



Resultados Primer Semestre 2001

www.altadis.com



Introducción



Altadis ha obtenido el crecimiento esperado en el primer semestre de 2001



- † Crecimiento de las ventas económicas del 8,5%
- † Crecimiento del Ebitda del 13%
Crecimiento del Beneficio de Explotación del 17,9%
- † Las tres líneas de negocio han contribuido al crecimiento



Magnitudes Principales del 2º trimestre y 1º semestre de 2001



	Cigarrillos	Cigarros	Logística
Posición en el Mercado	† N° 3 en Europa Occidental † N° 1 en España † N° 2 en Francia	† N° 1 Mundial	† 141.000 puntos de venta en Europa Occidental
Volumen	† 47,3 bn ⁽²⁾ de unidades	† 1.583 mn de unidades	† €3.472 mn ⁽¹⁾
Ventas Económicas (Crecimiento)	† €796 mn (+ 2,8%)	† €367 mn (+ 15,8%)	† €284 mn (+ 9,1%)

Grupo €mn	2º Trimestre	1º Semestre
	Ventas Económicas:	€780 mn (+ 8,7%)
EBITDA:	€229 mn (+ 13,6%)	€427 mn (+ 13,0%)
Beneficio Neto:	€94 mn (+ 60,9%)	€177 mn (+ 34,3%)
Plantilla:	20.760 empleados	20.760 empleados

(1) Valor bruto de productos vendidos

(2) 1 bn = mil millones

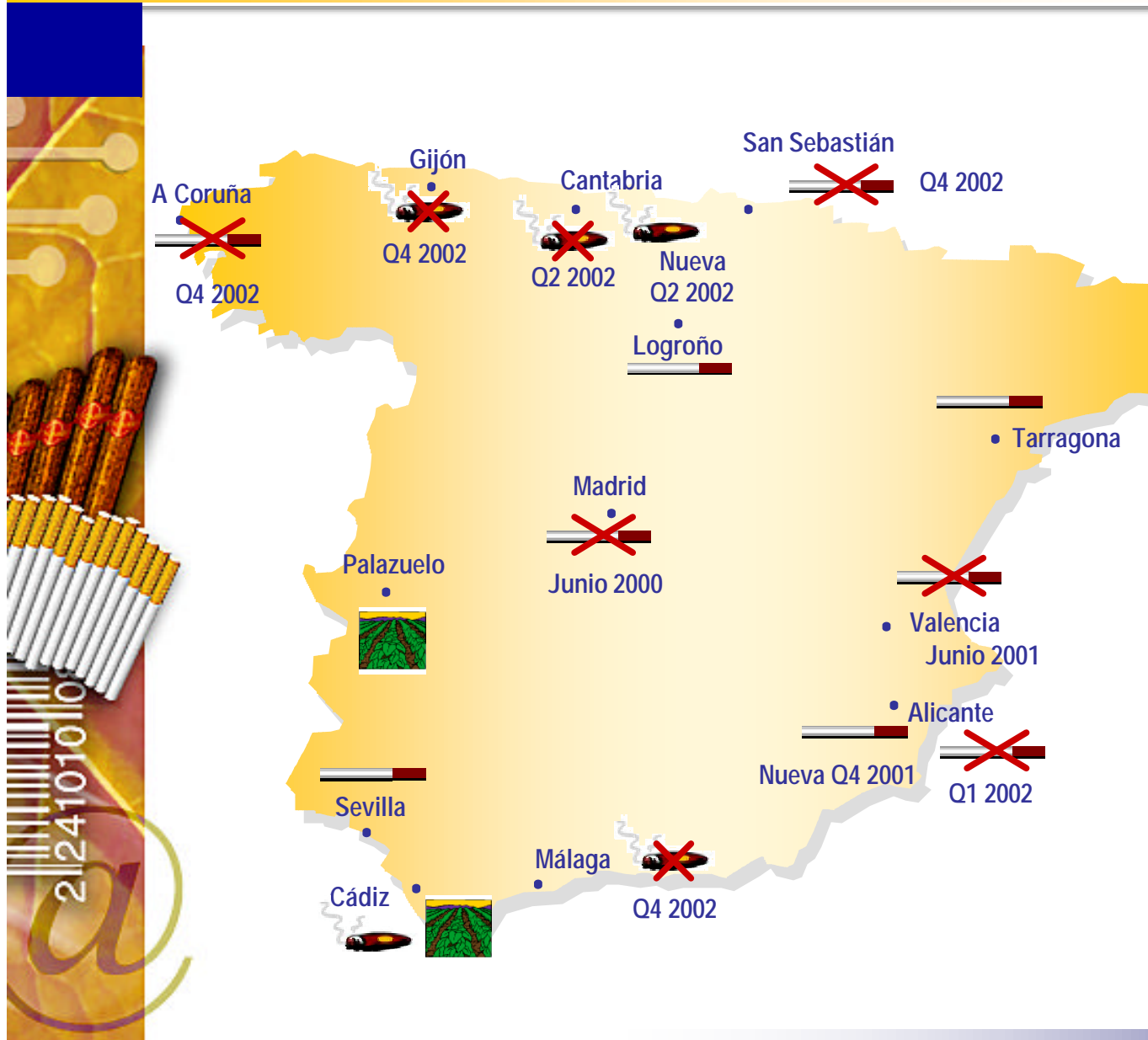
† Tras dos importantes reestructuraciones

- † 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 más de 2000 empleados en un plazo de 2 años
 - † Reducción de 698 empleados hasta finales de junio 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 |
|--------------|--------------|--------------|

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**

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.

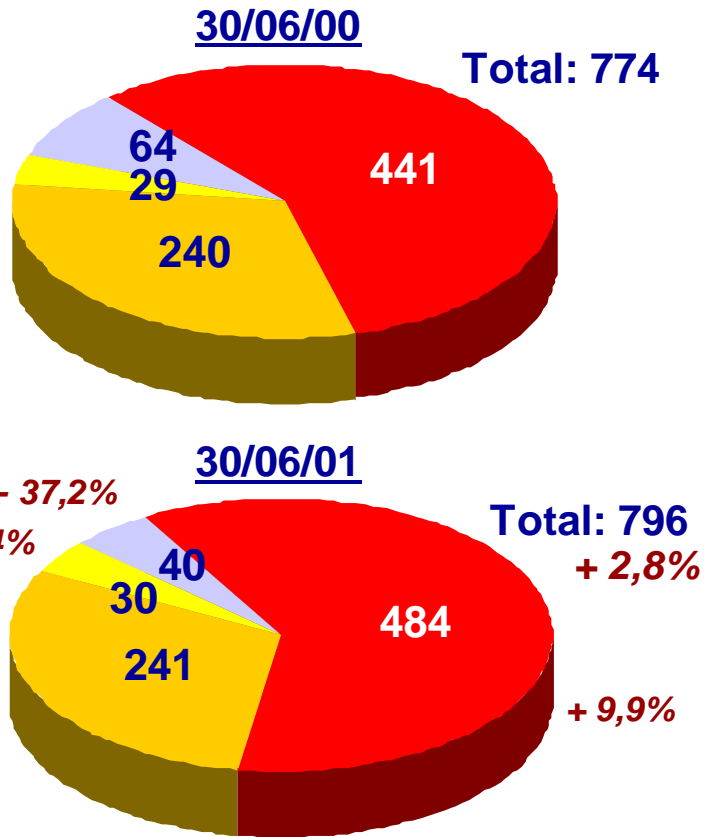
**54% de las ventas económicas del Grupo
60% del Ebitda del Grupo
Margen del Ebitda: 32% de las ventas económicas**



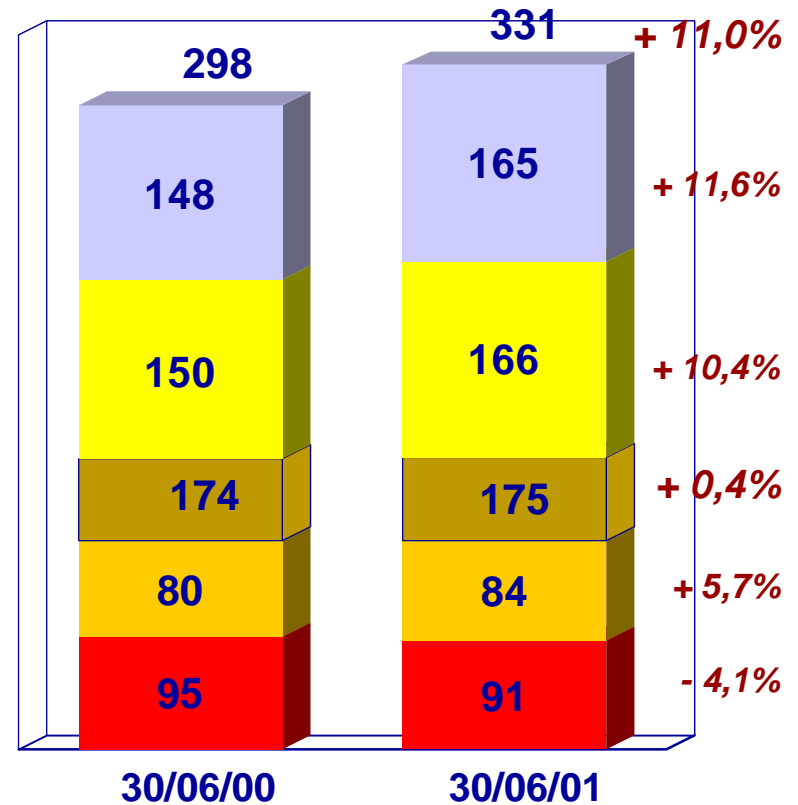
Crecimiento de las ventas netas de las principales marcas del 11,0 %



Segmentos (€mn) y Crecimiento 00-01



Principales marcas (€mn) y Crecimiento 00-01



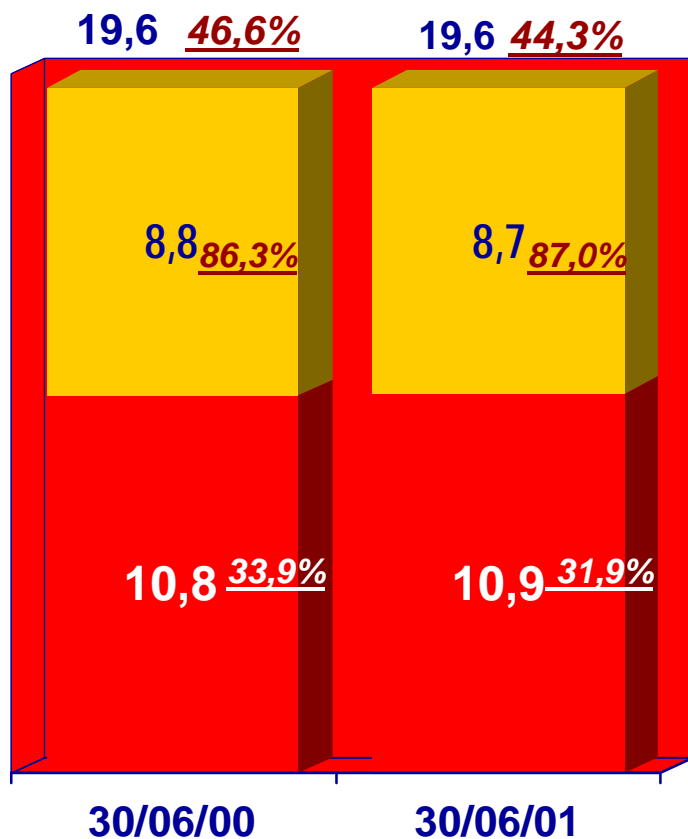
- | | |
|-----------------|-------------------|
| Otras ventas | Fortuna |
| Picaduras (RYO) | Gauloises Blondes |
| Negro | Ducados |
| Rubio | Gauloises Brunes |



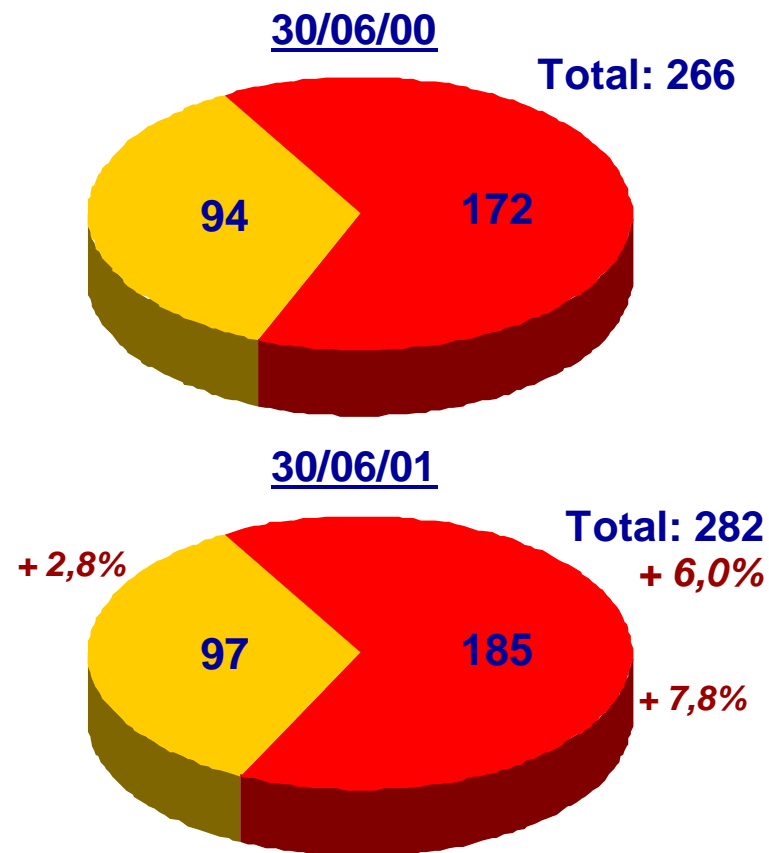
Crecimiento en valor del 6% de nuestro mercado doméstico en España



Volumen (bn unidades) y Cuota de Mercado



Valor (€mn)



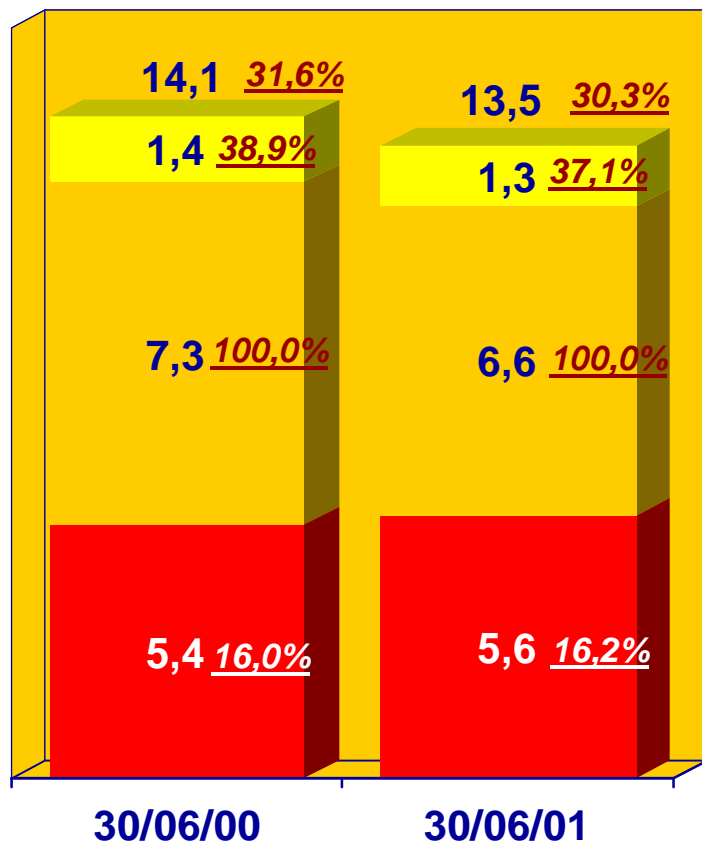
■ Rubio
 ■ Negro

Note : Las ventas de picaduras en España no son significativas

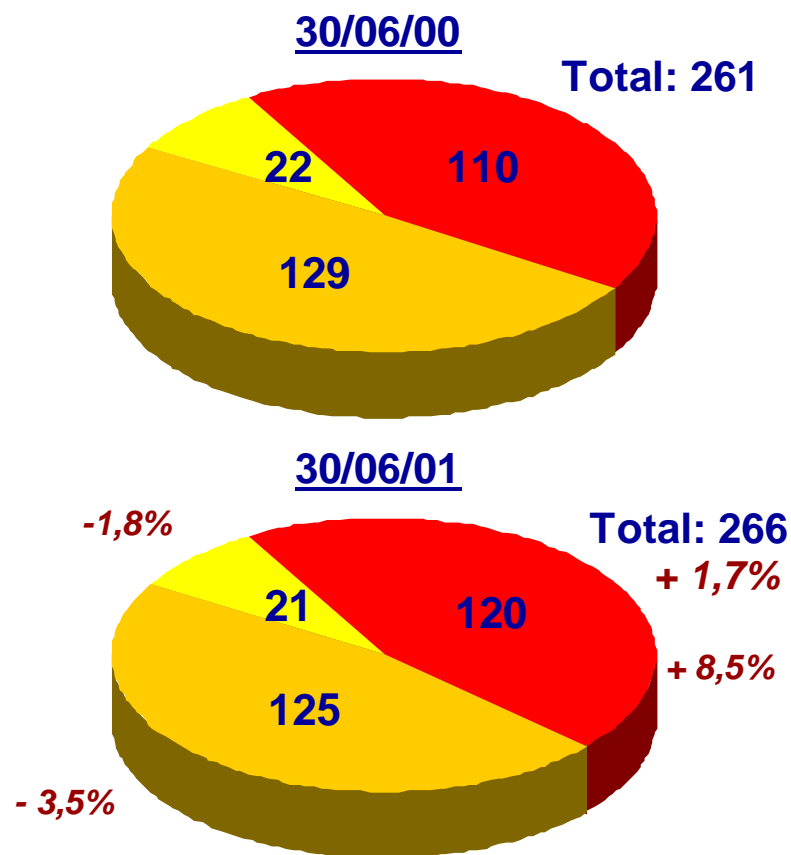
Crecimiento en valor del 1,7% de nuestro mercado doméstico en Francia



Volumen (bn unidades) y Cuota de Mercado



Valor (€mn)



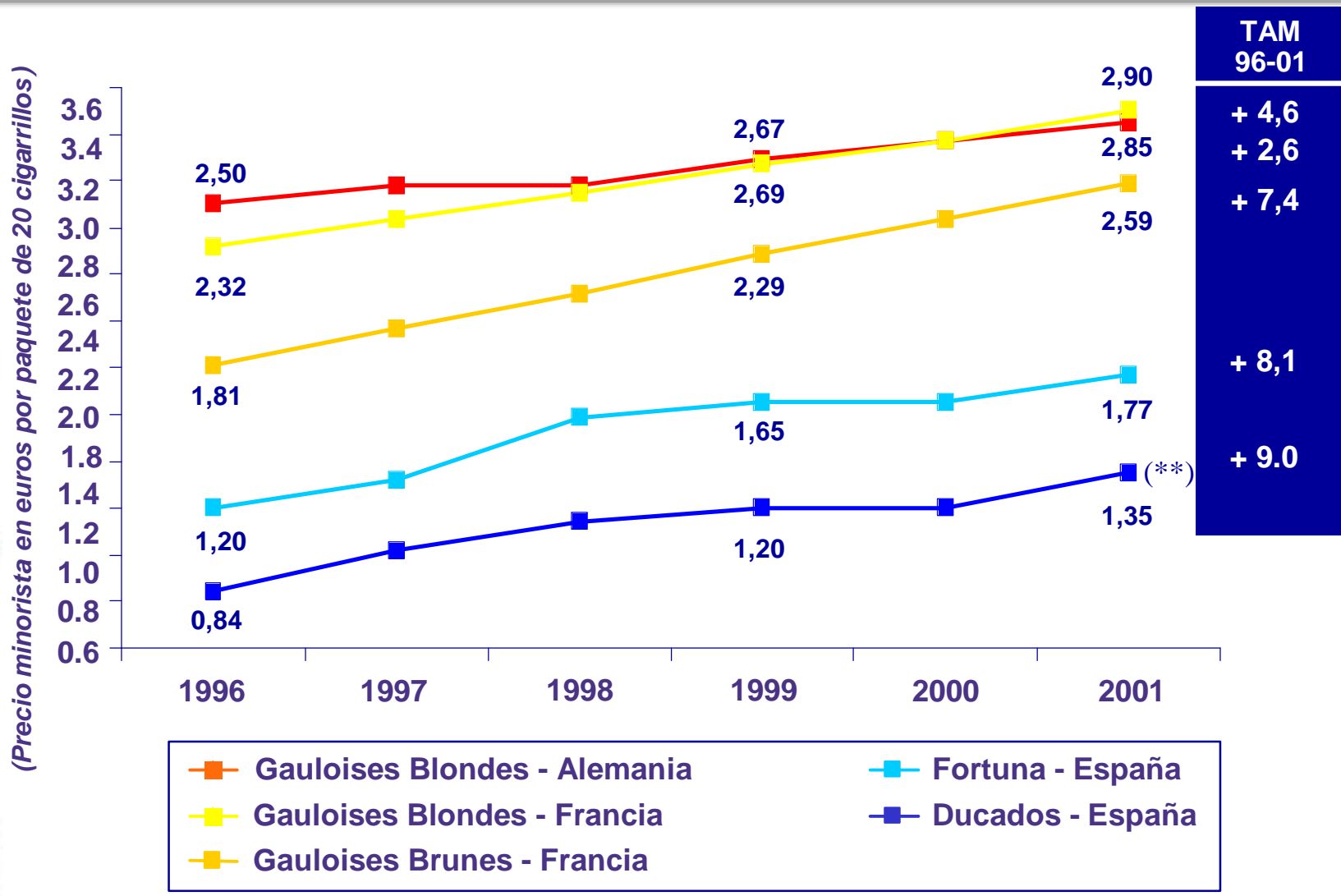
El crecimiento de Gauloises Blondes continúa: crecimiento de las ventas internacionales del 11%



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

	1er Sem 98	1er Sem 99	1er Sem 00	1er Sem 01	01/00%	TAM
† Alemania						
† Volumen	1.801	2.058	2.545	2.914	14,5%	17,4%
† Ventas	34,34	41,23	55,43	64,36	16,1%	23,3%
Austria						
† Volumen	186	205	406	496	22,2%	38,7%
† Ventas	2,86	3,47	7,33	9,01	22,9%	46,6%
Bélgica/Luxemburgo						
† Volumen	226	256	251	308	22,6%	10,8%
† Ventas	4,40	4,78	4,81	6,30	31,0%	12,7%
Otros países						
† Volumen	1.207	1.458	2.099	1.849	-11,9%	15,3%
† Ventas	14,44	18,81	27,55	25,83	-6,2%	21,4%
Total (sin incluir Francia)						
† Volumen	3.420	3.977	5.301	5.567	5,0%	17,6%
† Ventas	56,04	68,29	95,12	105,50	10,9%	23,5%

Alto potencial de subida de precios



(*) Precios a 1 de enero de cada año

(**) Precio de Ducados: 1,35 euros desde el 1 de julio de 2001

- † Situación de Altadis:
 - † 11 casos en curso + asociaciones de enfermos de cáncer de laringe
 - † 7 sentencias favorables, ninguna resolución final desfavorable
 - † 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

El negocio de cigarros confirma su posición de liderazgo y muestra la capacidad de aumentar los beneficios que aporta la adquisición de Corporación Habanos.

**25% de las ventas económicas del Grupo
17% del Ebitda del Grupo
Margen del Ebitda: 20% de las ventas económicas**

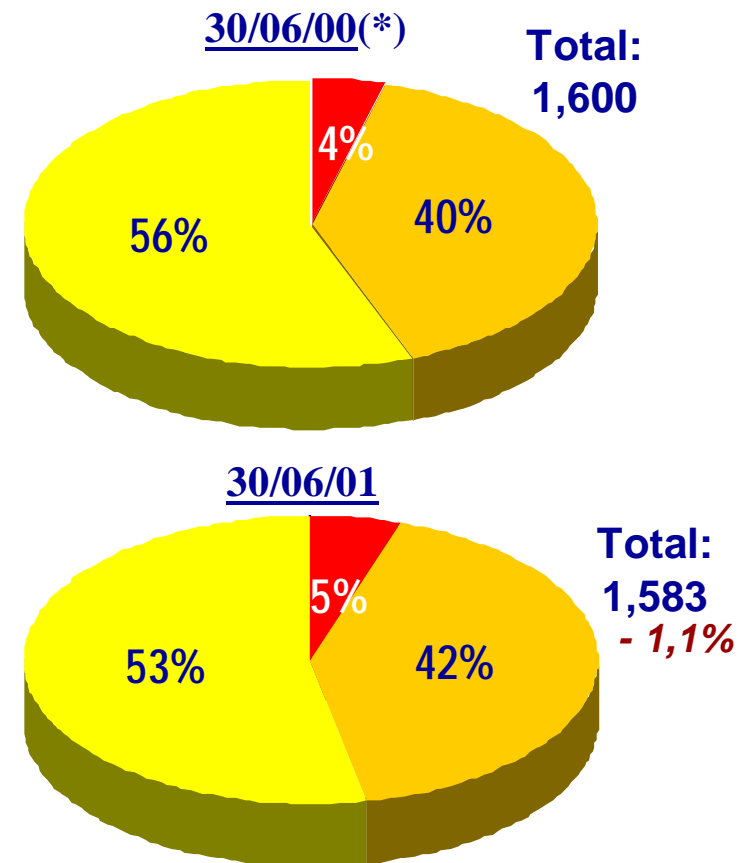
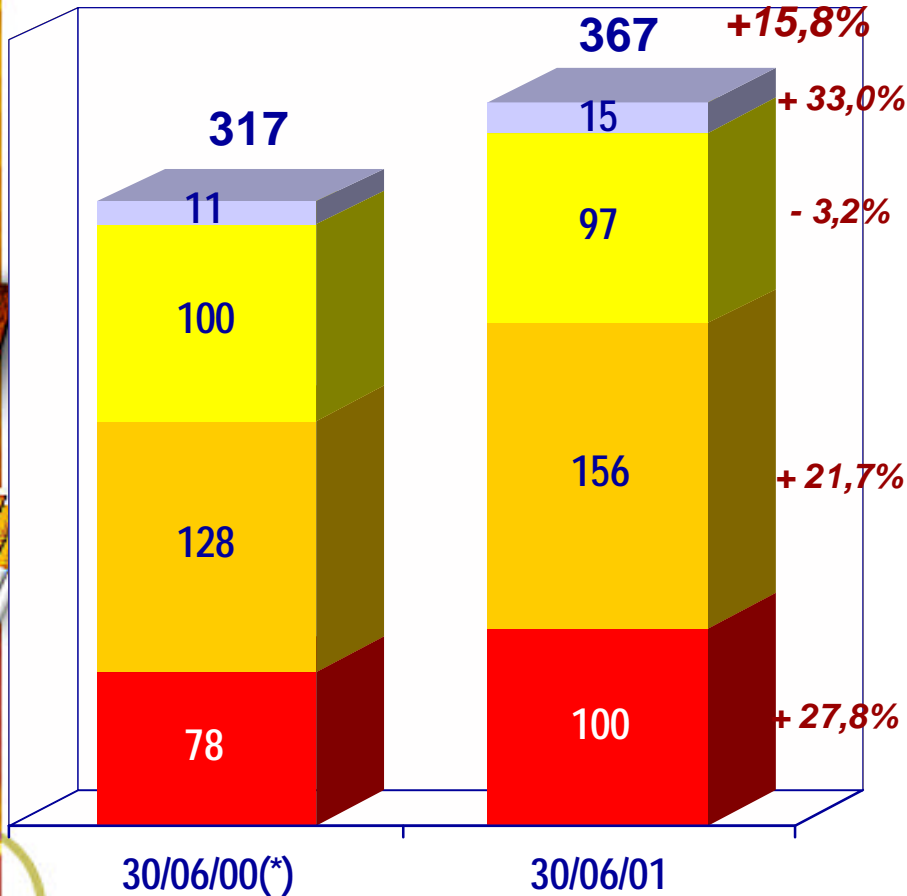


El crecimiento de las ventas en valor se incrementa gracias a cigarrillos de mayor precio



Valor (€mn) y Crecimiento 00-01

Volumen (mn unidades)



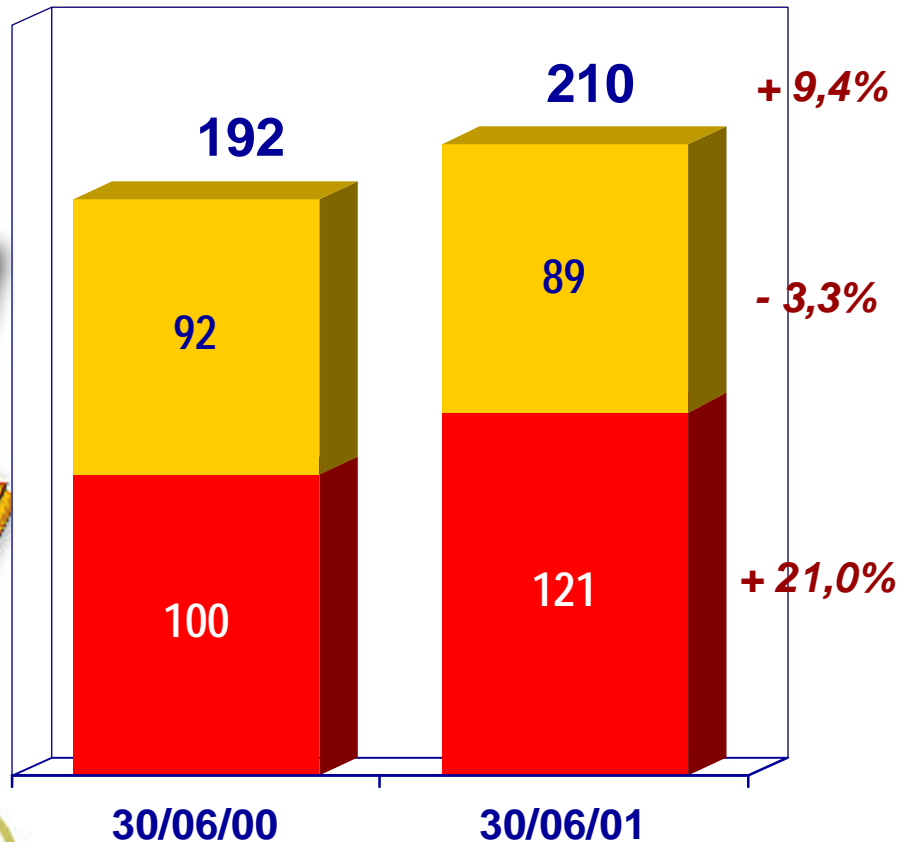
■ Premium y Habanos (50%) ■ Natural ■ Mass (Popular + Little) ■ Otras ventas

(*) Las cifras incluyen la participación anualizada de la contribución consolidada de Habanos para el año 2000 ¹⁶

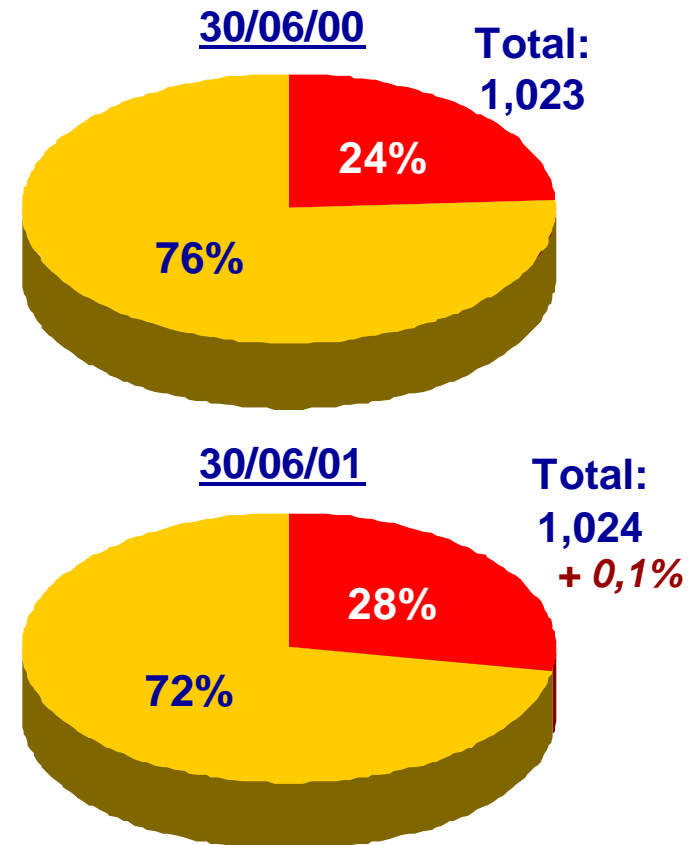
Las ventas de cigarrros en USA crecen gracias a un mix de productos mejorado



Valor (€mn) y Crecimiento 00-01



Volumen (mn de unidades)



■ Premium y Natural

■ Mass (Popular + Little)

La recuperación de Habanos ha comenzado

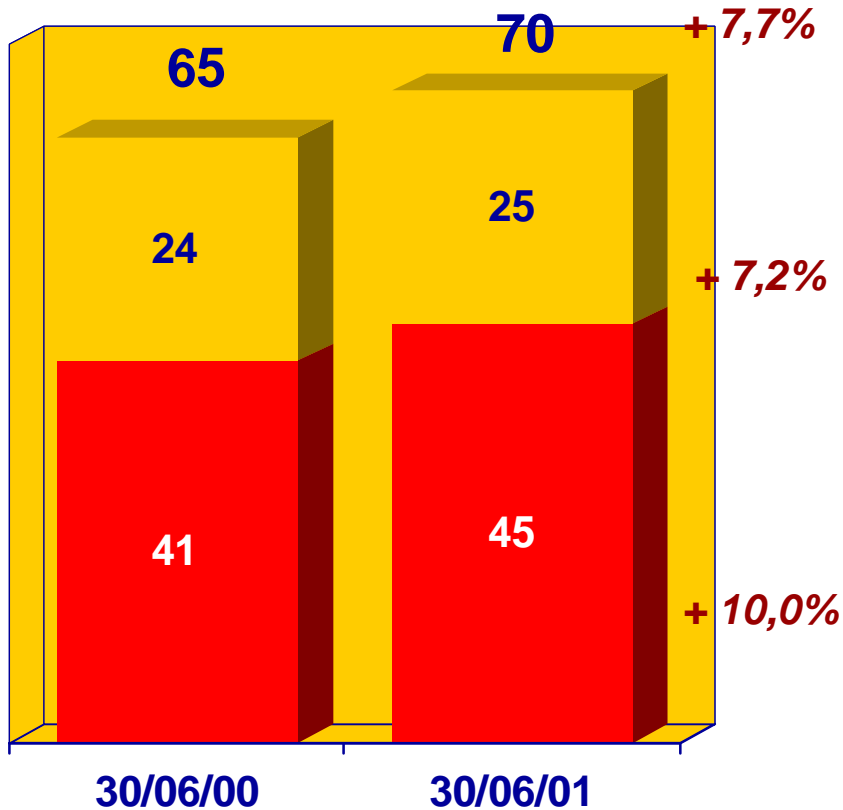


- † Incremento de los volúmenes (en torno al 25%) y de las ventas (por encima del 30% sobre una base de comparación homogénea) gracias a una destacada mejoría en la cosecha
- † Mejora de la calidad y mejora de los procedimientos de gestión
- † Optimización del marketing mix: definición de una estrategia de marcas y de precios a escala mundial
- † Extensión de la distribución

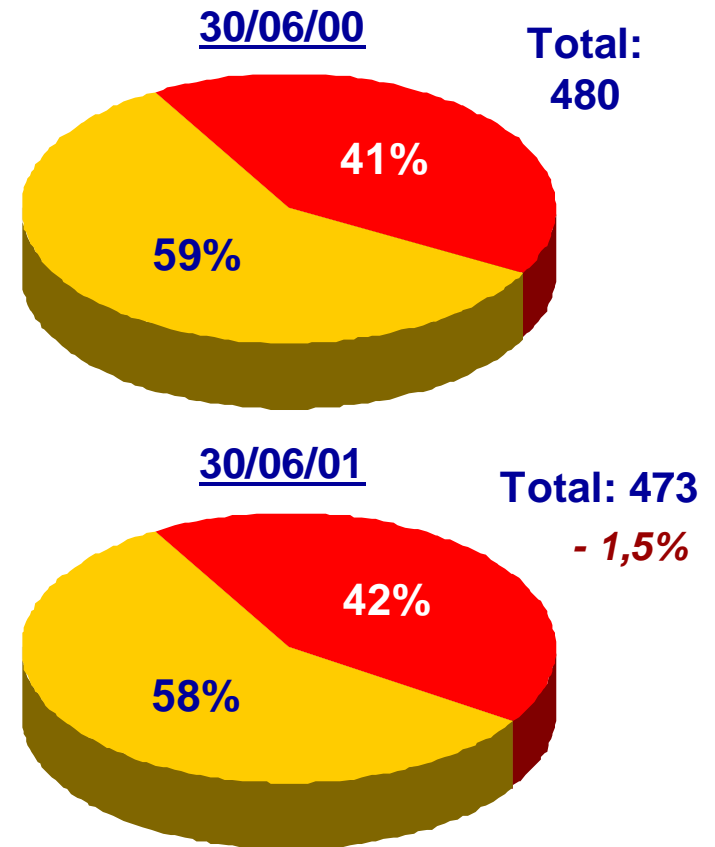


Incremento de los ingresos de cigarros en España y Francia

Valor (€mn) y Crecimiento 00-01



Volumen (mn de unidades)



Spain

France

Logística

El negocio de logística confirma el crecimiento continuado de las actividades relacionadas con productos distintos al tabaco

**19% de las ventas económicas del Grupo
22% del Ebitda del Grupo
Margen del Ebitda: 34% de las ventas económicas**



Las actividades tabaqueras continúan creciendo a pesar de las limitadas oportunidades

Número de puntos de venta

50.000

Ventas económicas (€mn)	30/06/00	30/06/01	Variación
† España y Portugal	65,5	71,3	+ 8,9%
† Francia	82,8	88,3	+ 6,6%
† Eliminación (operaciones intercompañías)	- 0,6	- 6,4	
TOTAL	147,7	152,9	+ 3,5%



Importante crecimiento continuado de las actividades no-tabaqueras

Número de puntos de venta

141.000

Ventas económicas (€mn)

30/06/00

30/06/01

Variación

† España y Portugal

58,5

68,0

+ 16,2%

† Francia

53,6

62,6

+ 16,8%

TOTAL

112,1

130,6

+ 16,5%



† 1 'Dis es un concepto muy simple

- † Altadis, la matriz y sus filiales de distribución en Francia tienen acceso a diferentes redes minoristas: estancos, gasolineras, papelerías, pastelerías...
- † Bajo el nombre de 1 'Dis, Altadis pone a disposición de sus clientes un servicio de distribución integral a todas las redes a la vez, multiplicando así el acceso de los consumidores a los productos del cliente.
- † Así, los 70.000 puntos de venta se convierten en una oportunidad de negocio significativa

† Logista 'Dis

- † Aplica conceptos similares en España
- † Distribuye a 65.000 puntos de venta en España y Portugal
- † Una herramienta de internet, "Logista's marketplace", apoya el concepto

Magnitudes Financieras

Los resultados del 1^{er} semestre están en línea con los objetivos para los resultados anuales



Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad

(Millones de euros)

Ventas económicas: + 115

Crecimiento orgánico: + 81

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

Perimetro de consolidación: +18

† Principalmente Corporación Habanos

Tipo de cambio: + 19

† Euro/dólar

Otros: - 3

† Costes de elaboración mejorados (reestructuración, sinergias)

Crecimiento orgánico: + 52

† Principalmente Corporación Habanos

Perimetro de consolidación: +2

† Euro/dólar

Tipo de cambio: - 7

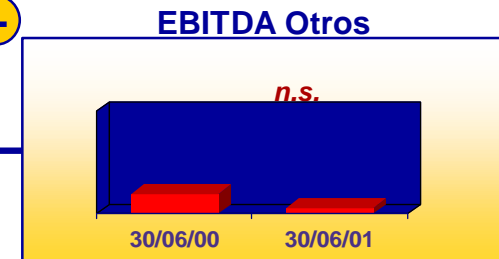
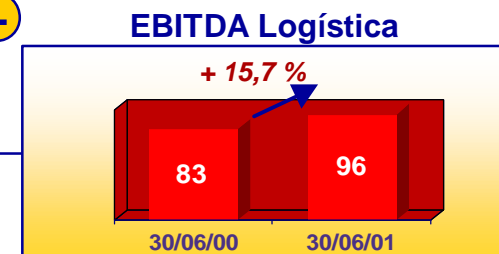
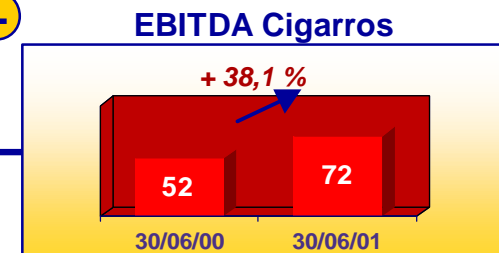
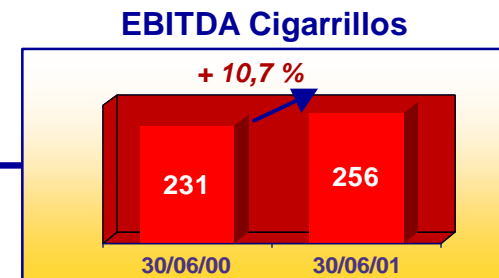
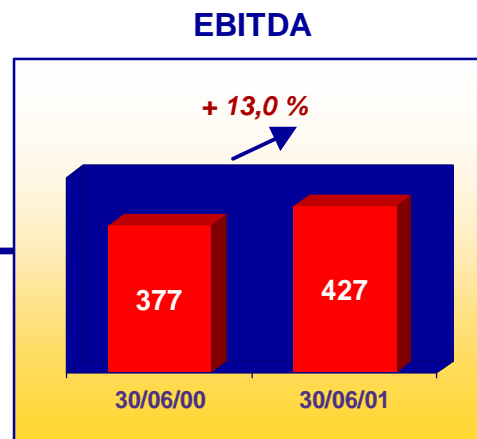
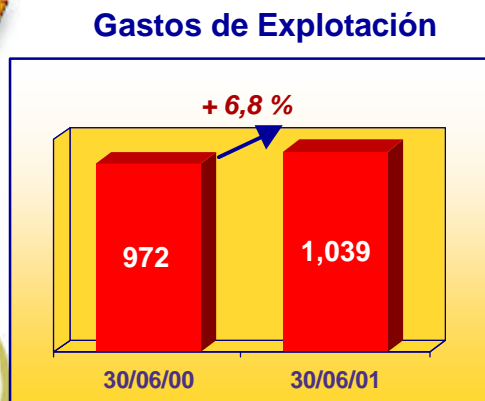
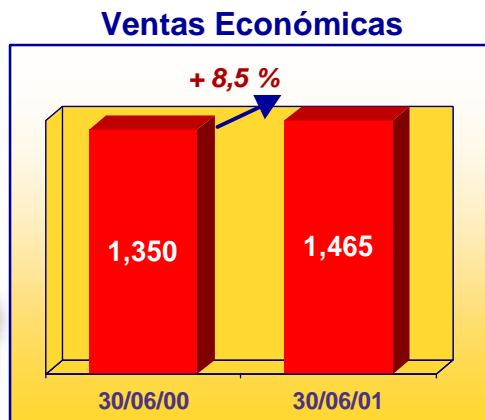
† Sinergias en oficinas centrales

Otros: + 2

EBITDA: + 49

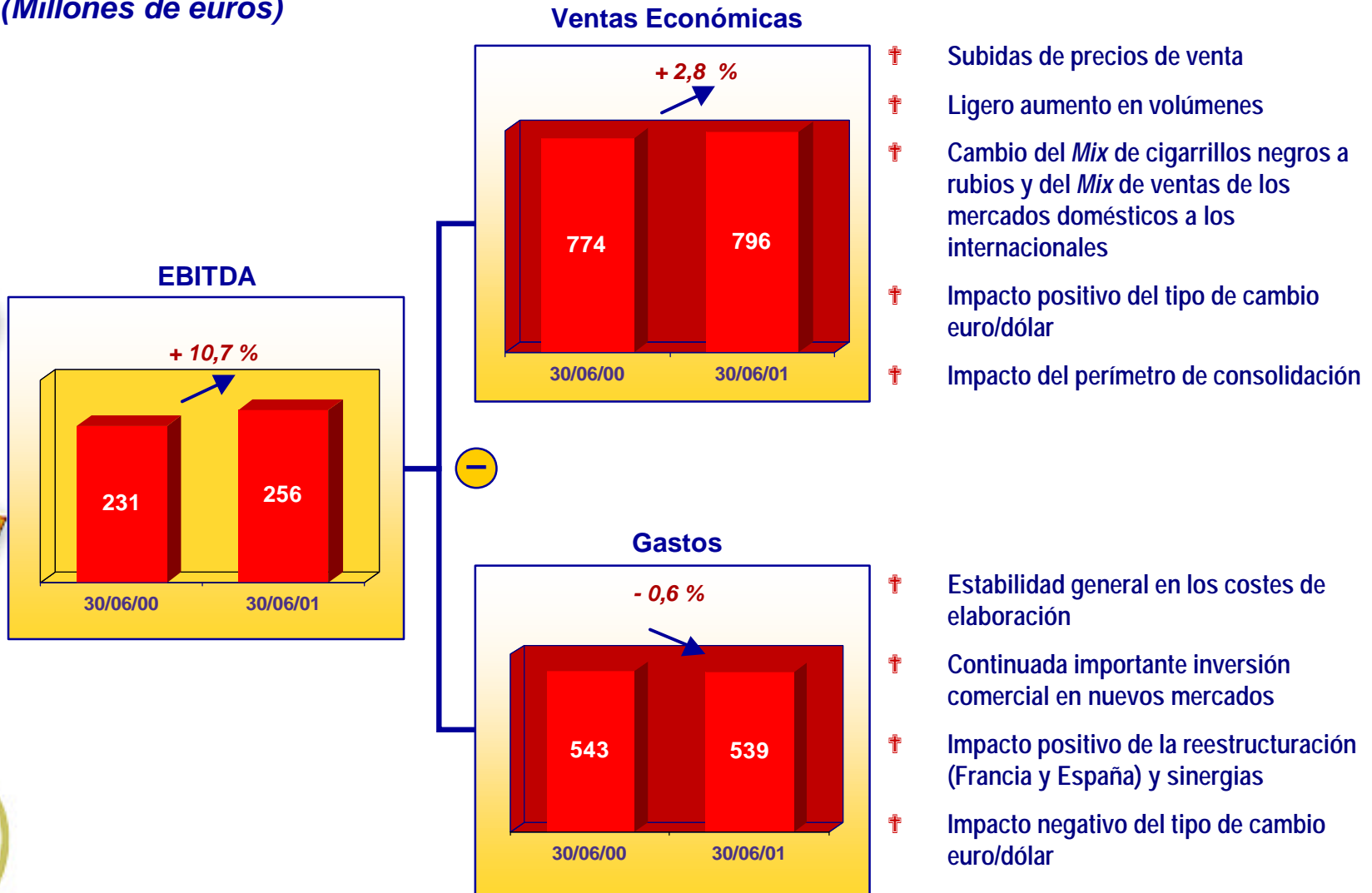
Crecimiento del margen de Ebitda del Grupo de 1,2 puntos hasta el 29,2 %

(Millones de euros)



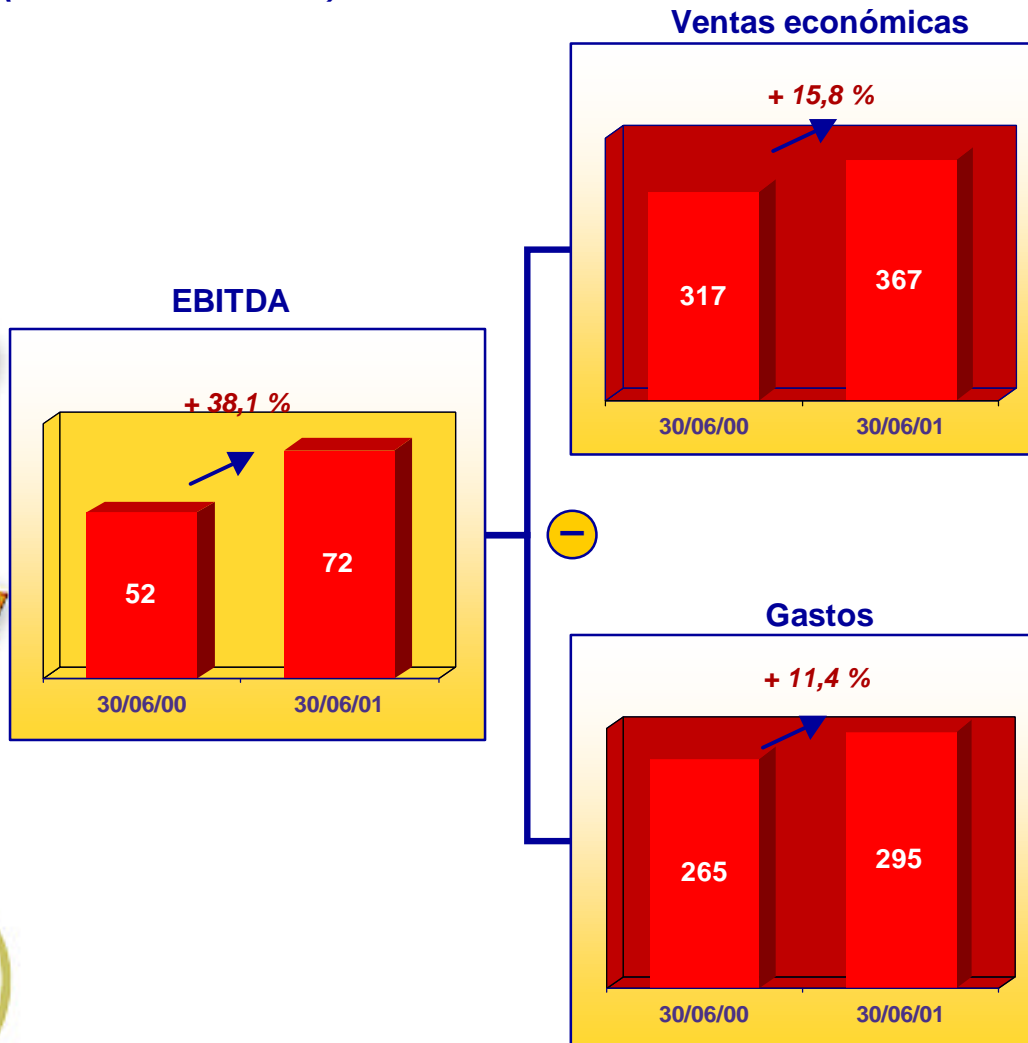
Cigarrillos: Subidas de precios y reducción de costes

(Millones de euros)



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

(Millones de euros)

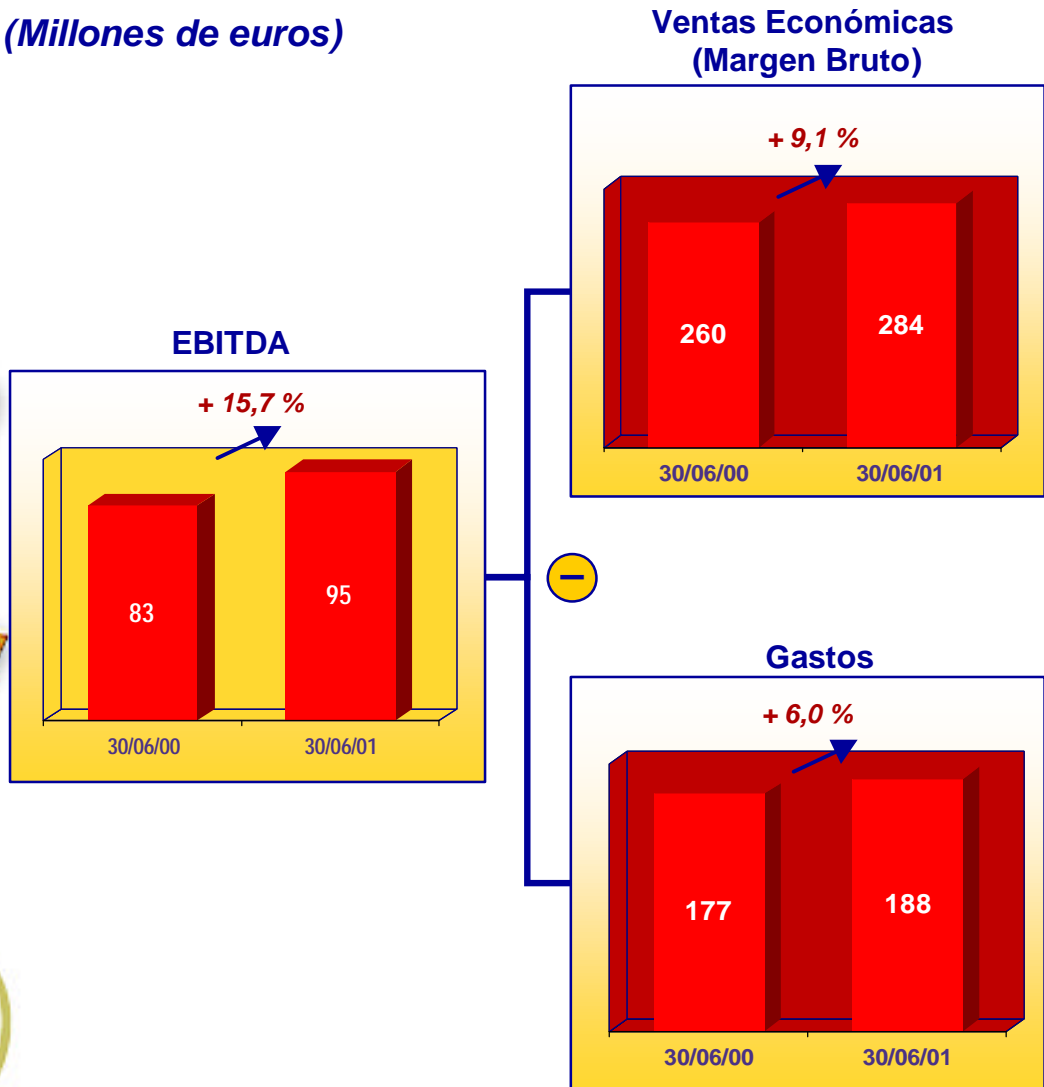


- † Impacto de Habanos: + €12 mn
- † Impacto positivo del tipo de cambio euro/dólar
- † Crecimiento de las ventas de los 3 mercados principales
- † Concentración en marcas de mayor precio

- † Impacto 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: + 3,5%
- † Renovación del contrato en España con Philip Morris
- † Aumento importante de ventas de productos no-tabaqueros: + 16,5%

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



Beneficio de Explotación 2001: € 349 millones



(Millones de euros)

A 30 de junio de 2001

	2000	2001	01/00%
Ventas Económicas	1.349,8	1.465,1	+ 8,5%
EBITDA (Flujo de Caja de Explotación)	377,4	426,5	+ 13,0%
Beneficio de Explotación	295,9	348,9	+ 17,9%
Resultados Financieros	(5,3)	(18,3)	n.s.
Resultados Extraordinarios	(44,1)	12,6	n.s.
Impuesto sobre Sociedades	(88,9)	(117,0)	+ 31,8%
Amortización del Fondo de Comercio	(33,6)	(42,0)	+ 25,0%
Intereses Minoritarios	(17,7)	(14,9)	- 15,6%
Empresas Filiales por Puesta en Equivalencia	25,1	7,3	- 71,1%
Beneficio Neto del Grupo	131,4	176,5	+ 34,3%
Beneficio por Acción (céntimos de euro)	42,41	57,78	+ 36,2%
Número de acciones (millones)	309,8	305,5	

Flujo operativo de €477 millones

(Millones de euros)

A 30 de junio
de 2001

	2001
Flujo operativo (Ebitda + var. capital circulante)	477
Pagos por el impuesto de sociedades	(25)
Gastos de reestructuración	(239)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	213
Gastos por inversiones	(57)
Ingresos por desinversiones	45
Flujo de caja de las actividades de inversión	(12)
Pagos por los intereses financieros	(18)
Dividendos netos pagados	(167)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(156)
Flujo de caja de las actividades de financiación	(341)
Cambio neto en caja y equivalentes	(140)
Posición financiera neta inicial	(807)
Cambio neto en caja	(140)
Impacto de las fluctuaciones de tipo de cambio	(32)
Posición financiera neta final	(979)

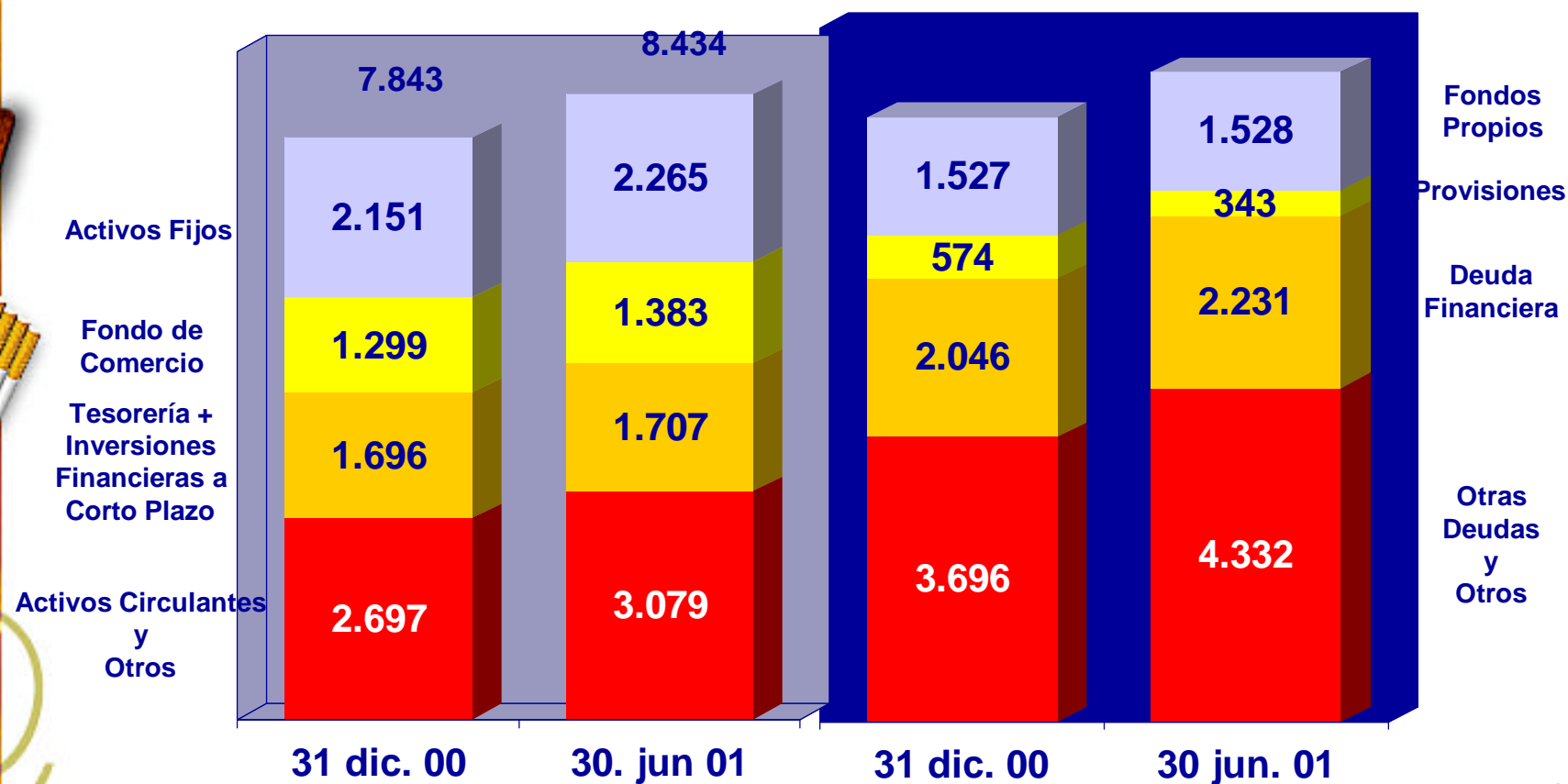


Balance de Situación

(Millones de euros)

Activos

Pasivos
y Fondos Propios



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:

El primer semestre de 2001 confirma 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 y *e-business*: 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

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
- † 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



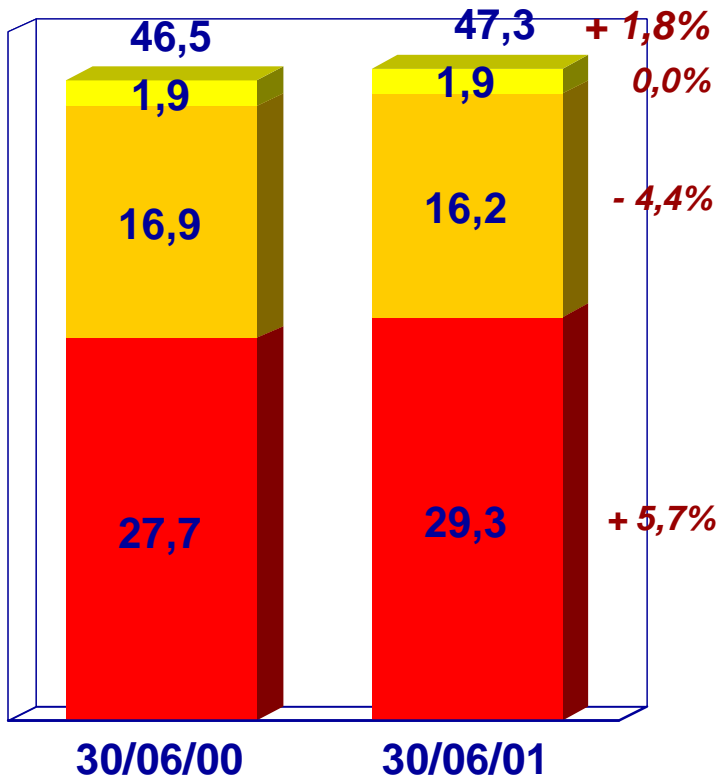
Apéndices

- 
- A vertical decorative bar on the left side of the slide. It features a blue top section, a yellow section with a circuit board pattern, a section with a stack of cigarettes, and a bottom section with a barcode and the number "224101010".
- † 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 %
 - † Cigarros - ventas netas por mercados : Crecimiento de la ventas netas del 16 %
 - † E-Commerce Víaplus: Incremento de las ventas y del Ebitda
 - † 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 y 2º trimestre
 - † Datos trimestrales 2000 - Revisados
 - † Normas contables aplicadas a las cifras revisadas trimestrales de 2000

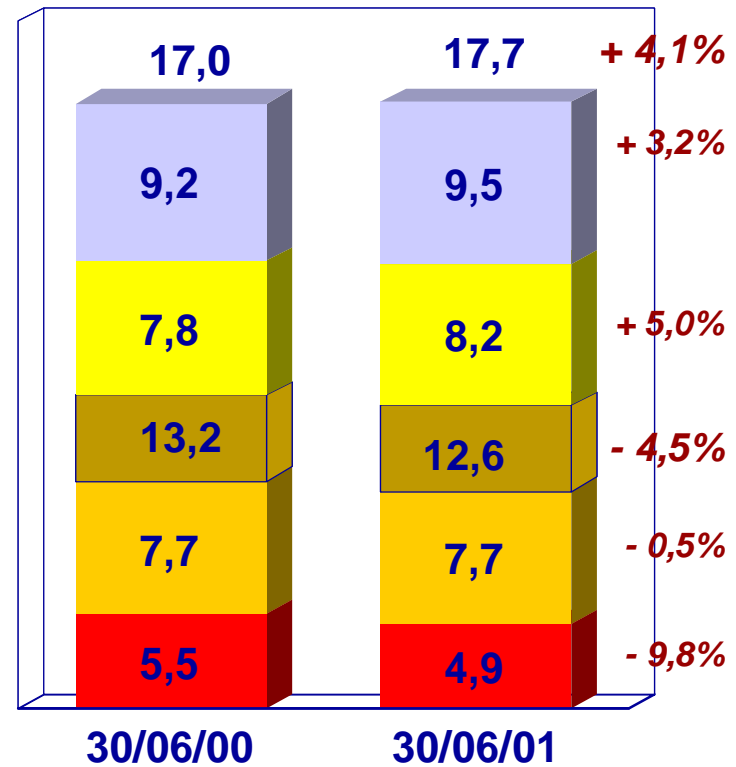
Ventas de Cigarrillos de Altadis - Segmentos: Incremento de volúmenes de marcas principales



Segmentos (bn unidades)
y Crecimiento 00-01



Principales Marcas (bn unidades)
y Crecimiento 00-01



Picaduras
 Negro
 Rubio

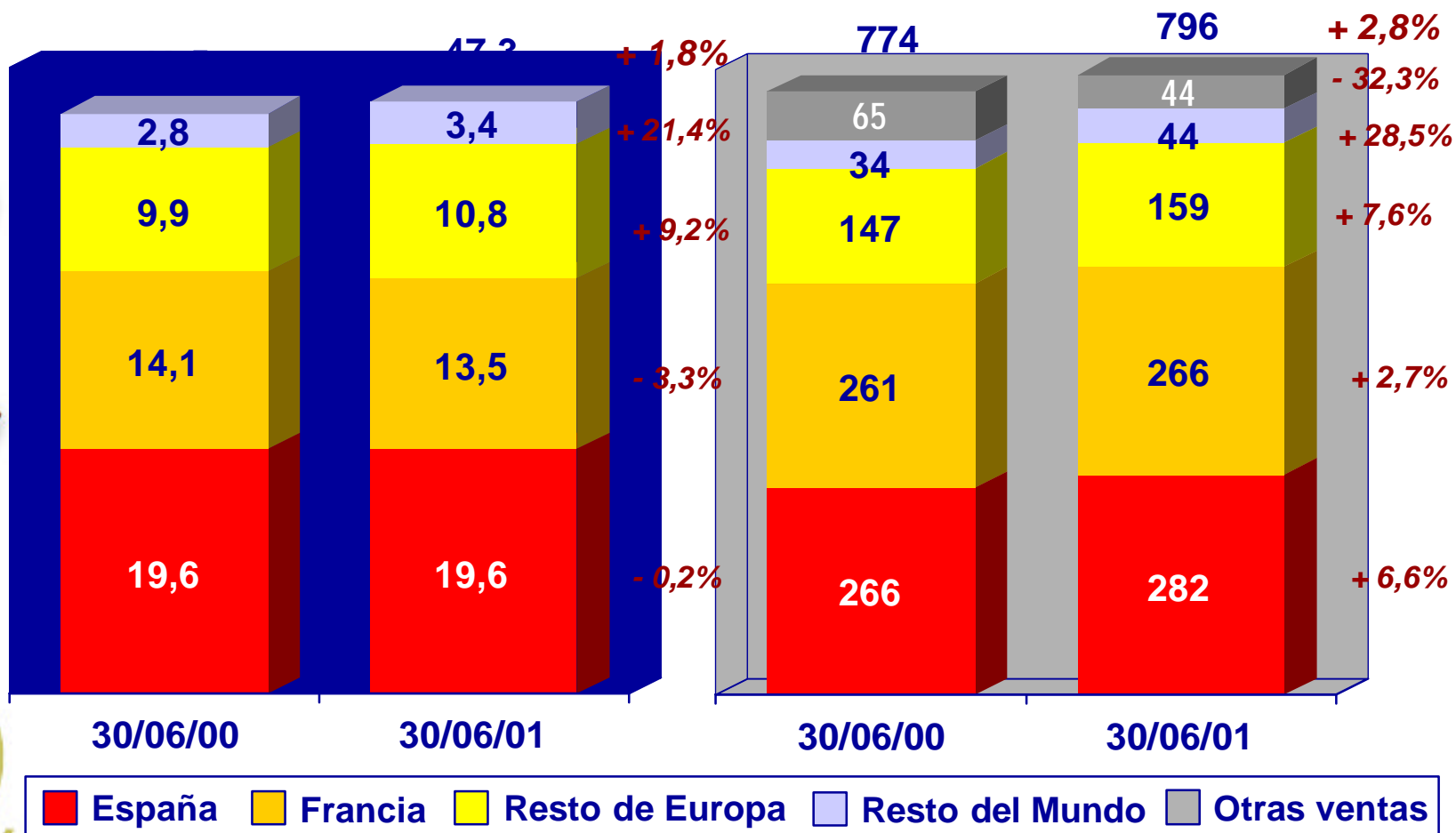
Fortuna
 Gauloises Blondes
 Ducados
 Gauloises Brunes

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

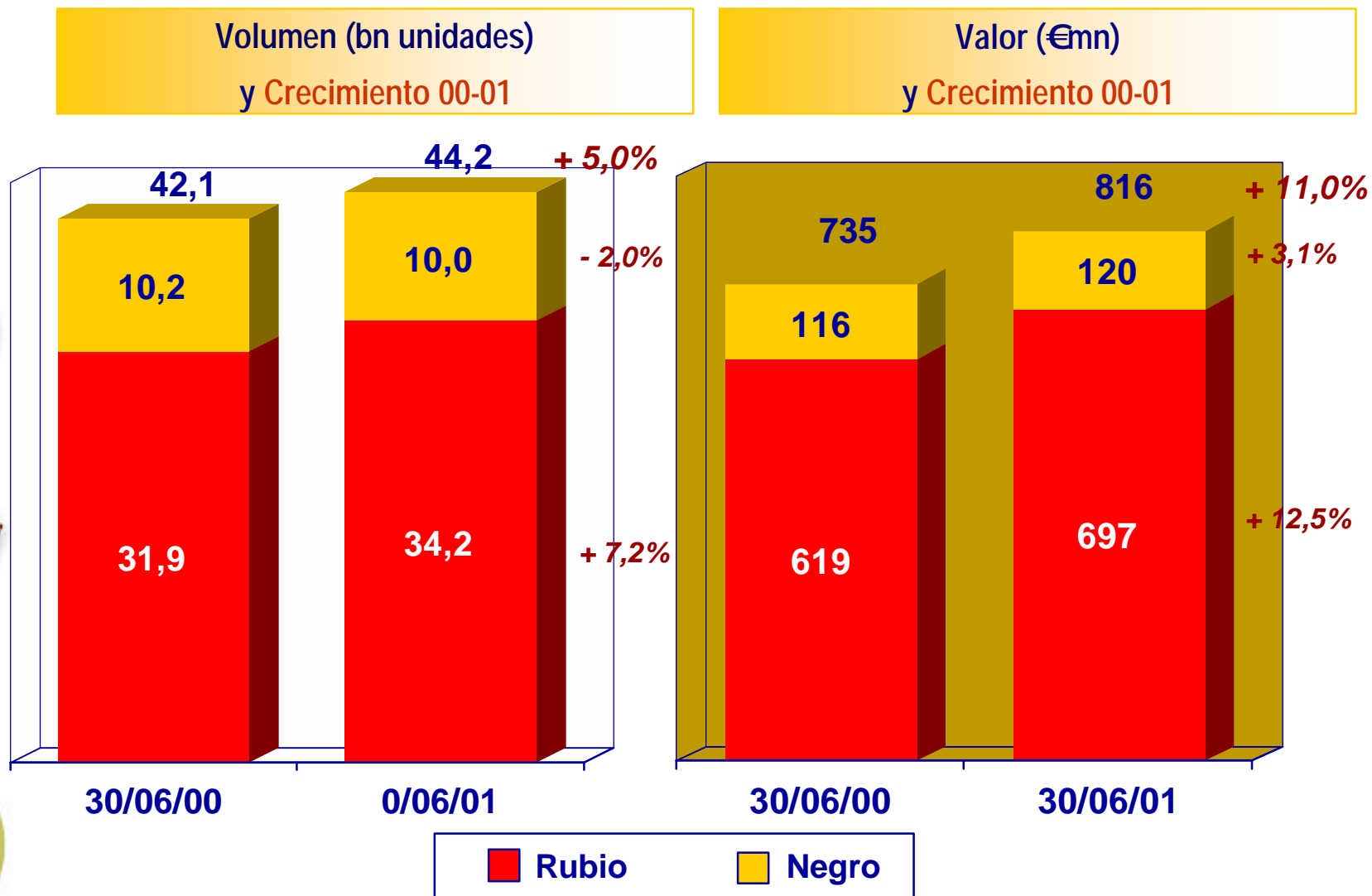


Volumen (bn unidades)
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



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

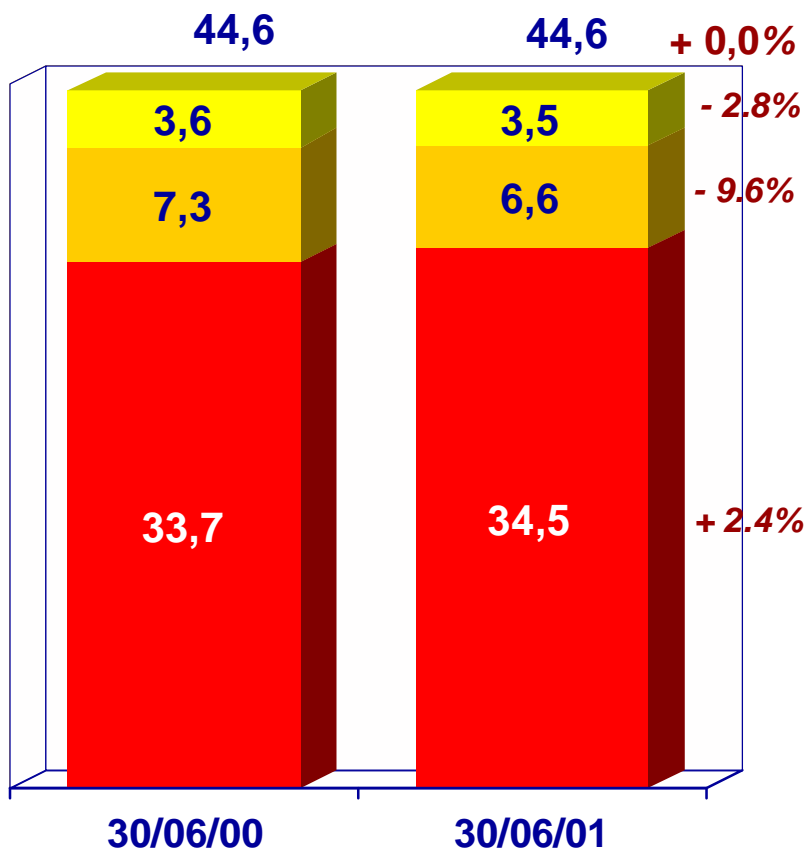


Nota : Las ventas de picaduras en España no son significativas

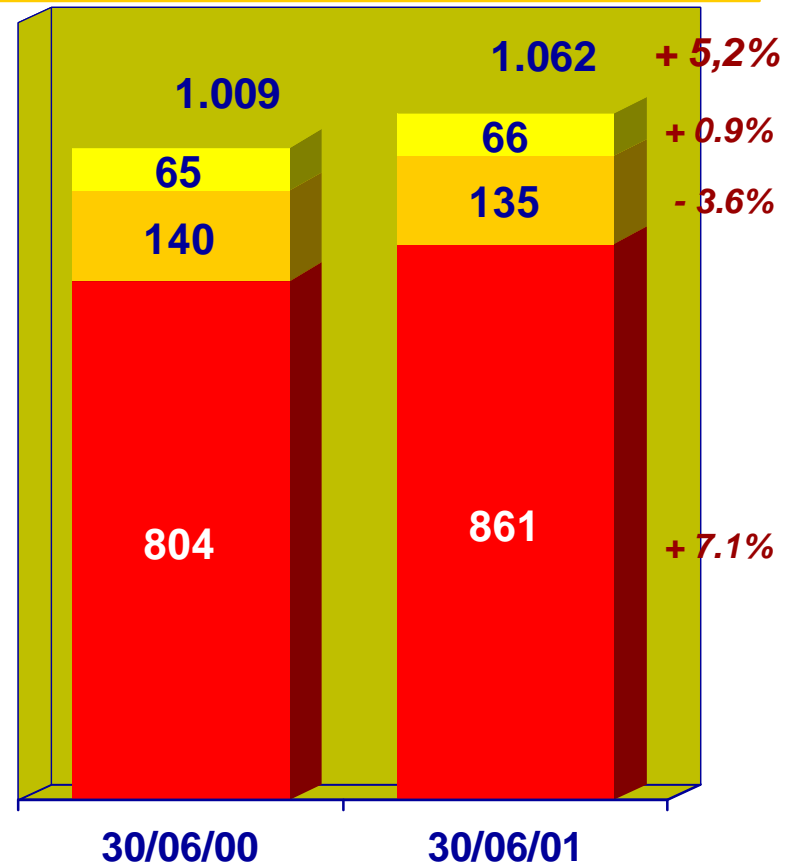
Cigarrillos y Picaduras - El Mercado en Francia: Volúmenes estables, aumento de precios del 5%



Volumen (bn unidades)
y Crecimiento 00-01

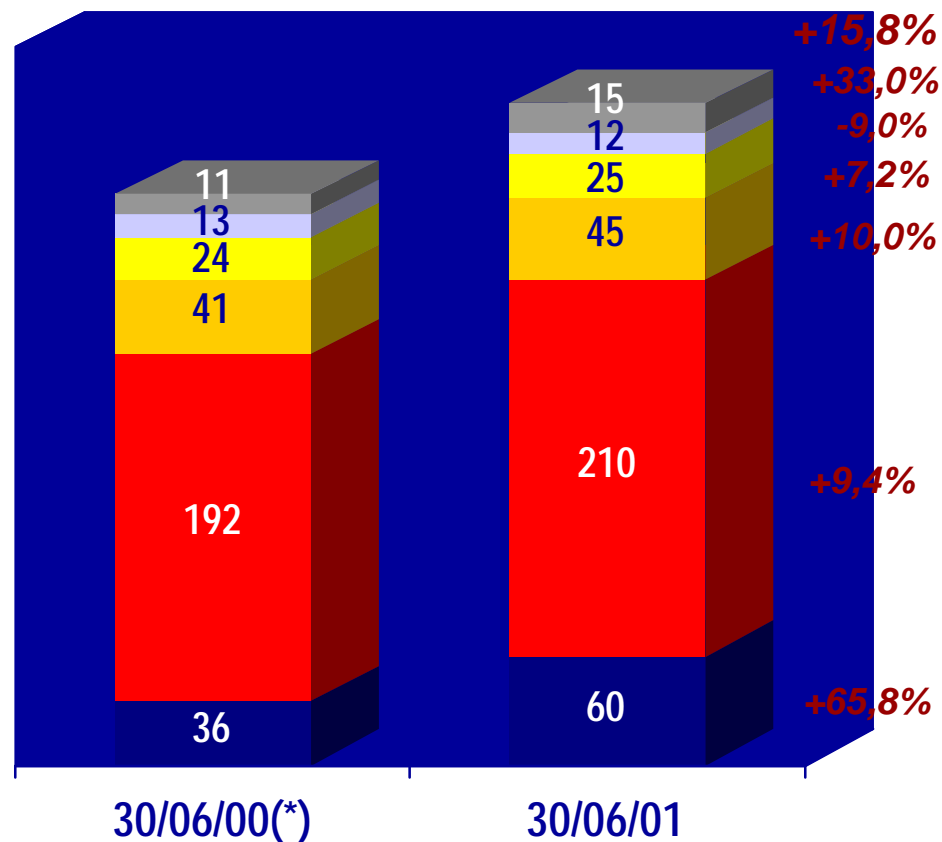


Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



Cigarros - Ventas netas por mercados: Crecimiento de las ventas netas del 16%

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. Habanos per se incrementa los ingresos un 33%

E-Commerce Víaplus: Incremento de las ventas y del Ebitda

víaplus

Altadis

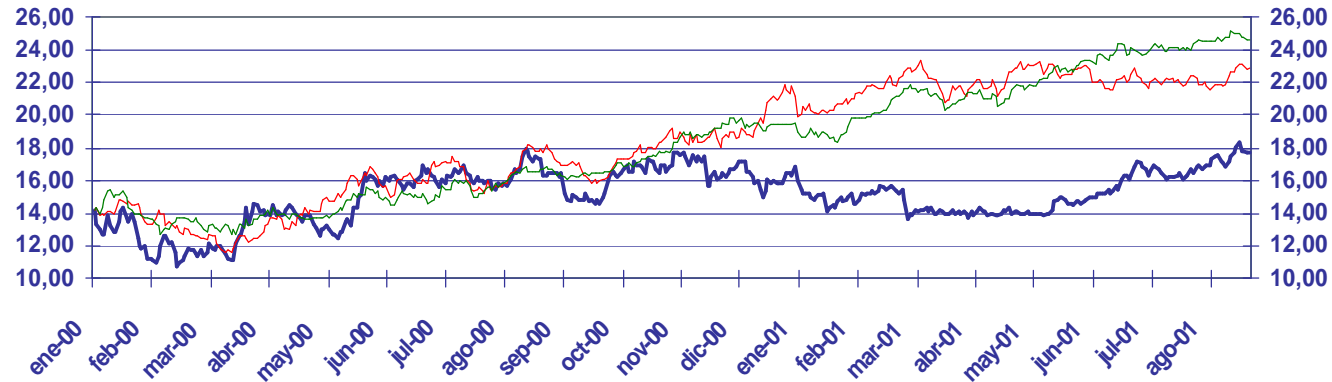
<i>Principales magnitudes del Negocio de Internet</i>	1^{er} Sem 00	1^{er} Sem 01	Dif. (volumen)	Dif. (%)
Nº Visitantes (mn)	2,62	1,56	- 1,06	- 40 %
Nº páginas visitadas (mn)	19,74	8,81	- 10,93	- 55 %
Nº pedidos	12.728	8.466	- 4.262	- 33 %
Nº medio de pedidos (€/pedido)	78,82	145,52	66,70	+ 85 %
Ventas Totales Víaplus (€mn)	1,08	1,63	0,55	+ 51 %
EBITDA (ME)	- 7,14	- 4,56	2,58	+ 36 %

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



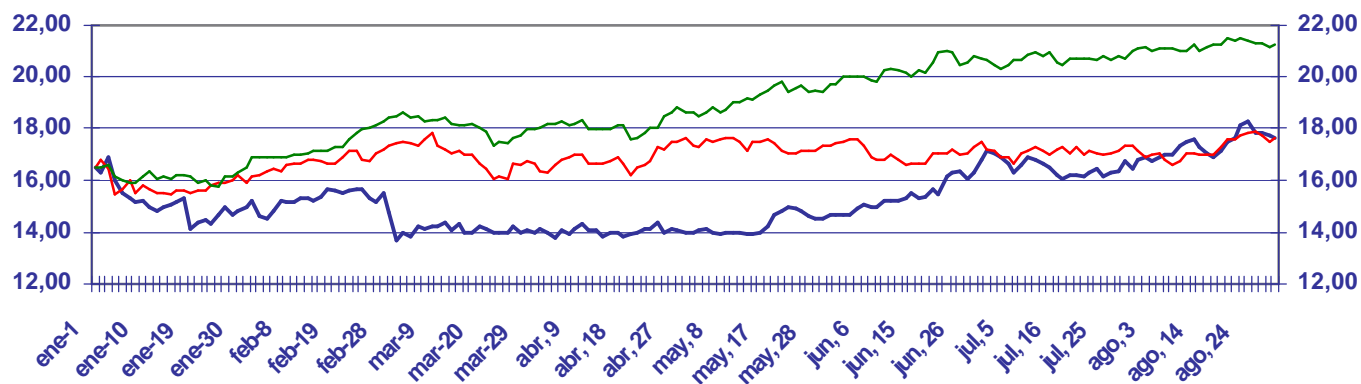
Años 2000 y 2001 (hasta el 30 de agosto 2001)

Base 100 = Precio de Altadis a 01/01/00



Año 2001 (hasta el 30 de agosto de 2001)

Base 100 = Precio de Altadis a 01/01/01

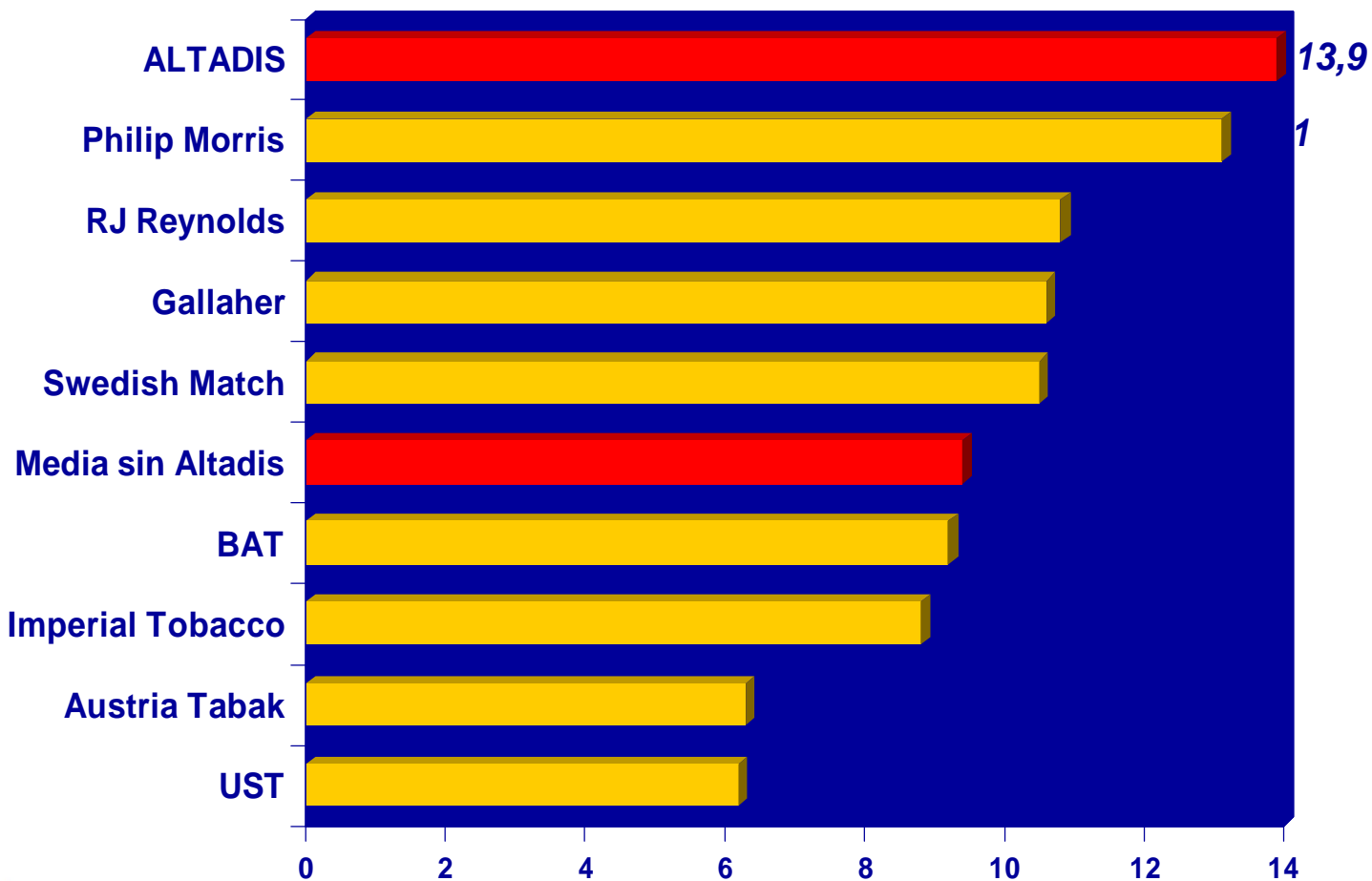


— Altadis (Madrid) — Multinationales (BAT, Japan T. y Philip Morris) — Compañías Europeas (Austria T., Gallaher, Imperial y Swedish M.)

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 agosto de 2001

Datos trimestrales 2001 - 1er y 2º trimestre



VENTAS ECONÓMICAS 2001

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

EBITDA 2001

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

Datos trimestrales 2000 - Revisados



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
Total ajustado	632,4	717,4	731,9	716,4	2.798,1

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
Total	176,3	201,1	198,4	179,8	755,6

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 ido 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)