (€mn)

31/03/01

31/03/02

Variación

† España y Portugal \*

34,3

41,7

+ 21,6%

† Francia

31,1

36,6

+ 17,7%

TOTAL

65,4

78,3

+ 19,7%

\* Cambio en el perímetro de consolidación: las cifras de 2002 incluyen 1 mes de las actividades de Burgal

Nota: Las normas contables del Grupo Altadis difieren de las de Logista, por lo que puede haber pequeñas diferencias con las cifras publicadas por Logista

# Magnitudes Financieras



# Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad



Cambios vs. 1er trimestre 2001  
(Millones de euros)

Ventas económicas: + 21

Crecimiento orgánico: + 7

Perimetro de consolidación: + 10

Tipo de cambio: + 5

Otros: - 1

† Subidas de precios, diferentes evoluciones en volúmenes, mejora del *mix* de productos

† Compra del Grupo Burgal

† Mayor cotización del dólar

† Impacto de ventas, mejora en costes, mayor peso de gastos fijos

† Compra del Grupo Burgal

† Mayor cotización del dólar

Crecimiento orgánico \*: + 5

Perimetro de consolidación: + 2

Tipo de cambio: + 1

Otros: + 0

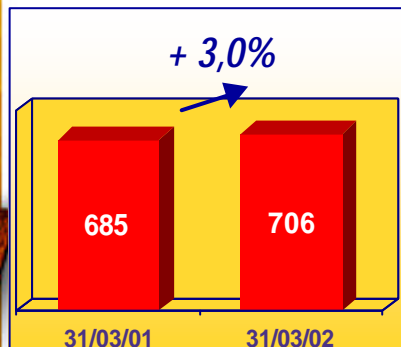
EBITDA: + 12

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

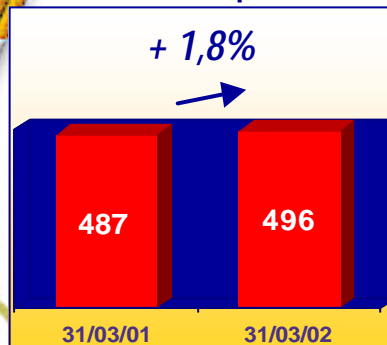
# Crecimiento del margen de Ebitda de 0,9 puntos hasta el 29,8%

(Millones de euros)

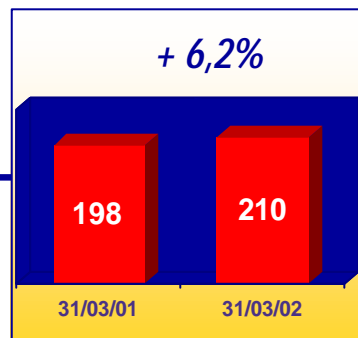
## Ventas Económicas



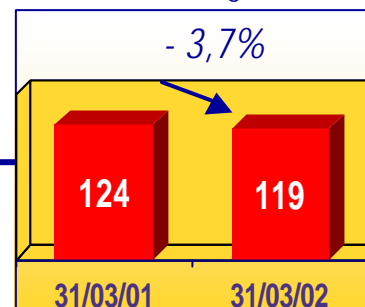
## Gastos de Explotación



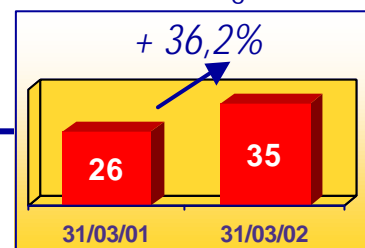
## EBITDA



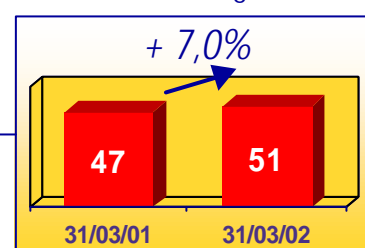
## EBITDA Cigarrillos



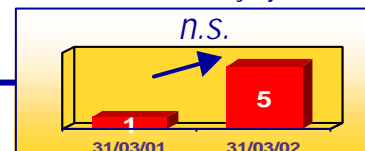
## EBITDA Cigarros



## EBITDA Logística



## EBITDA Otros y ajustes



- † Ventas de 384 a 374 millones de euros
- † Reducción de ventas por la desacumulación consecuencia de la entrada del Euro y subidas de impuestos
- † Incremento de precios
- † Reestructuración y sinergias

- † Ventas de 154 a 174 millones de euros
- † Trimestre con muy buenos resultados en EEUU
- † Concentración en marcas de mayor precio y mejora del mix de productos
- † Impacto positivo del tipo de cambio euro/dólar
- † Impacto de la reestructuración en España

- † Ventas de 140 a 156 millones de euros
- † Aumento de ventas de productos tabaqueros
- † Contribución muy positiva de nuevas ventas en productos distintos al tabaco
- † Compra del Grupo Burgal

- † Varios
- † Reducción de costes en ViaPlus

# EBITDA Primer Trimestre 2002: € 210,2 millones (+ 6,2%)



(Millones de euros)	2001	2002	01/02%
1er Trimestre			
Ventas Económicas	685,0	705,8	+ 3,0%
<b>EBITDA (Flujo de Caja de Explotación)</b>	<b>198,0</b>	<b>210,2</b>	<b>+ 6,2%</b>
<b>Beneficio de Explotación</b>	<b>159,2</b>	<b>170,7</b>	<b>+ 7,2%</b>
Resultados Financieros	(10,8)	(5,9)	-45,4%
Amortización del Fondo de Comercio	(20,4)	(22,3)	+ 9,3%
Empresas Filiales por			
Puesta en Equivalencia	4,2	2,0	- 52,4%
Resultados Extraordinarios	15,0	(3,7)	n.s.
Beneficios Antes de Impuestos	147,2	140,8	- 4,3%
Impuesto sobre Sociedades	(55,4)	(43,5)	- 21,5%
Intereses Minoritarios	(9,2)	(9,5)	+ 3,3%
<b>Beneficio Neto del Grupo</b>	<b>82,7</b>	<b>87,8</b>	<b>+ 6,2%</b>
<b>Beneficio por Acción</b> (céntimos de euro)	<b>27,07</b>	<b>28,74</b>	<b>+ 6,2%</b>
Número de acciones (millones)	305,5	305,5	

# Flujo operativo de € 247 millones

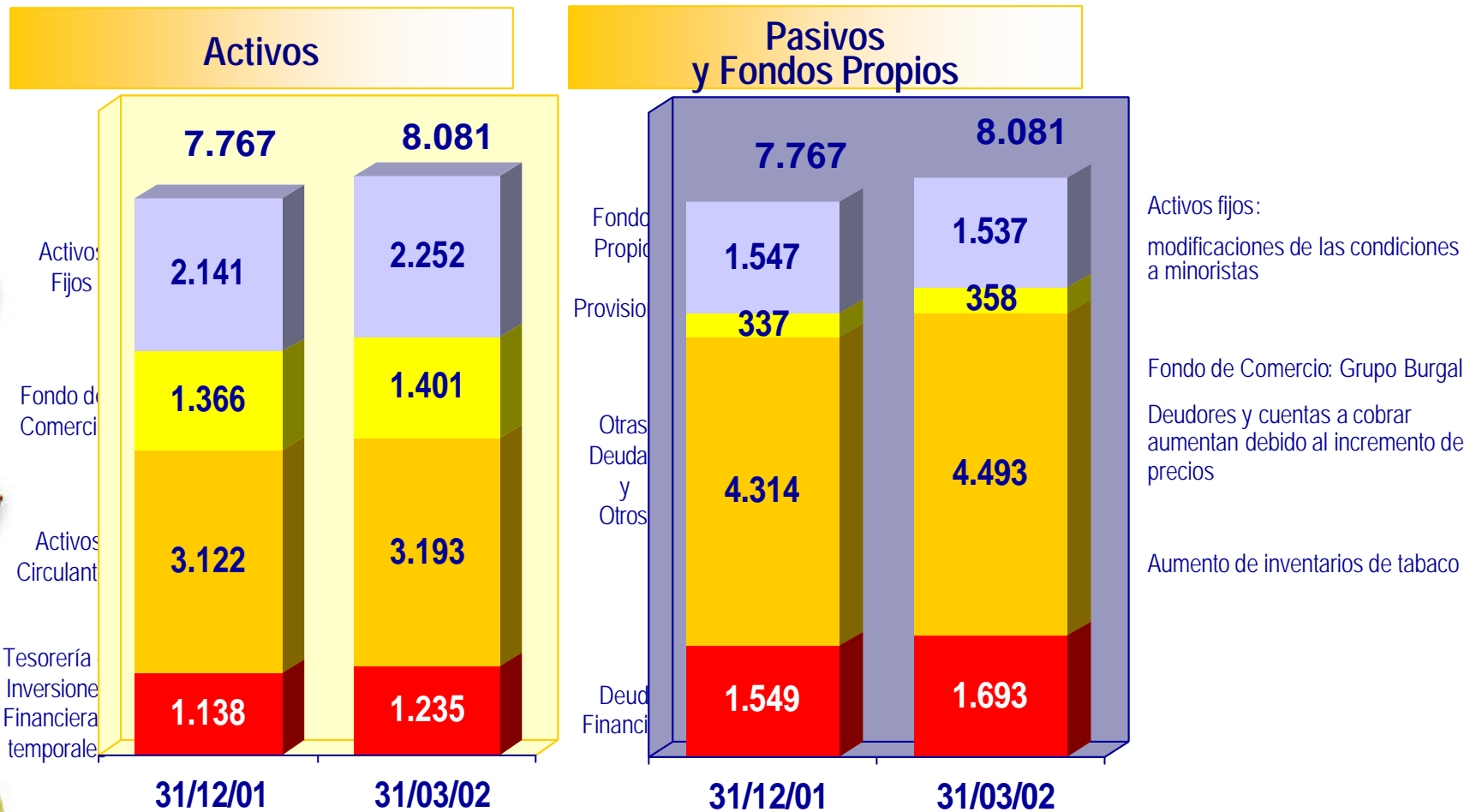
(Millones de euros)

31/03/02

Flujo operativo (Ebitda + var. capital circulante)	247	
Pagos por el impuesto de sociedades	(23)	
Gastos de reestructuración	(4)	
<b>Flujo de caja de las actividades ordinarias</b>	<b>220</b>	
Gastos por inversiones	(154)	† Compra de Burgal, modificaciones en las condiciones a minoristas
Ingresos por desinversiones	4	
<b>Flujo de caja de las actividades de inversión</b>	<b>(150)</b>	
Pagos por los intereses financieros	(3)	
Dividendos pagados	(100)	† Dividendo a cuenta
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(15)	† Recompensas de acciones
<b>Flujo de caja de las actividades de financiación</b>	<b>(118)</b>	
<b>Cambio neto en caja y equivalentes</b>	<b>(48)</b>	
Posición financiera neta inicial	(948)	
Cambio neto en caja	(48)	
Impacto de las fluctuaciones de tipo de cambio	(1)	
<b>Posición financiera neta final</b>	<b>(995)</b>	

# Balance de Situación

(Millones de euros)



Activos fijos:  
modificaciones de las condiciones a minoristas

Fondo de Comercio: Grupo Burgal

Deudores y cuentas a cobrar aumentan debido al incremento de precios

Aumento de inventarios de tabaco

Deuda financiera neta	411	458
Titulización de cuentas a cobrar a expendedores (€ mn)	537	537
<b>Posición financiera neta</b>	<b>948</b>	<b>995</b>

† Crecimiento limitado del endeudamiento durante este trimestre

\* Los fondos propios no incluyen intereses minoritarios

## Conclusiones



# Perspectiva y Estrategia: crecimiento en ventas y en resultados



## Perspectiva:

- † Buen nivel de actividad, recuperando el negocio de cigarrillos su habitual línea de crecimiento
- † Satisfactorias expectativas de crecimiento del Ebitda, del 8% al 10%, para 2002

## Estrategia:

El compromiso de Altadis es 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
- † Continuar mejorando el control de gastos
- † Optimizar la estructura financiera y la gestión del endeudamiento y de la tesorería

# Proporcionar valor a nuestros accionistas



- † 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
- † Dividendo a cuenta de 28 céntimos de euros, dividendo total de 62 céntimos de euro para 2002
- † 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

# Resultados Primer Trimestre 2002



## Apéndices

- † Calendario corporativo / Contactos
- † Fábricas en España y Francia para finales de 2002
- † Ventas de Cigarrillos de Altadis - Segmentos
- † Ventas de Cigarrillos de Altadis - Mercados/Áreas : 26% en los mercados internacionales
- † Cigarrillos - El Mercado en España : Aumento de volúmenes y precios
- † Cigarrillos - El Mercado en Francia : Disminución de volumen por acumulacion previa al incremento de precios de 7,5% el 1 de enero de 2002
- † Ventas de Picaduras de Altadis
- † Última normativa fiscal en la UE: Sin efecto negativo sobre Altadis
- † El riesgo de litigios es limitado
- † Cigarros - ventas económicas por mercados: Crecimiento muy fuerte en EEUU
- † Datos trimestrales 2001 - 1er, 2º, 3er y 4º trimestres

## Calendario

21 de mayo de 2002	Publicación de las Cuentas Anuales 2001 (Memoria)
20 de junio de 2002	Pago del dividendo complementario <i>(34 céntimos de euro por acción)</i>
2 de septiembre de 2002	Resultados Primer Semestre 2002
14 de noviembre de 2002	Resultados Nueve Primeros Meses 2002
27 de febrero de 2003	Resultados Año Completo 2002
14 de mayo de 2003	Resultados Primer Trimestre 2003

## Contactos

**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)

# Fábricas en España y Francia para finales de 2002



**Francia:**  
Después del Plan de Reestructuración  
1998-2001



-  1 fábrica
-  3 fábricas
-  2 fábricas
-  1 fábrica de picaduras

**Total: 7 fábricas**



**España: antes del plan de reestructuración - 14 fábricas**

Tras el Plan de Reestructuración  
2001-02:

-  2 fábricas
-  4 fábricas
-  2 fábricas

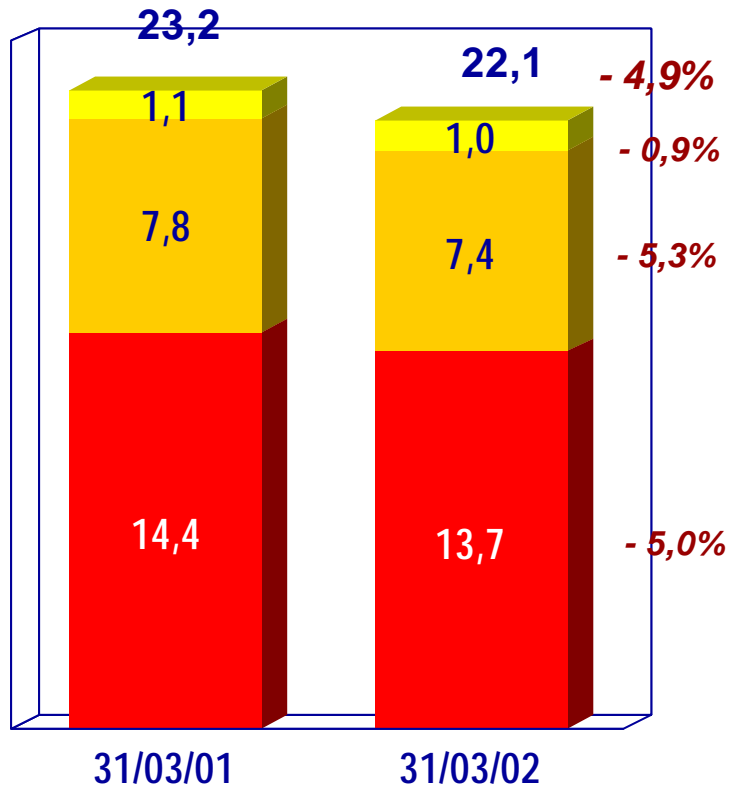
**Total: 4 fábricas principales 33**  
**4 fábricas de apoyo**



# Ventas de Cigarrillos de Altadis - Segmentos

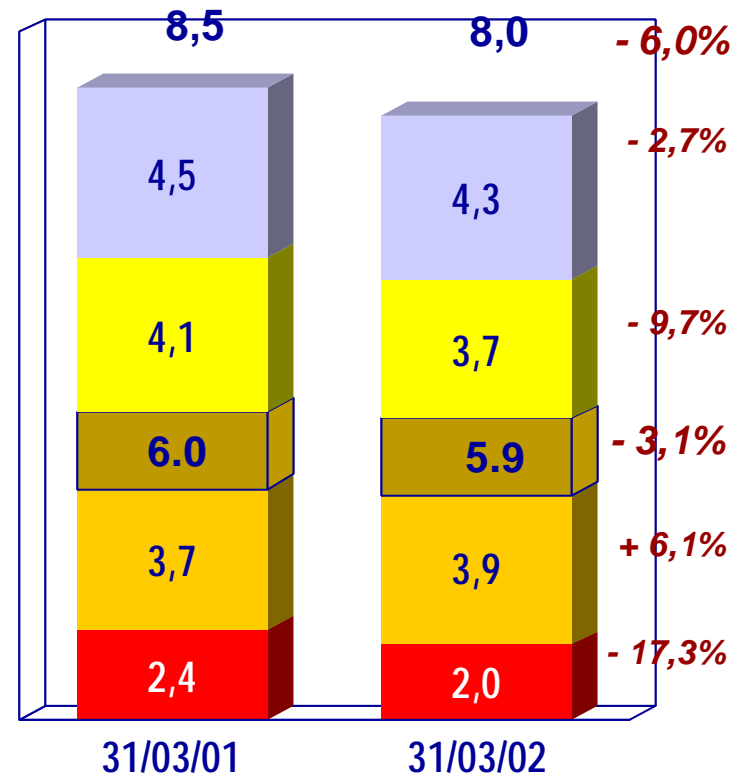


Segmentos (bn unidades)  
y Crecimiento 01-02



- Picaduras
- Negro
- Rubio

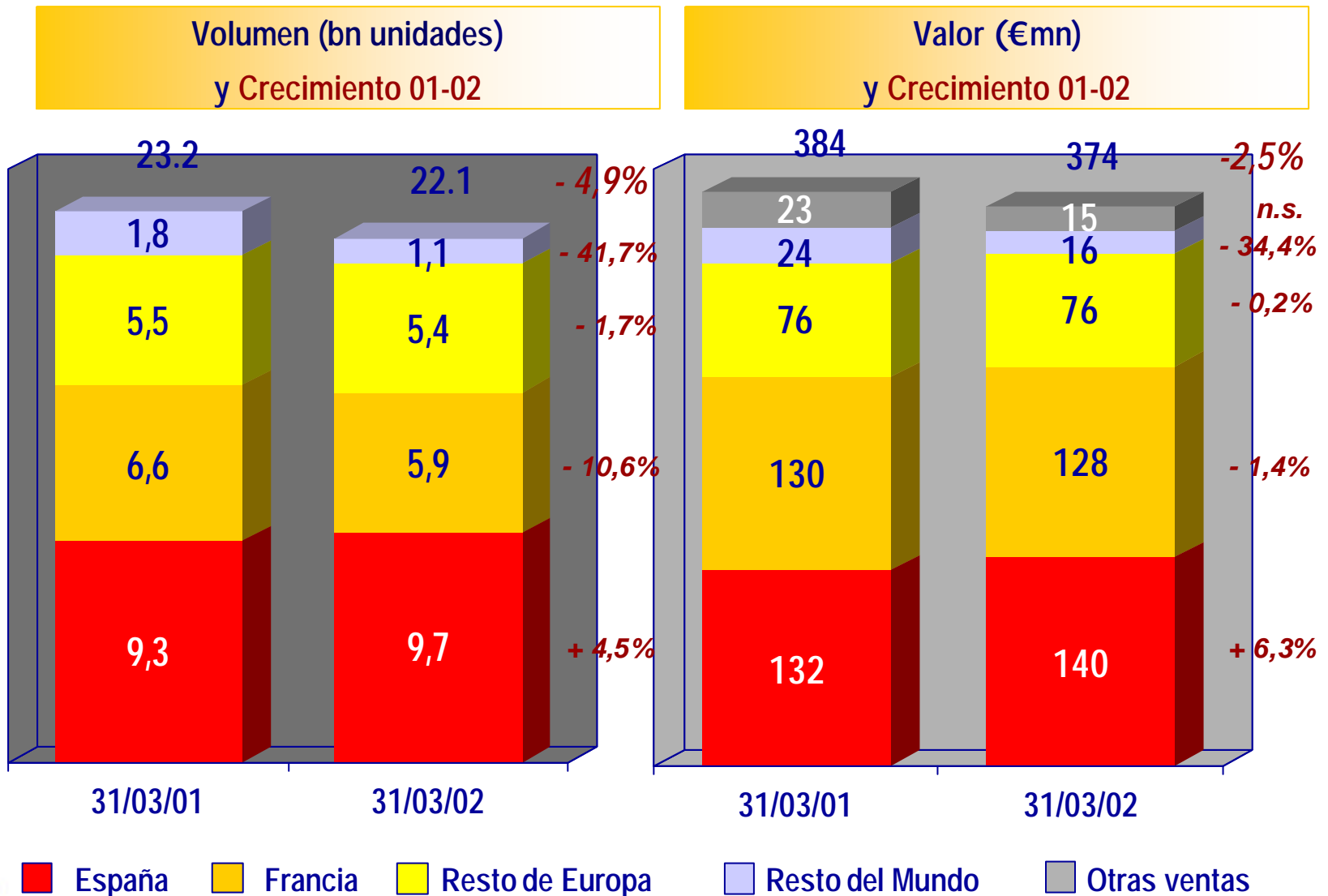
Principales Marcas (bn unidades)  
y Crecimiento 01-02



- Fortuna
- Gauloises Blondes
- Ducados
- Gauloises Brunes

Volúmen de licencias: 1,6 bn en 2002 y 1,5 bn 2001

# Ventas de Cigarrillos de Altadis - Mercados/Áreas: 26% en los mercados internacionales

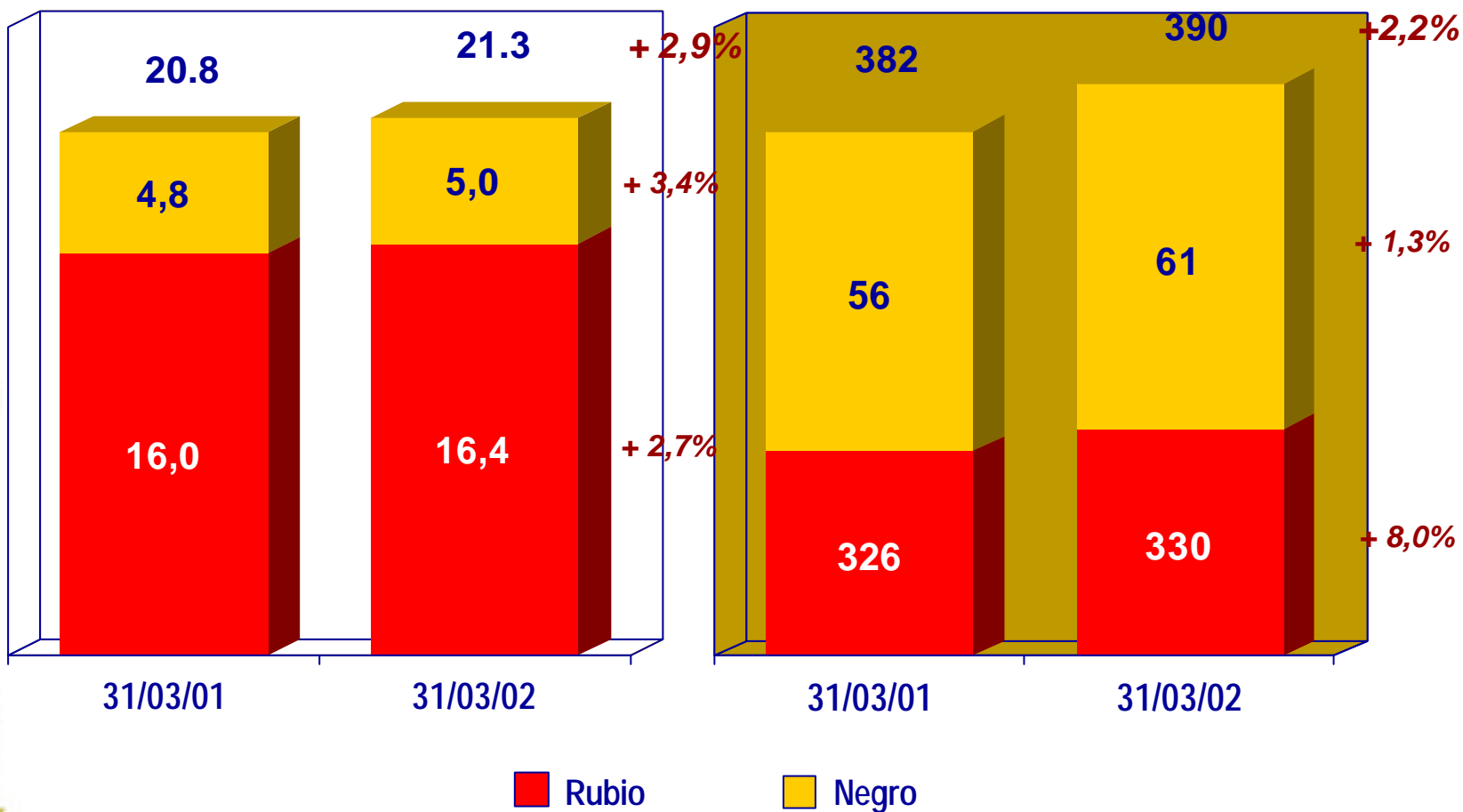


Volúmen de licencias: 1,6 bn en 2002 y 1,5 bn 2001

# Cigarrillos - El Mercado en España: Aumento de volumen y valor

Volumen (bn unidades)  
y Crecimiento 01-02

Valor (€mn)  
y Crecimiento 01-02



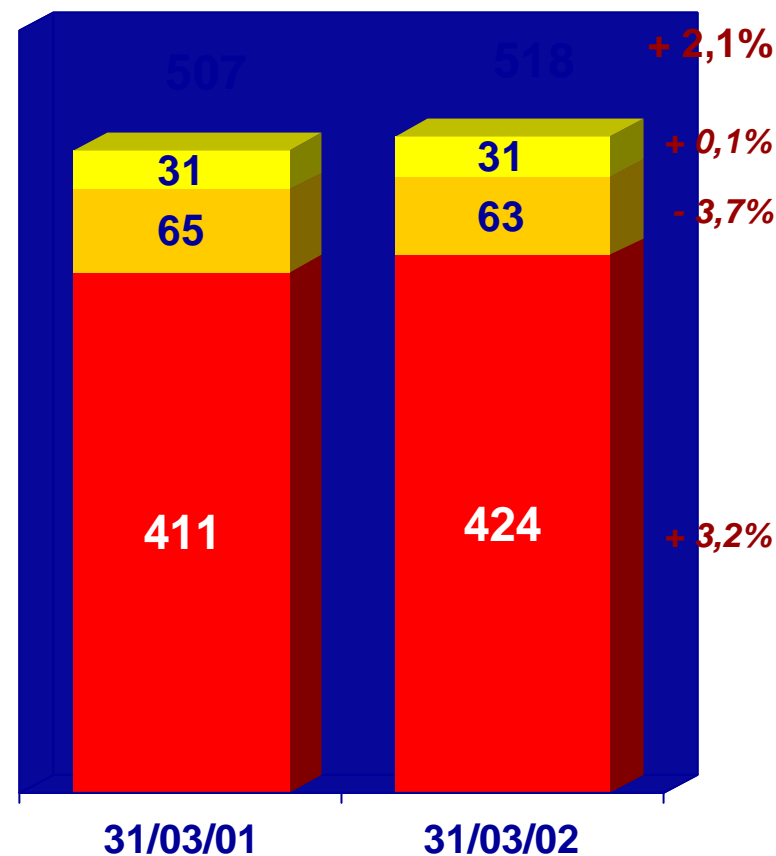
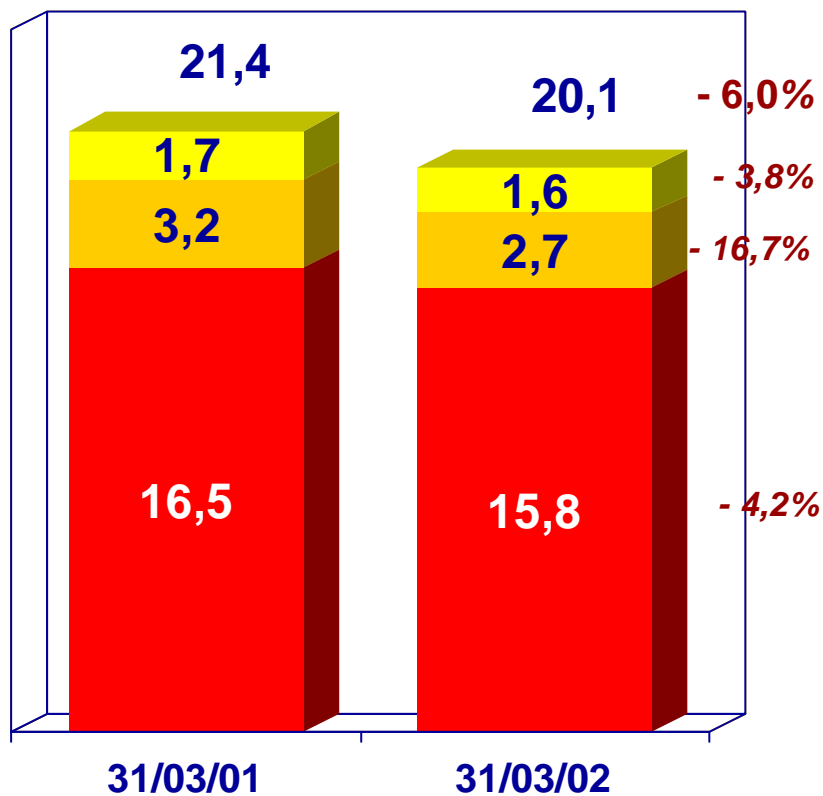
Nota : Las ventas de picaduras en España no son significativas

# Cigarrillos y Picaduras - El Mercado en Francia: Disminución de volumen por acumulacion previa al incremento de precios del 7,5% el 1 de enero de 2002



Volumen (bn unidades)  
y Crecimiento 01-02

Valor (€mn)  
y Crecimiento 01-02



■ Rubio     
 ■ Negro     
 ■ Picaduras

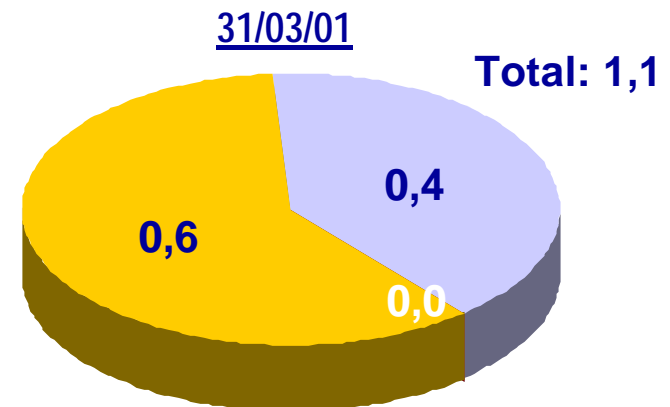
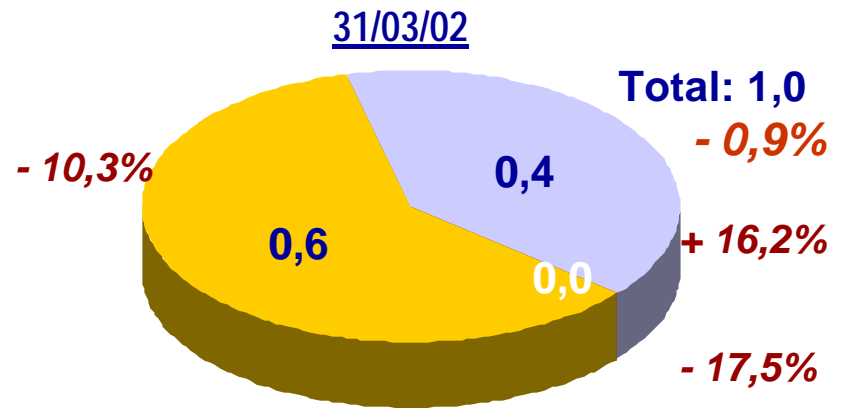
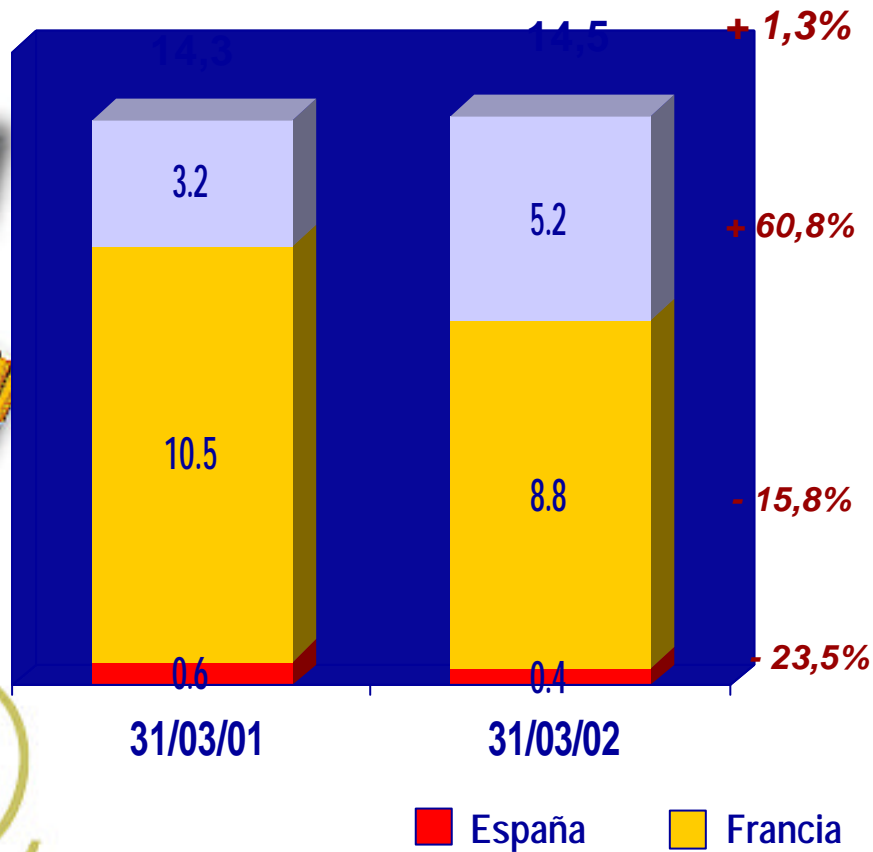


# Ventas de Picaduras de Altadis



Valor (€mn) y Crecimiento 01-02

Volumen (bn unidades) y Crecimiento 01-02



# Última normativa fiscal en la UE: Sin efecto negativo sobre Altadis




## Situación desde abril de 2002

	España		Francia
	Fortuna (MPPC*)	Marlboro	Marlboro (MPPC*)
PVP (Euros)	1,95	2,50	3,60
Impuesto especial (% s/PVP)	57,95%	57,20%	59,01%
Impuesto (Euros / 1.000 cigarrillos)	56,50	71,50	106,21

## Directiva de la UE

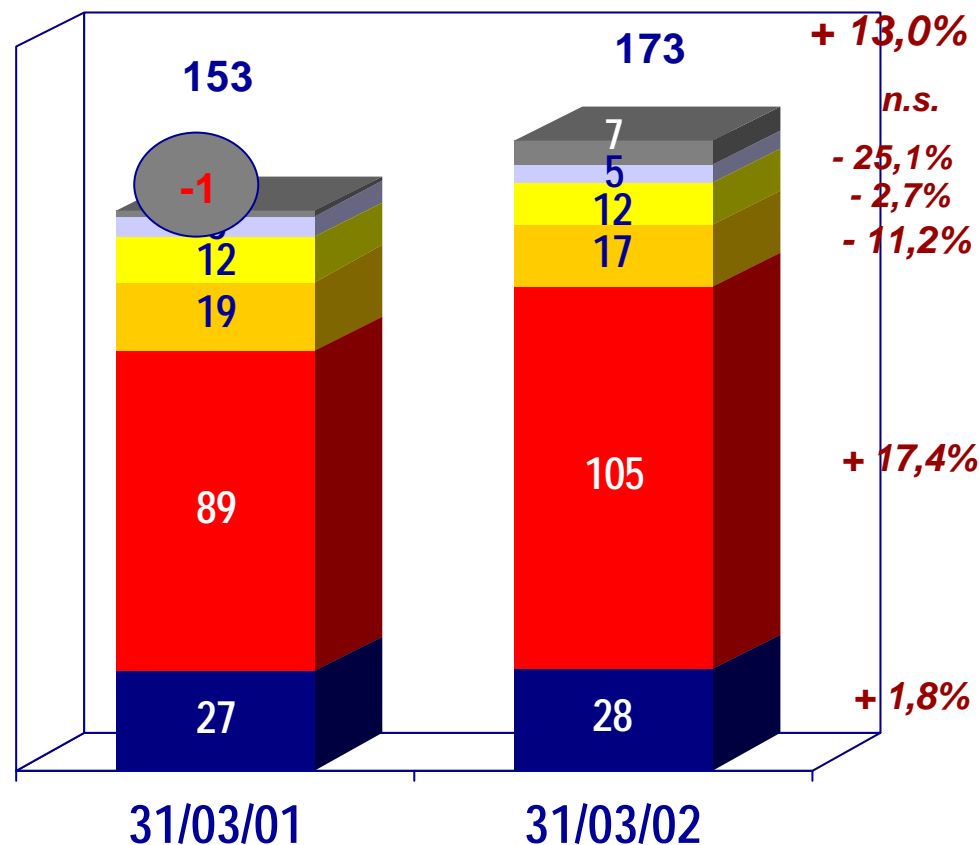
- † Impuesto especial mínimo sobre la MPPC por cada 1.000 cigarrillos : 60 euros (a partir de Julio de 2002, enero de 2005 para España) y 64 euros (a partir de Julio de 2006, enero de 2008 para España).
- † Los nuevos requisitos fiscales están en línea y corroboran la política de precios proyectada por Altadis.
  - + España:
    - † El mínimo de 60 euros supone un incremento promedio anual del 3,8% sobre la MPPC\* (Fortuna) en el periodo 2002-2004.
    - † El mínimo de 64 euros supone un incremento promedio anual del 2,4% en el periodo 2005-2007.
  - + No afecta a ningún otro país (Francia, Alemania).

\* MPPC: Categoría de precios más vendida

- 
- † Situación de Altadis:
    - † 12 demandas individuales en curso + asociaciones de enfermos de cáncer de laringe + Junta de Andalucía
    - † 9 sentencias favorables, ninguna resolución final desfavorable
    - † El 10 de septiembre de 2001, el juzgado de apelaciones en el caso Gurlain dictaminó una sentencia muy 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 económicas por mercados: Crecimiento muy fuerte en EEUU

Ventas Económicas (€mn) y Crecimiento 01-02



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

# Datos trimestrales 2001 - 1er, 2º, 3er y 4º trimestres



## VENTAS ECONÓMICAS 2001

	1er Trim	2º Trim	3er Trim	4º Trim	Total Año
Cigarrillos	384,2	411,3	413,6	410,3	1.619,4
Cigarros	153,4	213,7	202,0	211,6	780,8
Logística	140,1	143,4	145,7	172,0	601,2
Otros y ajustes	7,2	11,7	17,0	39,5	75,5
<b>Total</b>	<b>685,0</b>	<b>780,1</b>	<b>778,3</b>	<b>833,4</b>	<b>3.076,9</b>

## EBITDA 2001

	1er Trim	2º Trim	3er Trim	4º Trim	Total Año
Cigarrillos	123,9	132,1	142,8	119,6	518,5
Cigarros	26,0	45,8	45,8	42,1	159,7
Logística	47,2	48,4	53,7	56,3	205,5
Otros	0,9	2,3	-7,2	7,0	2,9
<b>Total</b>	<b>198,0</b>	<b>228,5</b>	<b>235,1</b>	<b>225,0</b>	<b>886,6</b>