



Altadis

European Tobacco Company

Resultados Primer Trimestr 2001

www.altadis.com

Introducción

ajes clave



- † Crecimiento de las ventas económicas del 8,3%
Crecimiento del Ebitda del 12,3%
Crecimiento del Beneficio por Acción del 18,9%
- † Las tres líneas de negocio siguen creciendo
- † Confianza en la consecución de las previsiones de resultados para 201

Indicadores Principales



	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 pu venta en Europa Occidental
Volumen	† 22,9 bn ⁽²⁾ de unidades	† 719 bn de unidades	† €1.919 mn
Ventas Económicas y Crecimiento	† €384 mn (+5,6%)	† €153 mn (+8,9%)	† €140 mn (+9,6%)
Grupo €mn	Ventas Económicas: €685 mn (+8,3%) EBITDA: €198 mn (+12,3%) Beneficio Neto: €82.7 mn (+13,1%) Plantilla: 21.390 empleados		

(1) Valor bruto de productos vendidos

(2) 1 bn = mil millones

gias y Reestructuración



SINERGIAS (1)

(aparte de los beneficios propios de la reestructuración)

- † Rango de sinergias totales para 2003 : €70mn a €100mn
- † Beneficios de €35mn a finales de 2001 (€15mn en 2000)
- † El ejemplo de Altadis USA es significativo con una reducción de plantilla de 1. empleados en 2000

(1) Incluyendo reestructuración en USA

REESTRUCTURACIÓN

	Plantilla		Coste (€mn)	Bene Anu (€)
	Antes del plan	Reducción		
Francia 1999-01	4.700	1.200	133	
España 2001-02	5.800	2.000	318	

España: reducción de personal a principios de mayo de alrededor de un 25% del P

Cigarrillos

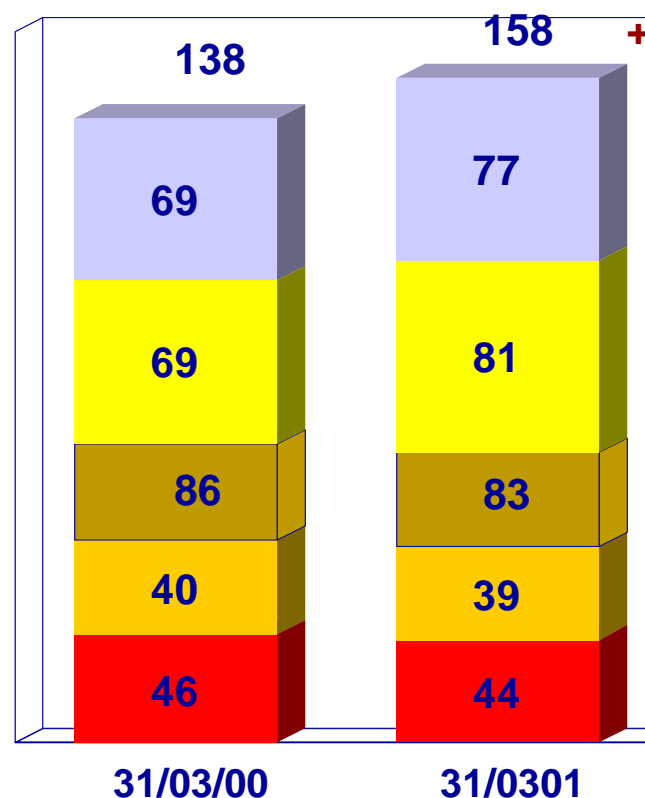
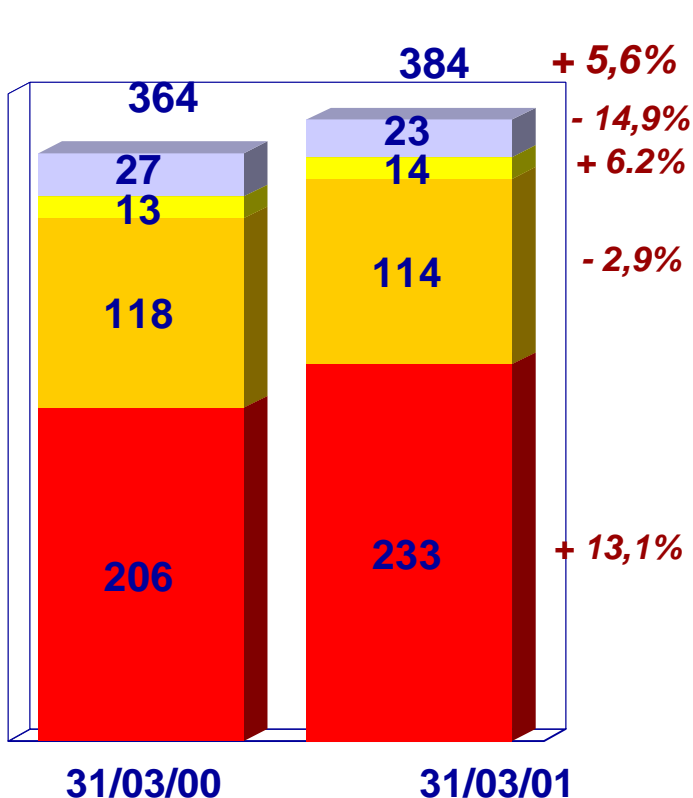
56% de las ventas económicas del Grupo
63% del Ebitda del Grupo
Margen del Ebitda: 32% de las ventas económicas

de Cigarrillos y Picaduras de Altadis mentos - Valor



Segmentos (€mn)
y Crecimiento 00-01

Principales Marcas (€mn)
y Crecimiento 00-01



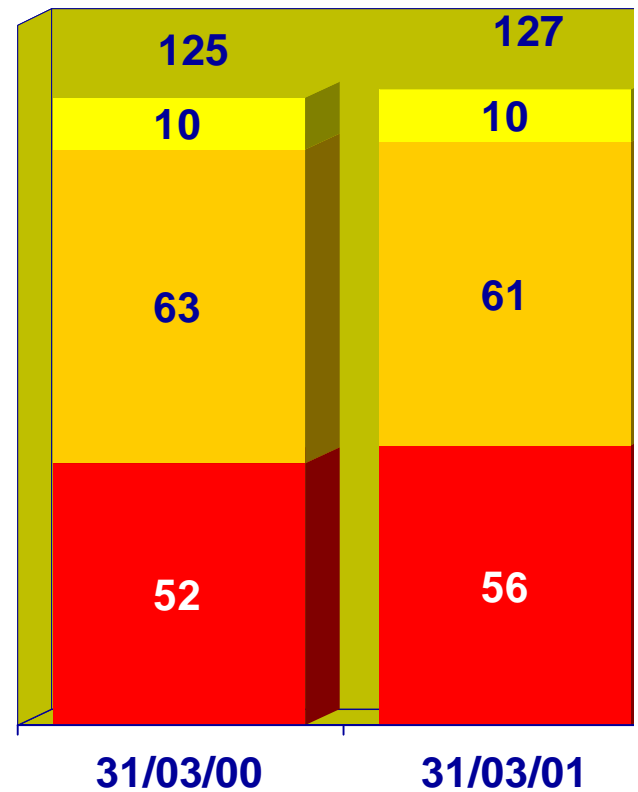
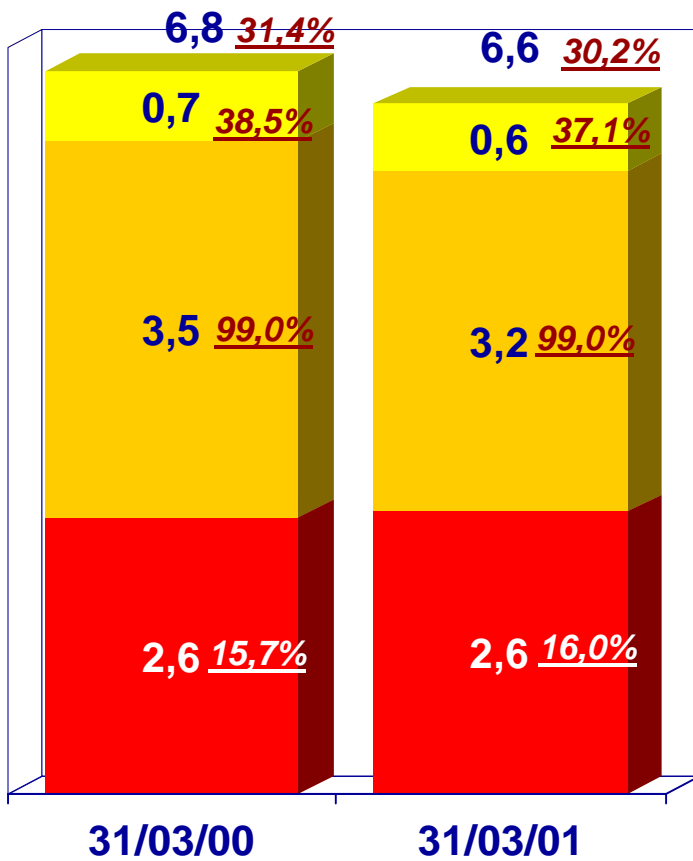
- | | |
|---|--|
| Otras ventas | Fortuna |
| Picaduras | Gauloises Blondes |
| Negro | Ducados |
| Rubio | Gauloises Brunes |

de Cigarrillos y Picaduras de Altadis mercado doméstico francés



Volumen (bn unidades)
y Cuota de Mercado

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



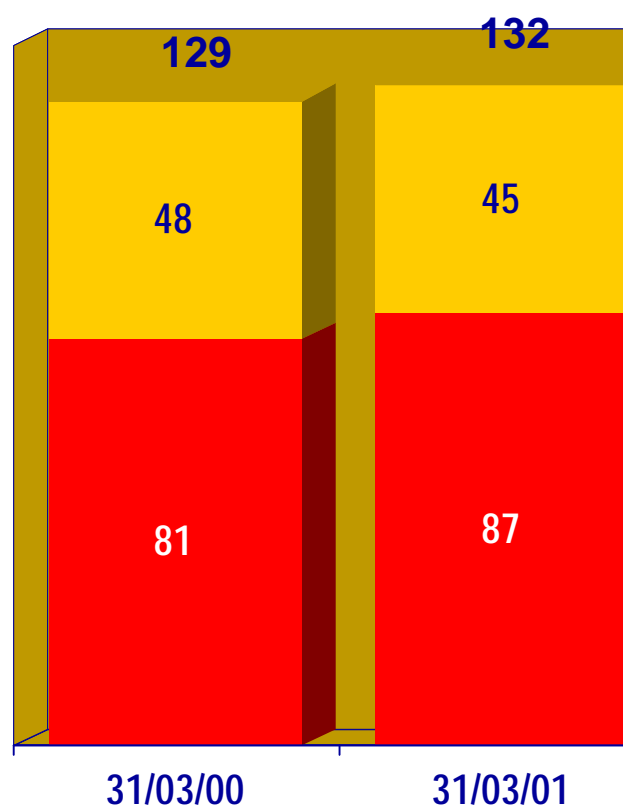
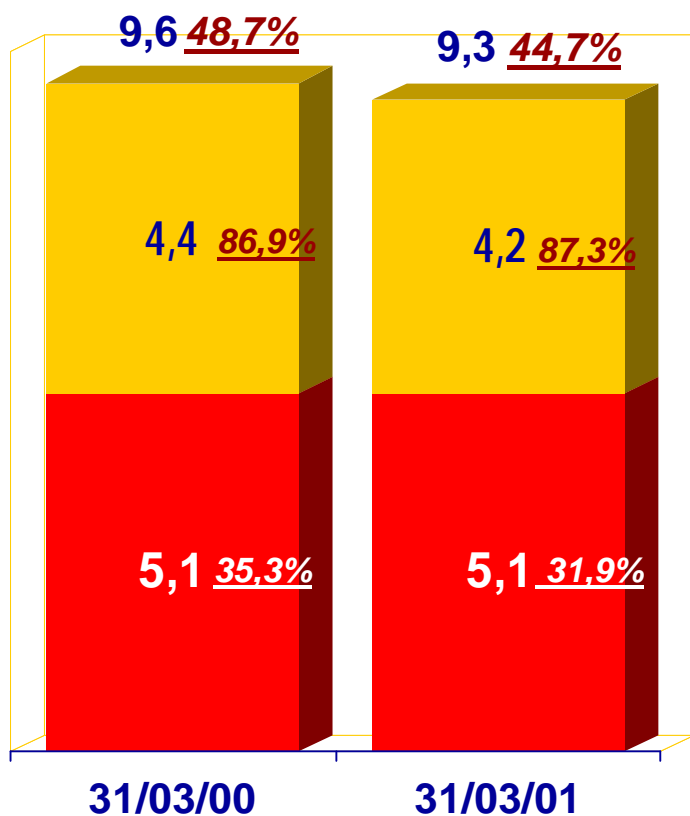
■ Rubio
 ■ Negro
 ■ Picaduras

de Cigarrillos de Altadis mercado doméstico español



Volumen (bn unidades)
y Cuota de Mercado

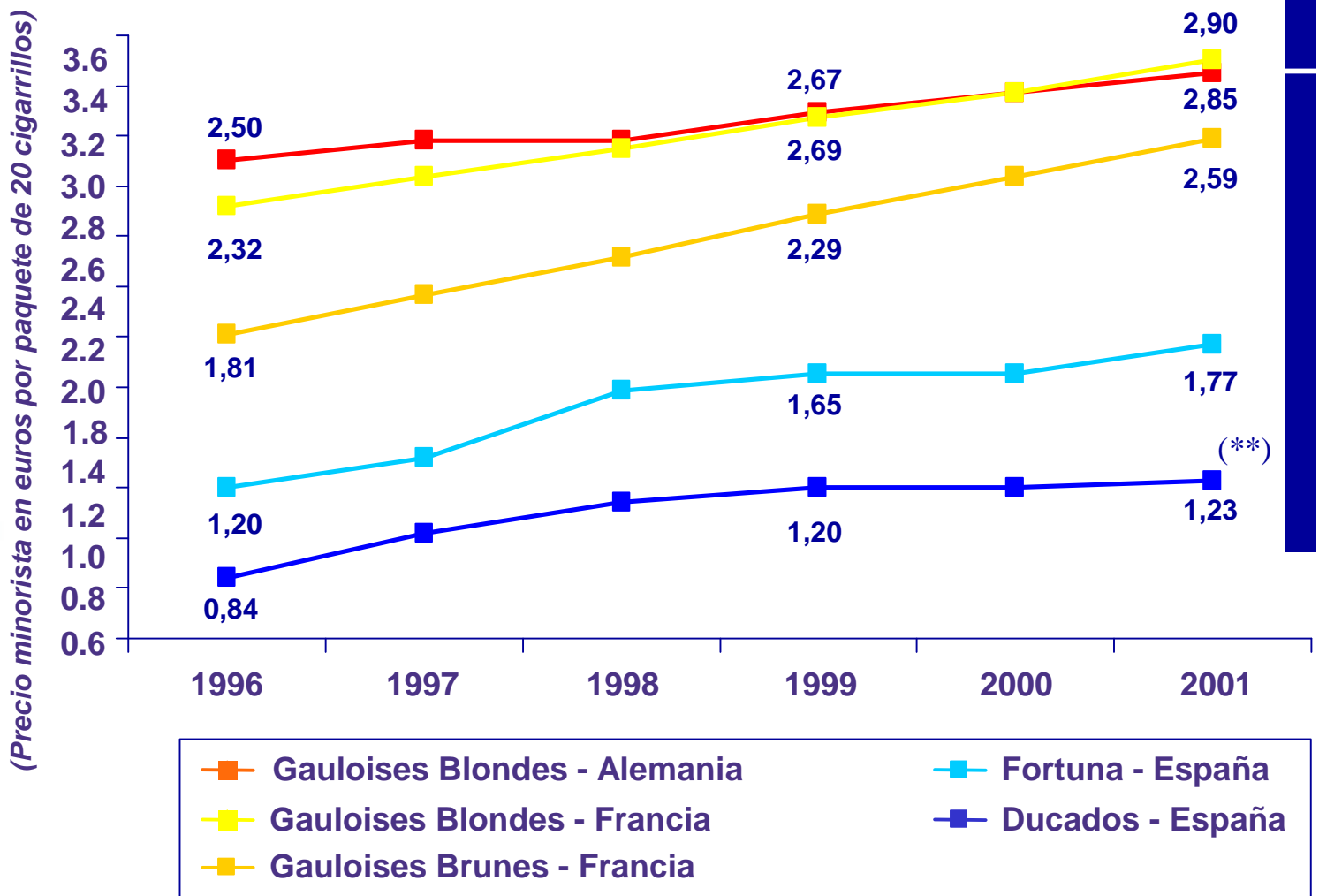
Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



■ Rubio ■ Negro

Nota : Las ventas de picaduras en España no son significativas

Precios de Cigarrillos en Europa (*)



(*) Precios a 1 de enero de cada año

(**) Precio de Ducados: 1,32 euros desde el 1 mayo de 2001

Tipos Blondes en los Mercados Internacionales



(Volumen en millones de cigarrillos)

(Ventas en millones de Euros)

	1er Trim 97	1er Trim 98	1er Trim 99	1er Trim 00	1er Trim Q1
Alemania					
† Volumen	727	886	975	1,188	1,419
† Ventas	13,5	16,1	19,5	25,8	31,0
Austria					
† Volumen	49	93	109	169	134
† Ventas	0,8	1,4	1,9	3,1	2,4
Bélgica/Luxemburgo					
† Volumen	89	94	119	95	152
† Ventas	1,4	1,5	2,2	1,8	3,1
Resto del mundo					
† Volumen	522	517	585	2,483	1,136
† Ventas	6,0	6,3	7,4	45,0	16,4
Total (sin incluir Francia)					
† Volumen	1,387	1,590	1,787	3,935	2,842
† Ventas	21,7	25,4	30,9	75,7	52,9

- † Situación de Altadis:
 - † 12 casos + asociaciones de enfermos de cáncer de laringe
 - † 4 sentencias favorables, ninguna resolución final desfavorable
 - † Fuertes argumentos para apelar, incluyendo la prescripción

- † Factores clave de diferenciación entre la legislación en Europa Continent conducen a un nivel de riesgo significativamente inferior

Cigarros

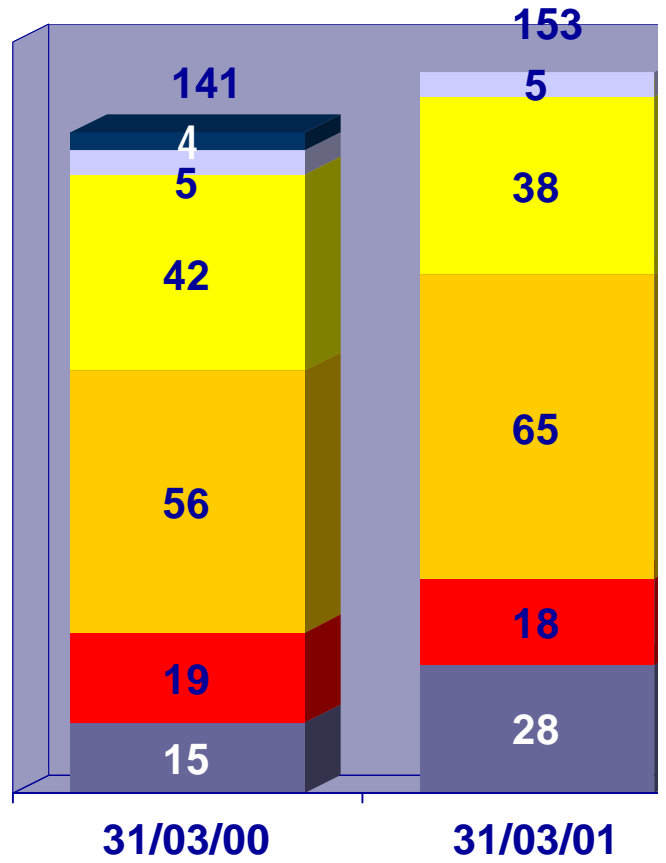
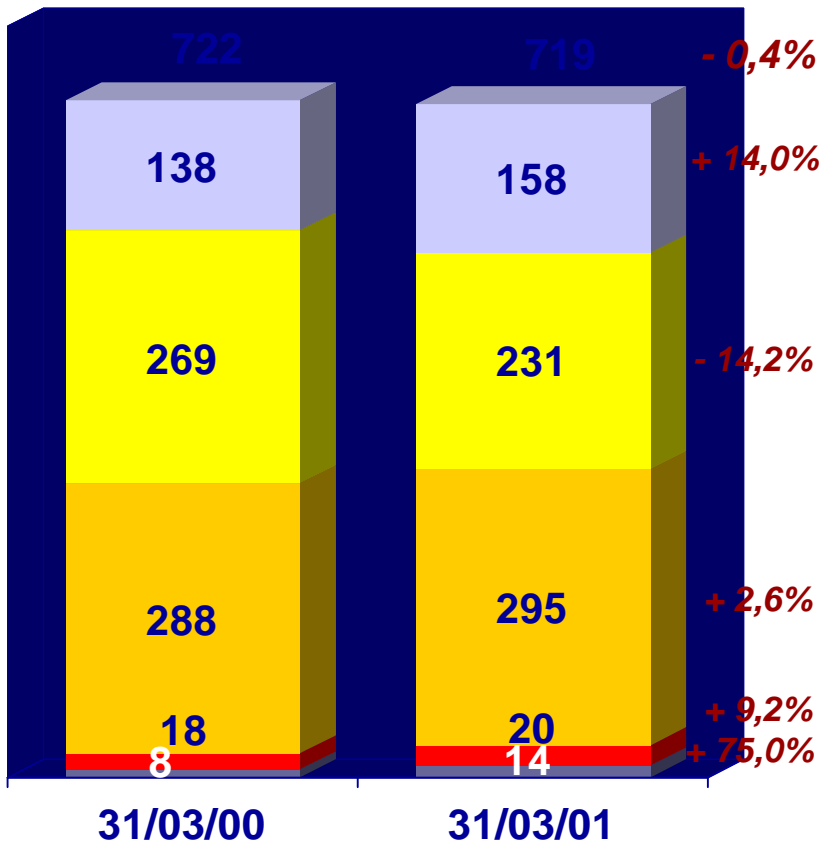
22% de las ventas económicas del Grupo
13% del Ebitda del Grupo
Margen del Ebitda: 17% de las ventas económicas

As de Cigarros de Altadis Crecimientos - Volumen y Valor



Volumen (mn unidades)
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



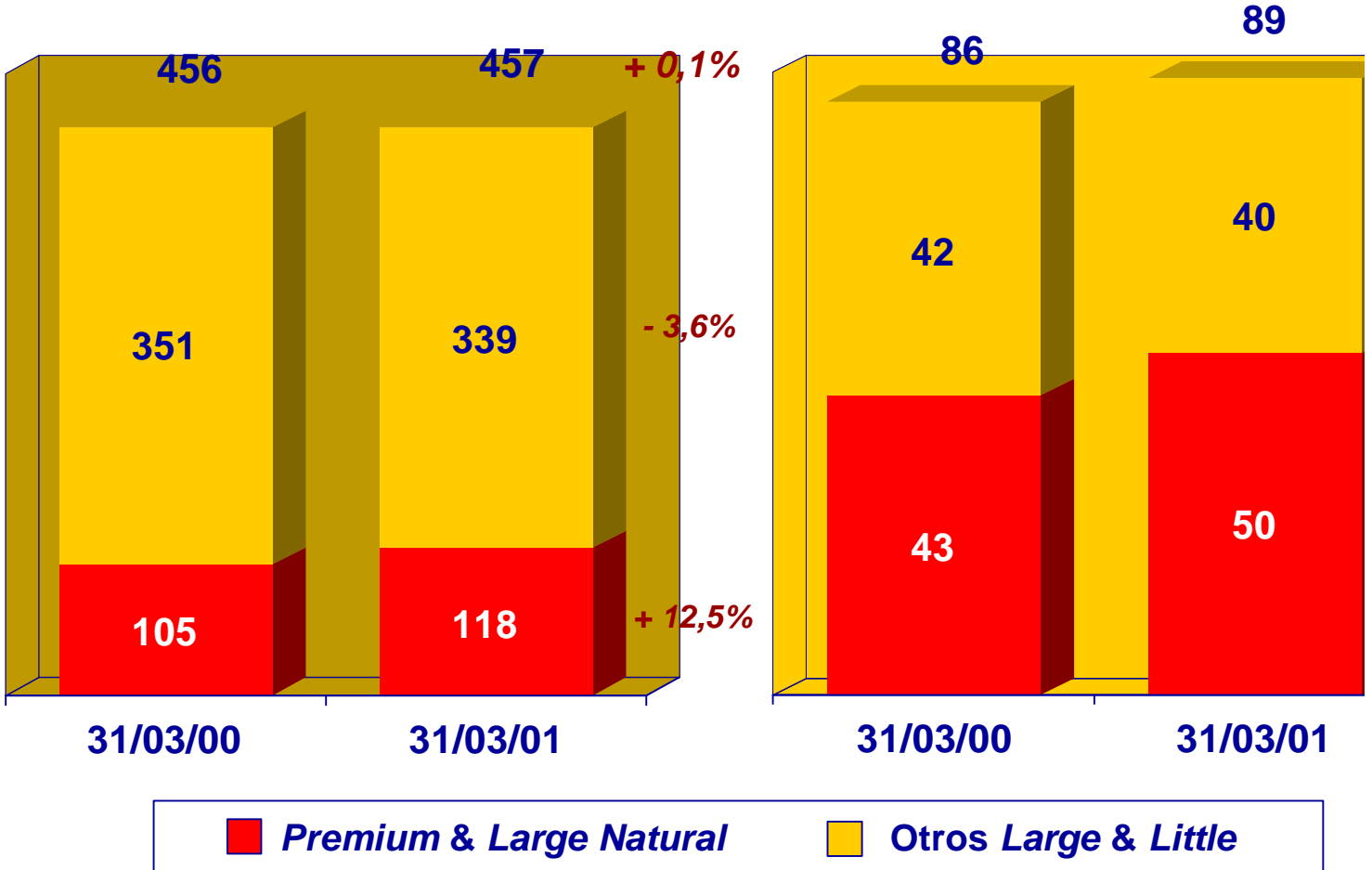
Habanos (50%)
 Premium
 Natural
 Popular
 Little
 Otra

As de Cigarros de Altadis Mercado de USA



Volumen (mn unidades)
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



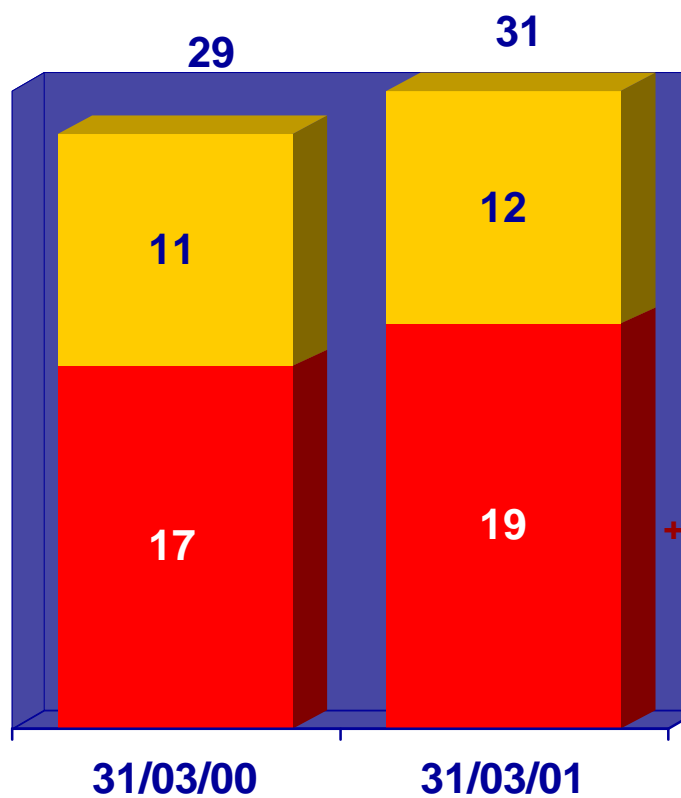
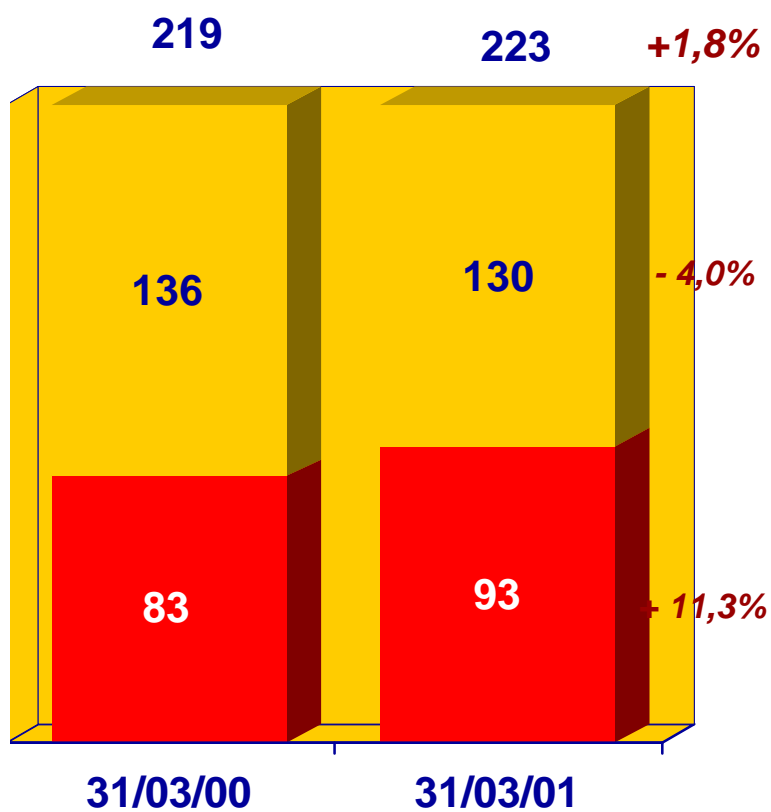
As de Cigarros de Altadis

Mercados de España y Francia



Volumen (mn unidades)
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



■ España ■ Francia

Logística y Víaplus

21% de las ventas económicas del Grupo

24% del Ebitda del Grupo

Margen del Ebitda: 34% de las ventas económicas

Estadística: Tabaco



Número de puntos de venta

50.000

Ventas económicas (€mn)	31/03/00	31/03/01	Var
† España y Portugal	29,4	33,1	+ 1
† France	42,9	44,6	+
Eliminación		- 3,2	
TOTAL	71,4	74,5	+

Estadística: productos distintos al tabaco



Número de puntos de venta **141.000**

Ventas económicas (€mn)	31/03/00	31/03/01	Variación
† España y Portugal	31,3	34,3	+ 9,6
† Francia	25,2	31,2	+ 23,8
TOTAL	56,5	65,6	+ 16,1

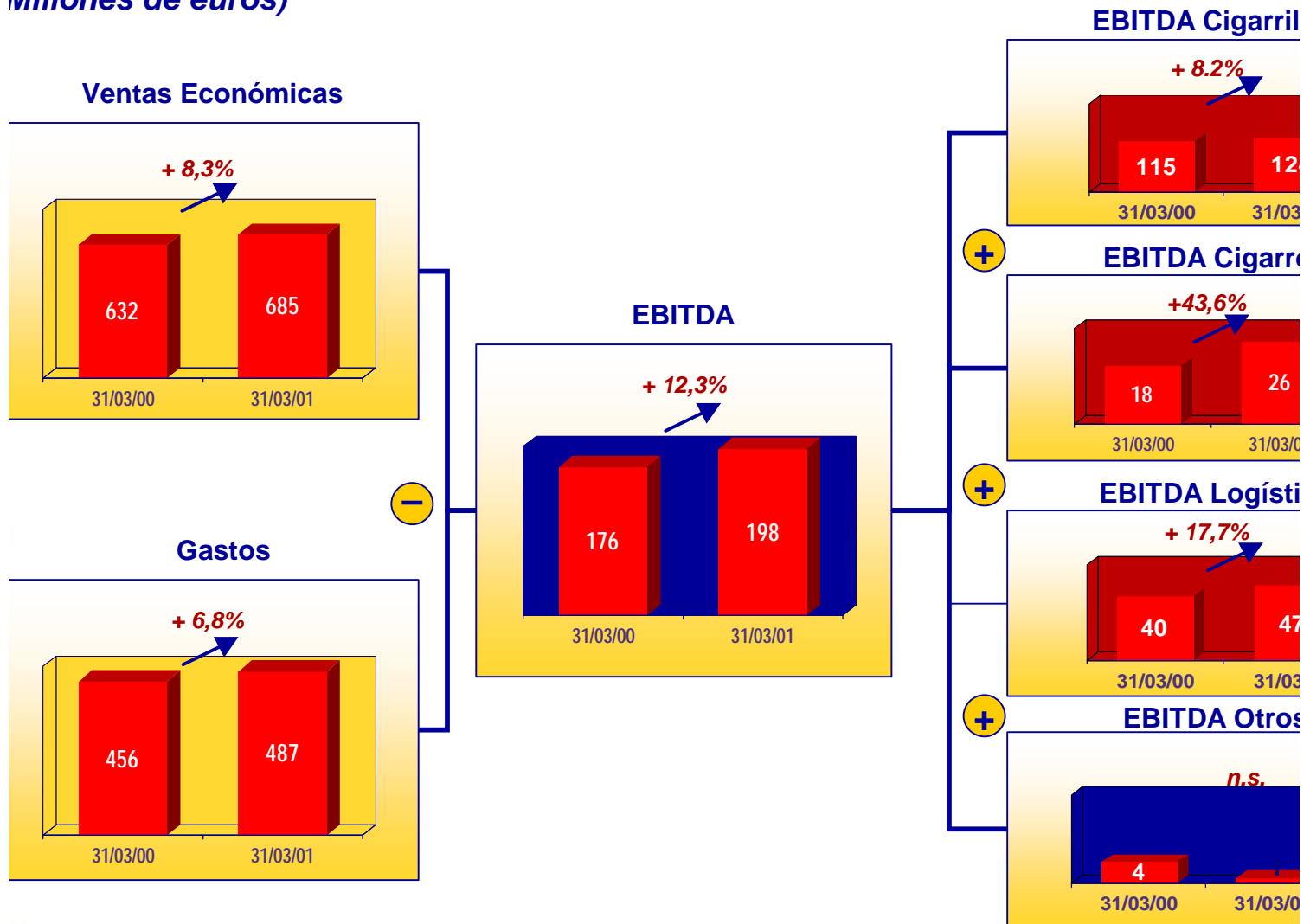
Principales magnitudes del Negocio de Internet	1 ^{er} Trim 2000	1 ^{er} Trim 2001	Dif. (vol.)	
Nº Visitas (mn)	0,94	0,79	-0,15	
Nº páginas visitadas (mn)	7,89	4,38	-3,51	
Nº pedidos Internet	3.100	3.691	591	
Nº medio de pedidos (€/pedido)	105	126	21	
Ventas Internet (€mn)	0,44	0,67	0,23	
Ventas Totales Víaplus (€mn)	0,5	0,77	0,27	
EBITDA (€mn)	-4,5	-1,9	2,6	



Magnitudes Financieras

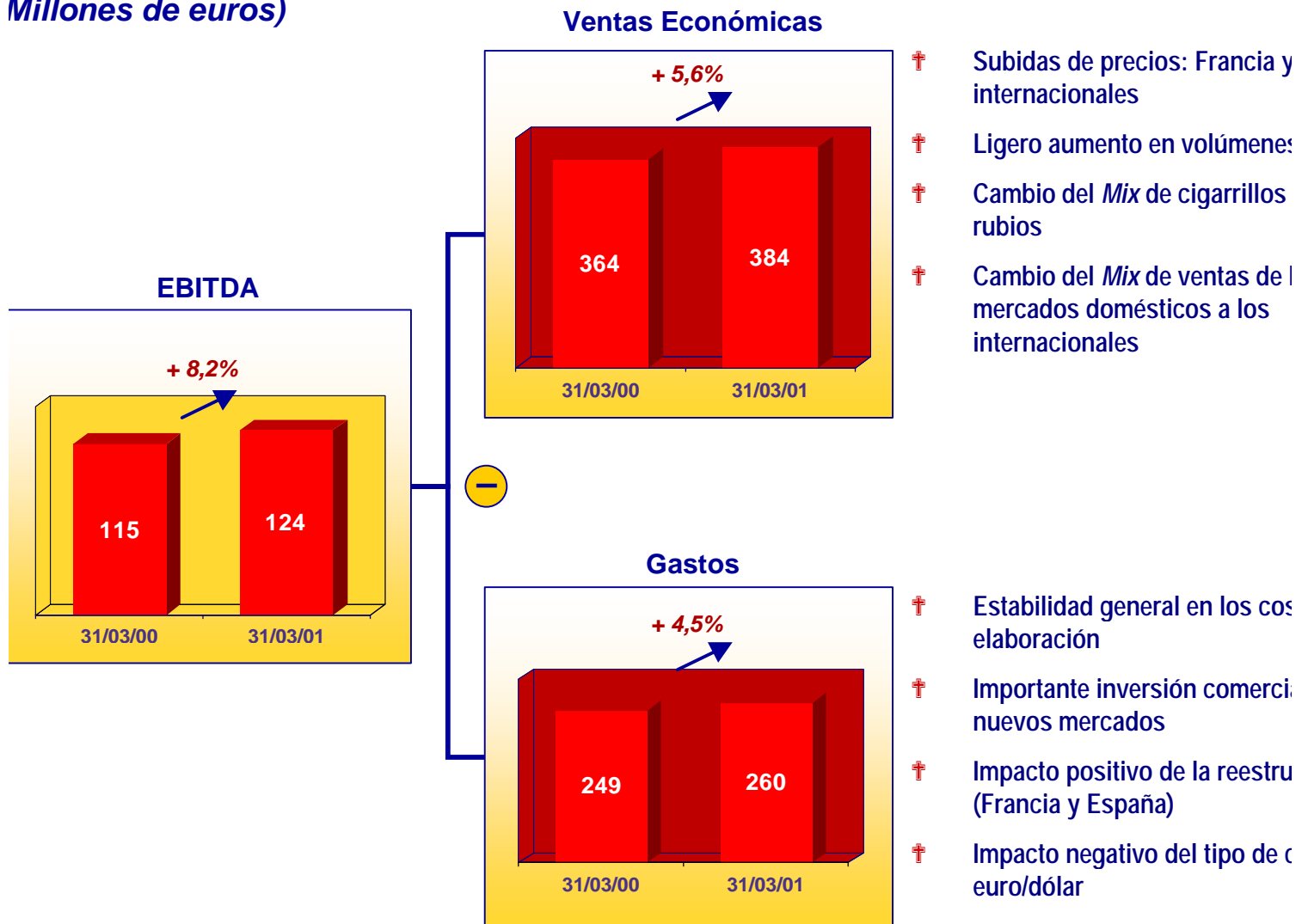
Actividades Principales

(Millones de euros)



Cigarrillos - Resultados

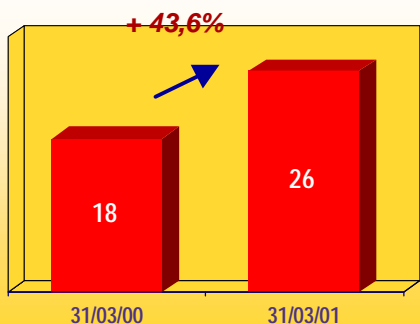
(Millones de euros)



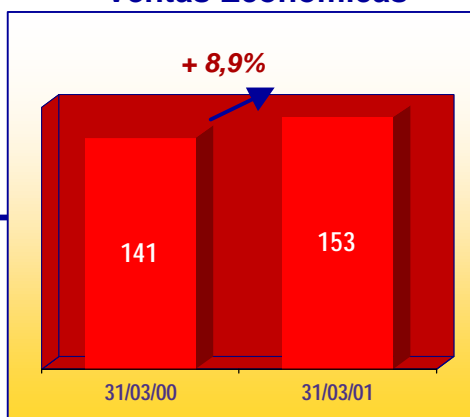
- † Subidas de precios: Francia y internacionales
- † Ligero aumento en volúmenes
- † Cambio del *Mix* de cigarrillos rubios
- † Cambio del *Mix* de ventas de los mercados domésticos a los internacionales

- † Estabilidad general en los costes de elaboración
- † Importante inversión comercial en nuevos mercados
- † Impacto positivo de la reestructuración (Francia y España)
- † Impacto negativo del tipo de cambio euro/dólar

EBITDA



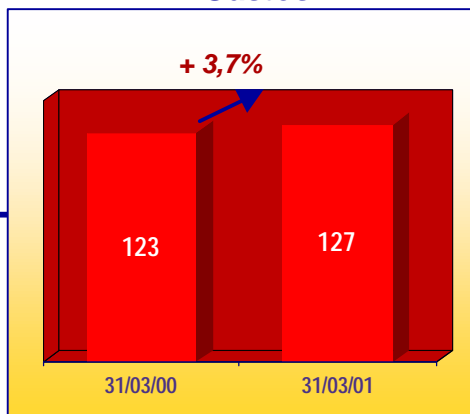
Ventas Económicas



- † Impacto de Habanos: €6r
- † Ralentización ventas USA valor en USD
- † Crecimiento significativo y Francia
- † Francia: concentración en mayor precio
- † Impacto positivo tipo de cambio euro/dólar: +7%

−

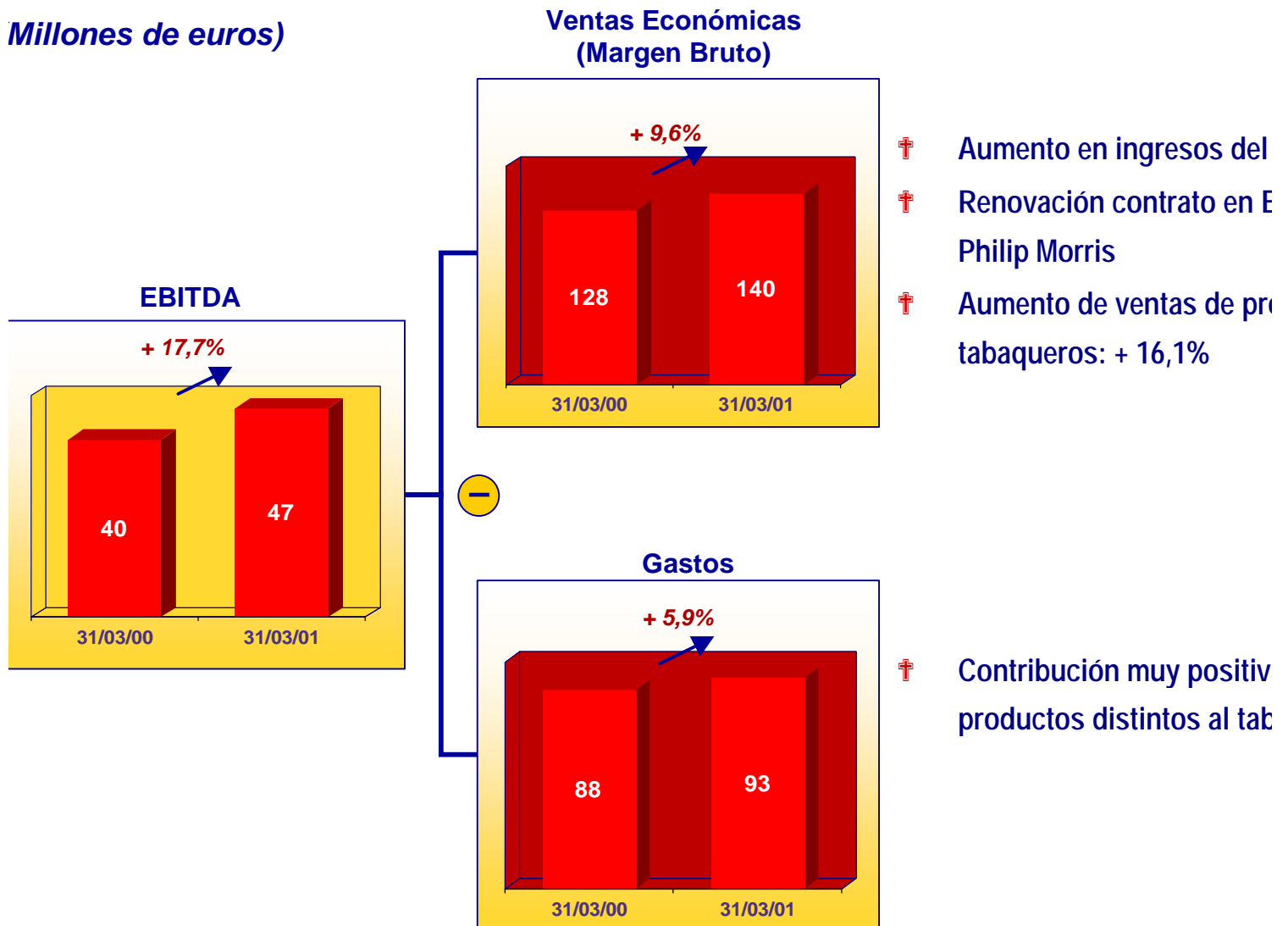
Gastos



- † Impacto tipo de cambio euro/dólar
- † Impacto positivo reestructuración USA

Estadística - Resultados

Millones de euros)



Presentación de Resultados

en forma 2000 - 2001



(Millones de Euros)

	2000	2001	
Ventas económicas	632.4	685.0	+
EBITDA (Flujo de Caja de Explotación)	176.3	198.0	+ 1
Beneficio de explotación	137.0	159.2	+ 1
Resultados Financieros	(1.3)	(10.8)	
Resultados Extraordinarios	(2.8)	15.0	
Impuesto sobre Sociedades	(48.6)	(55.4)	+ 1
Amortización del Fondo de Comercio	(14.3)	(20.4)	+ 4
Intereses Minoritarios	(8.1)	(9.2)	+1
Empresas Filiales por Puesta en Equivalencia	11.2	4.2	- €
Beneficio Neto del Grupo	73.1	82.7	+ 1
Beneficio por Acción (céntimos de euro)	22.76	27.07	+ 1

Conclusiones

Los resultados del primer trimestre de 2001 confirman el compromiso de Altadis en maximizar el valor para sus accionistas y en desarrollar una estrategia de crecimiento sostenible en cada una de sus tres líneas de negocio fundamentales: cigarrillos, cigarros y logística

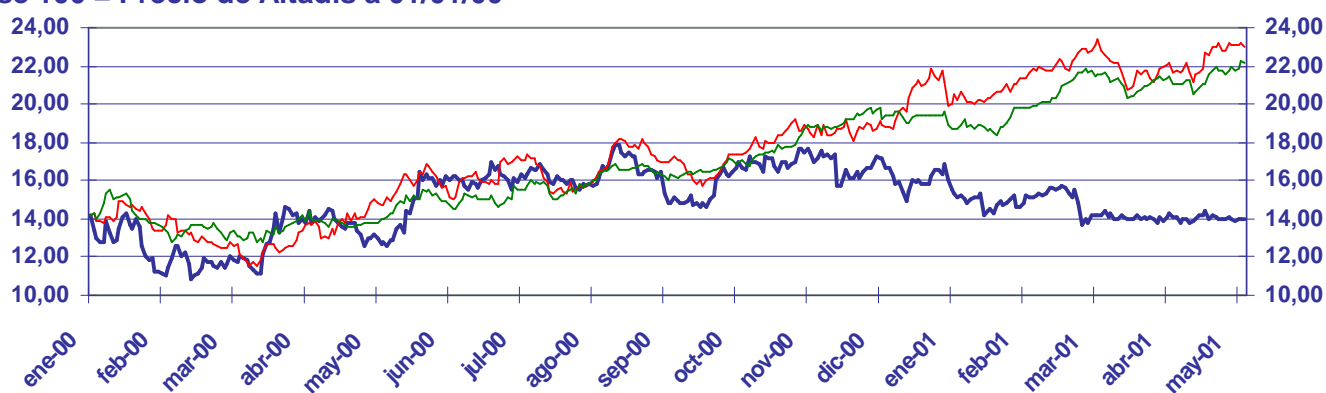
- † Cigarrillos: acelerar la internacionalización
- † Cigarros: optimizar el liderazgo
- † Logística y *e-business*: ampliar las actividades a productos distintos al tabaco
- † Mejorar el control de gastos
- † Optimizar la estructura financiera y la gestión del circulante

Evolución de la Acción vs Tabaqueras



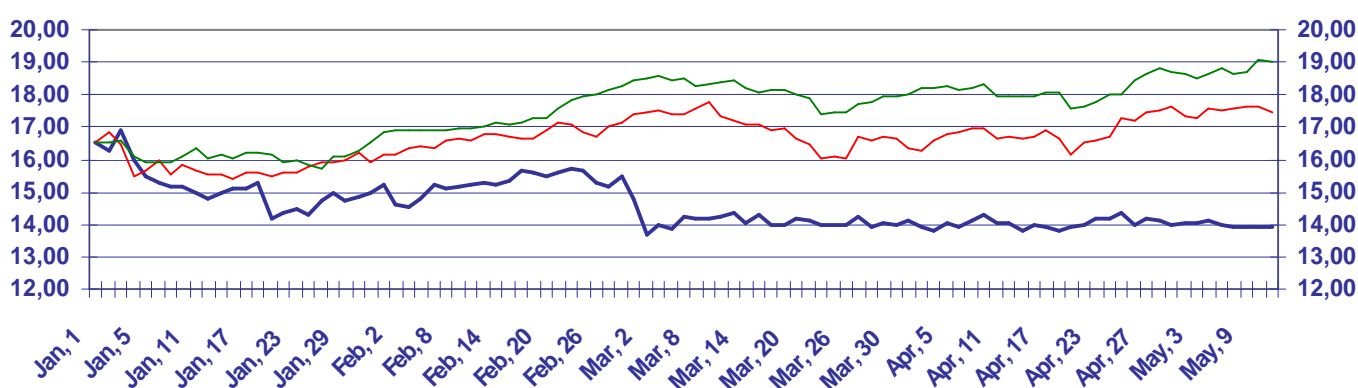
Años 2000 y 2001 (hasta el 11 de mayo 2001)

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



Año 2001 (hasta el 11 de mayo de 2001)

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



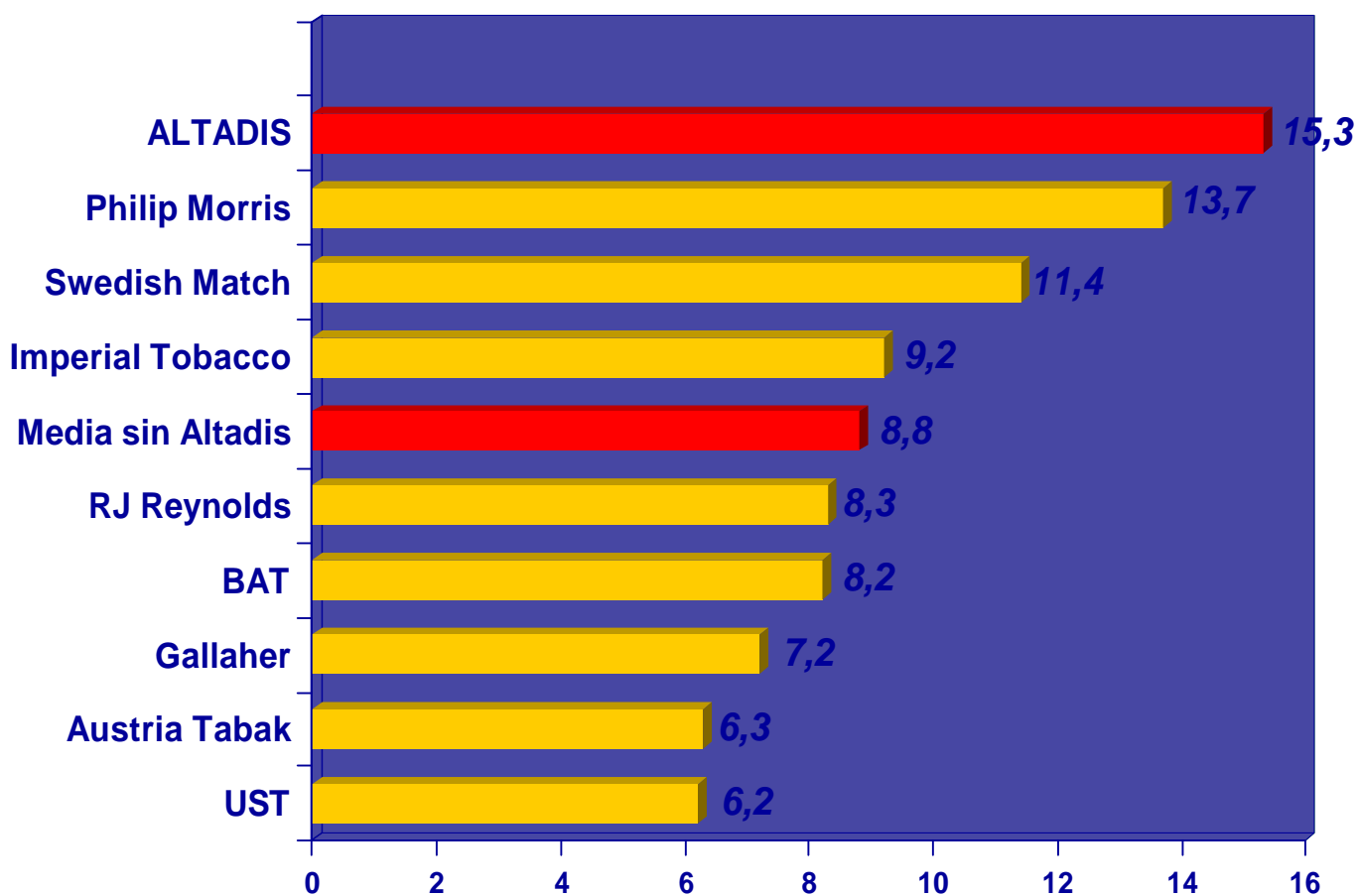
— Altadis (Madrid) — Multinacionales (BAT, Japan T. y Philip Morris) — Compañías Europeas (Austria T., Gallaher, Imperial)

Fuente: Bloomberg

Compañías Tabaqueras - Crecimiento del Beneficio por Acción en 3 Años



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



Fuente: consensus de estimaciones a 14 de mayo

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



Altadis

European Tobacco Company

Apéndices

- † **Datos trimestrales 2000 revisados**
- † **Método contable**
- † **Ventas de Cigarrillos de Altadis - Segmentos - Volumen**
- † **Ventas de Cigarrillos de Altadis - Mercados/Áreas - Volumen y Variación**
- † **Cigarrillos y Picaduras - El Mercado en Francia**
- † **Cigarrillos - El Mercado en España**
- † **Ventas de Cigarros de Altadis - Mercados/Áreas - Volumen y Variación**
- † **Cigarros - El Mercado en USA**
- † **Venta de Cigarros de Altadis - España y Francia**

Resultados 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	2.798,0

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	169,1
Otros	3,6	7,8	3,9	9,8	25,1
Total	176,3	201,1	198,4	179,8	755,6

Incluyendo resultados pro-forma de HABANOS

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 con 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).

Criterio : aplicar durante el año 2000 las normas aplicadas a parti año 2000 completo

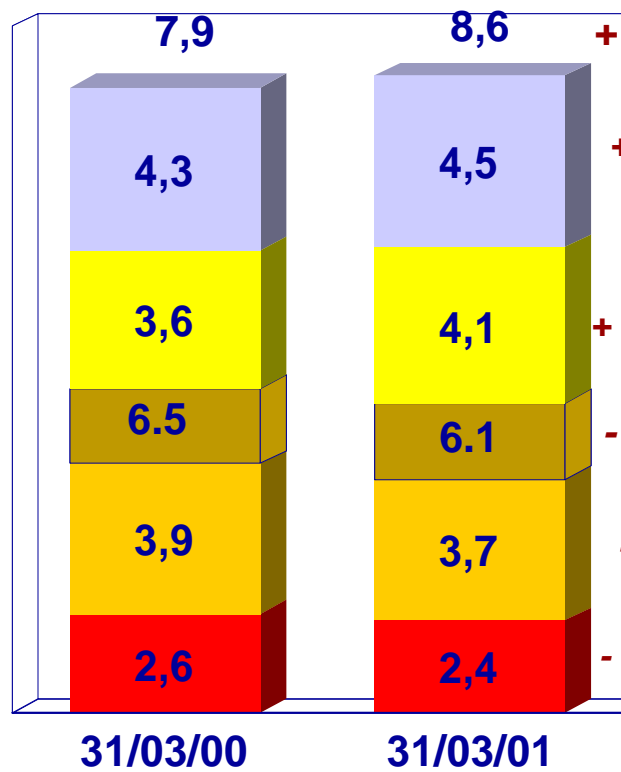
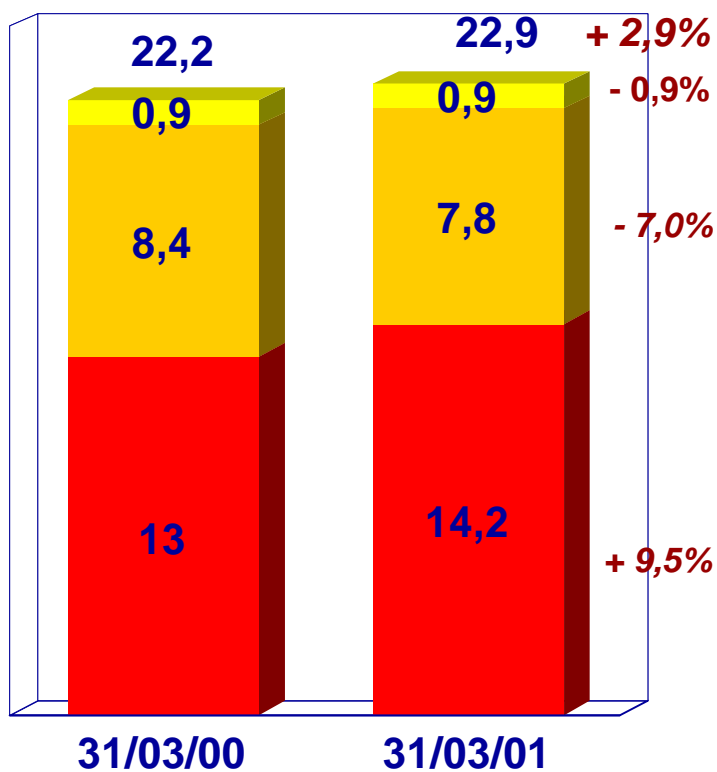
- † Las ventas económicas se refieren sólo a marcas propias de Altadis
 - † Los ingresos no están neteados con los gastos
 - † Los periodos de amortización se han armonizado
 - † El Ebitda no incluye la participación de empleados en beneficios
 - † El impuesto sobre sociedades se refiere sólo al consolidado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

As de Cigarrillos de Altadis Segmentos - Volumen



Segmentos (bn unidades)
y Crecimiento 00-01

Principales Marcas (bn unidades)
y Crecimiento 00-01



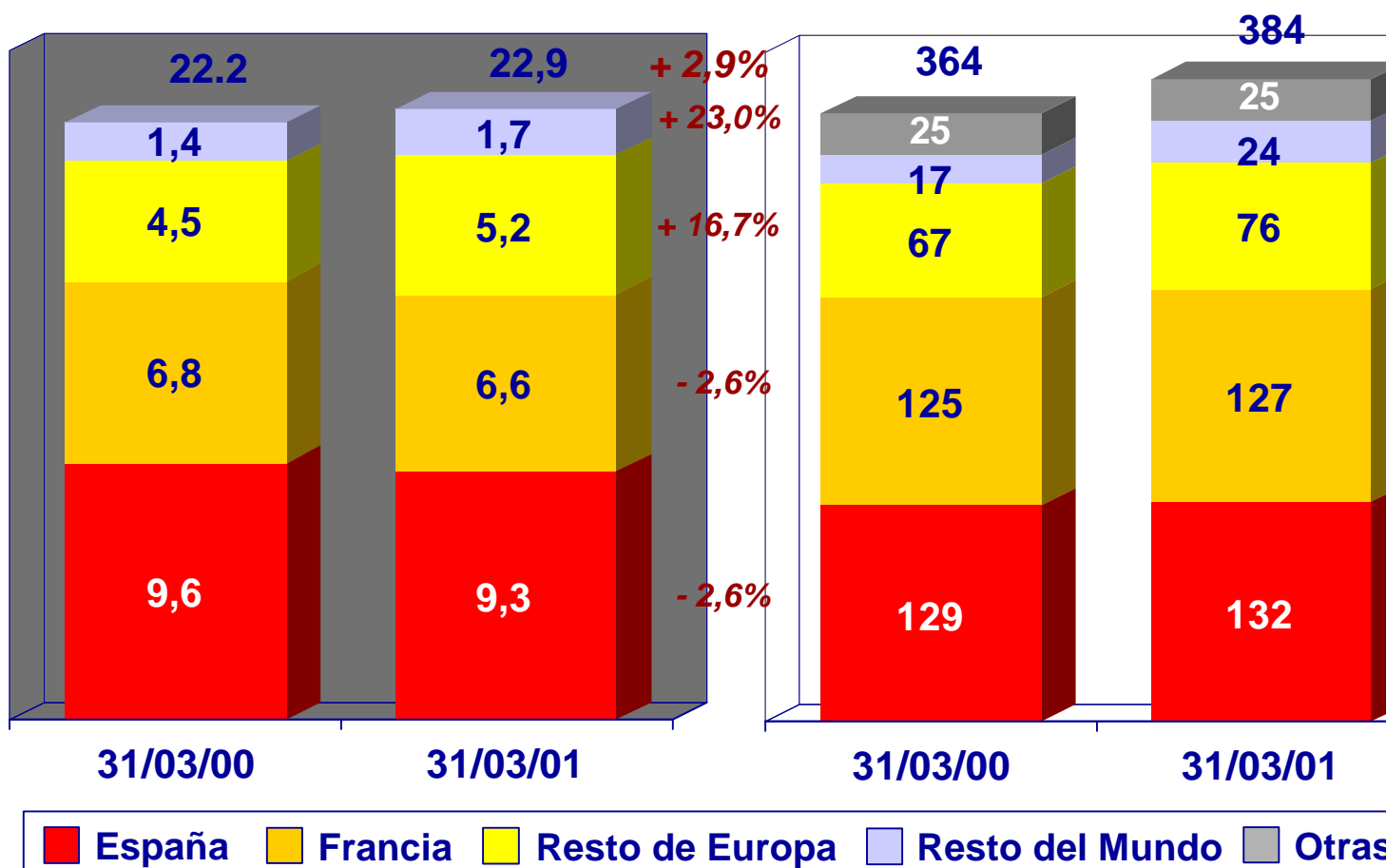
Picaduras	Fortuna
Negro	Gauloises Blondes
Rubio	Ducados
	Gauloises Brunes

As de Cigarrillos de Altadis Ados / Áreas - Volumen y Valor



Volumen (bn unidades)
y Crecimiento 00-01

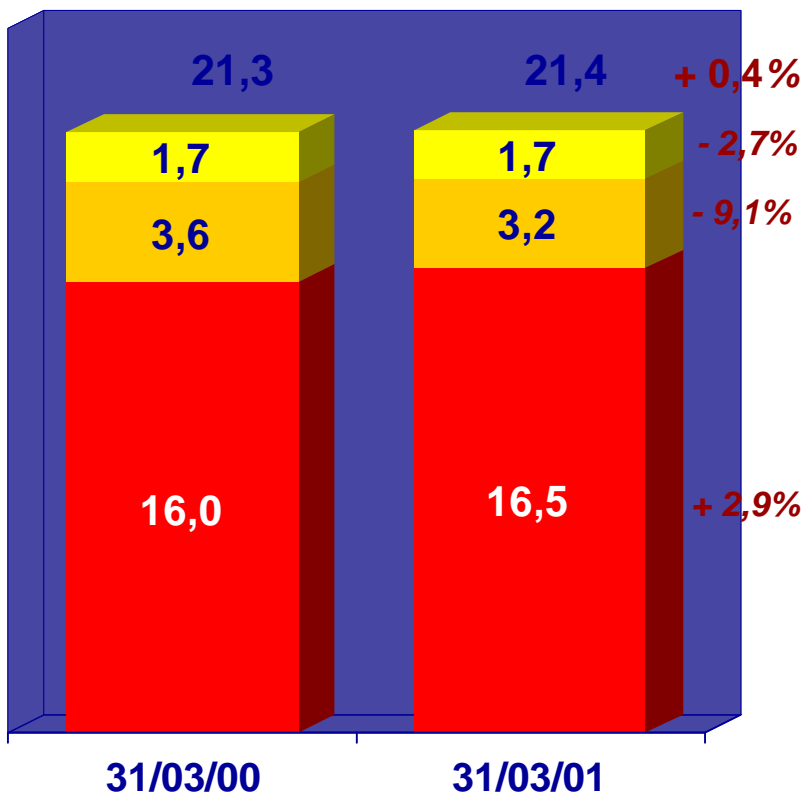
Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



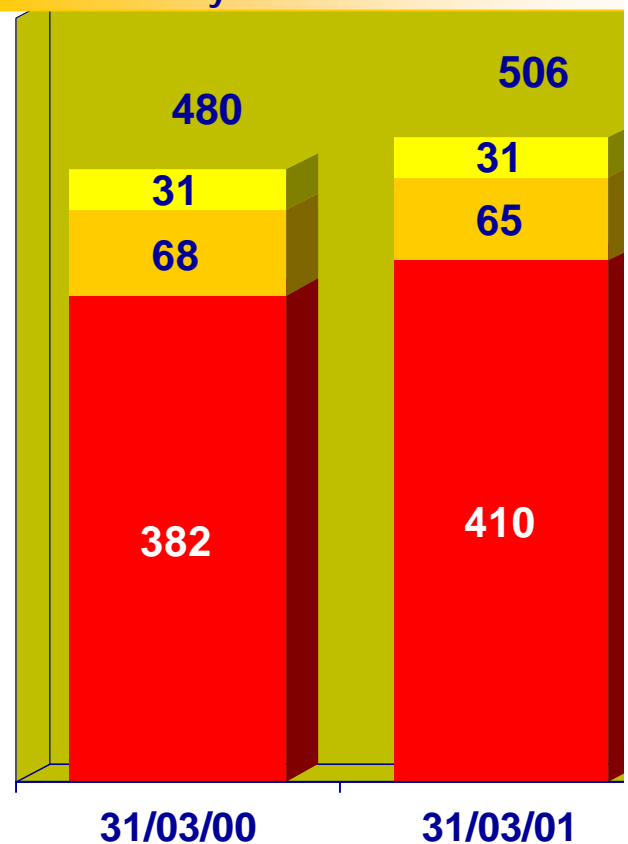
Trillos y Picaduras Mercado en Francia



Volumen (bn unidades)
y Crecimiento 00-01



Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



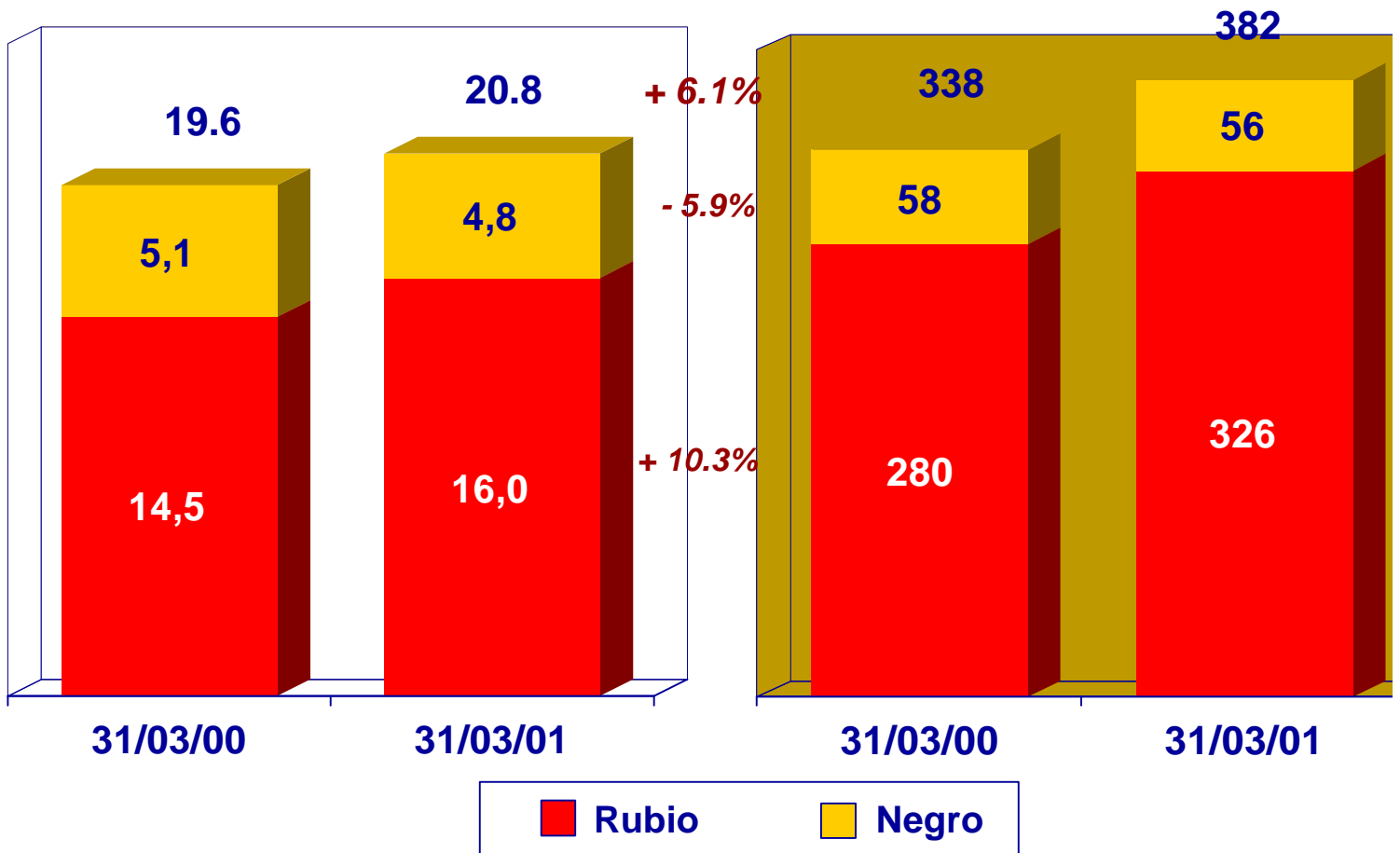
Trillos

Mercado en España



Volumen (bn unidades)
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01



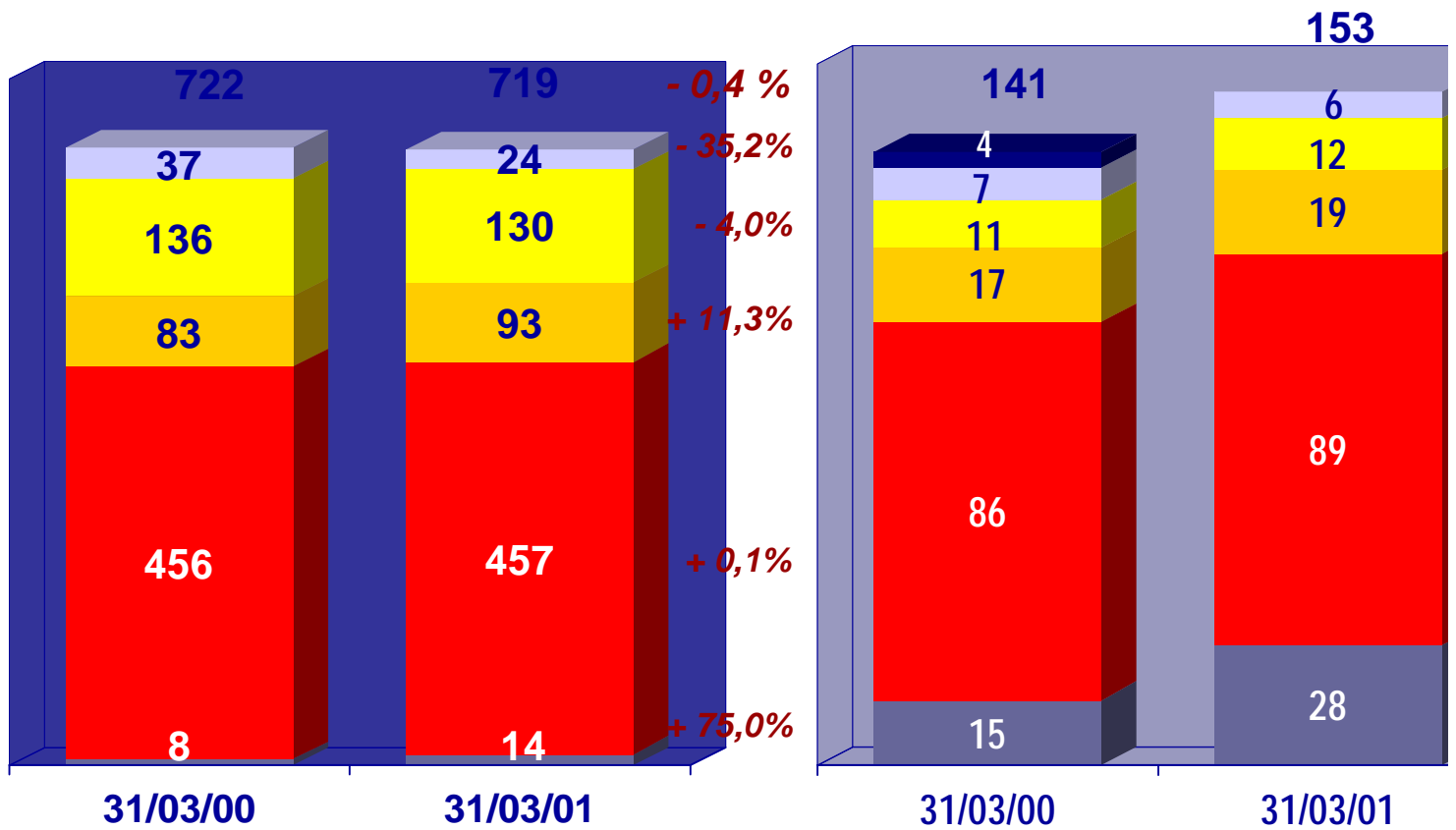
Nota : Las ventas de picaduras en España no son significativas

Productos de Cigarros de Altadis por Países / Áreas - Volumen y Valor



Volumen (mn unidades)
y Crecimiento 00-01

Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01

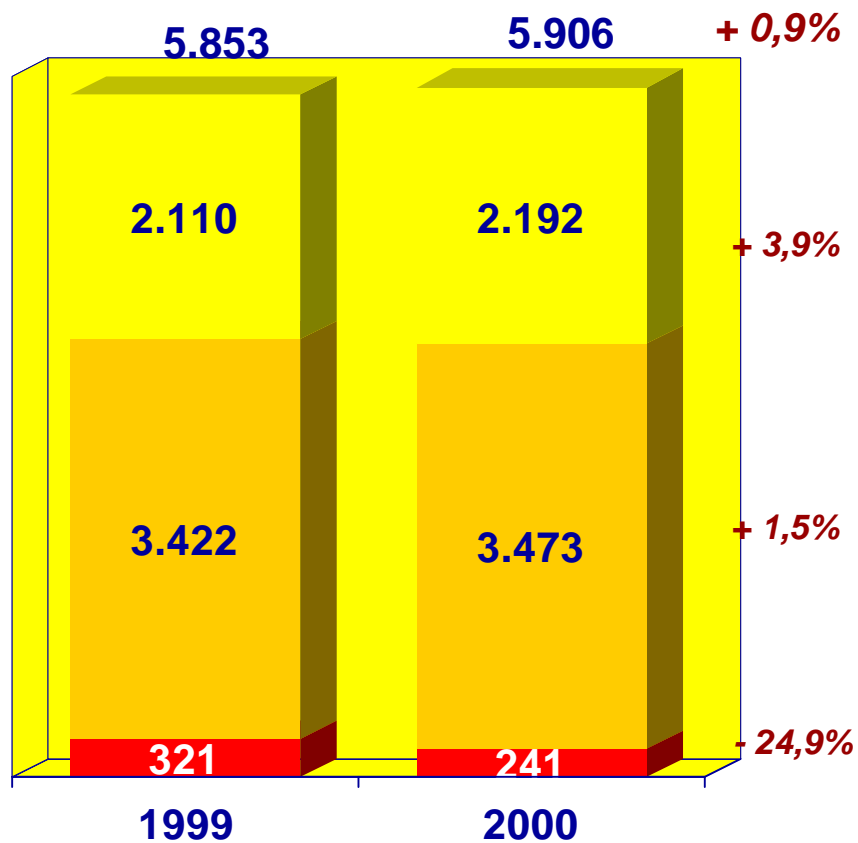


Habanos (50%)
 USA
 España
 Francia
 Exportaciones
 Otras

TROS

ercado en USA

Volumen (miles de unidades) y Crecimiento 00-01*



 **Premium**
(Importaciones)

 **Cigarros Large**
(Popular y Natural)

 **Cigarros Little**

(*) Cifras de enero a diciembre

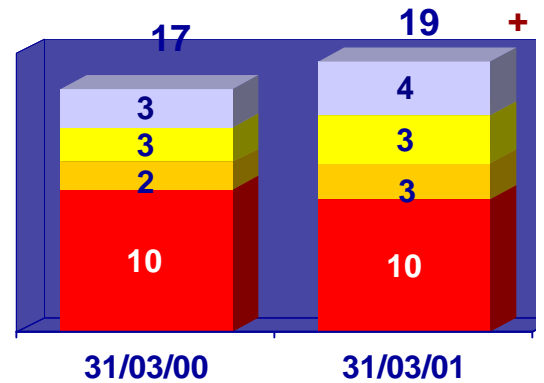
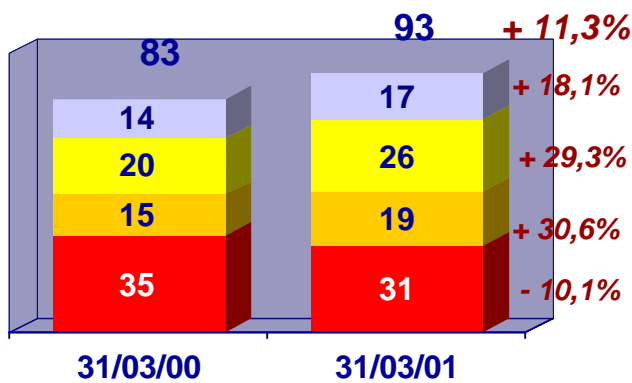
As de Cigarros de Altadis España y Francia



Volumen (bn unidades)
y Crecimiento 00-01

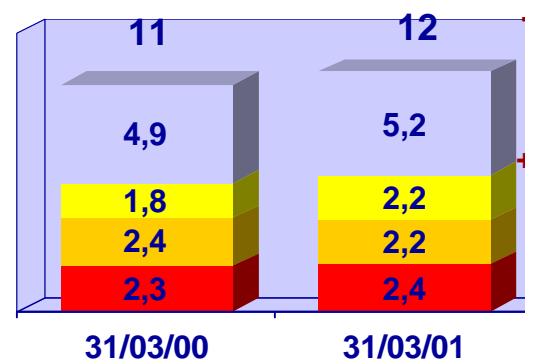
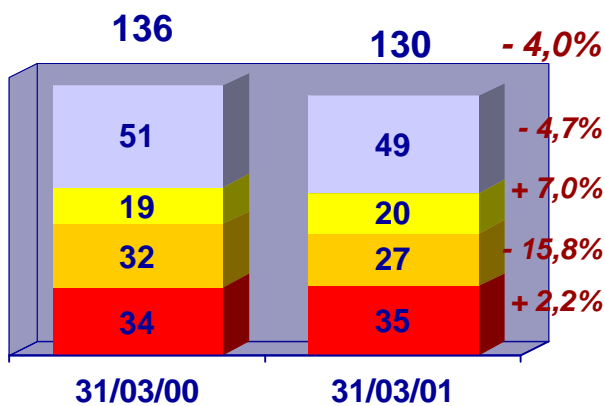
Valor (€mn)
y Crecimiento 00-01

España



■ Farias Large ■ Farias Small ■ Entrefinos ■ Otros

Francia



■ Havanitos ■ Ninas ■ Fleur de Savane ■ Otros