



Resultados



Primer trimestre 2005



Lunes, 16 de mayo de 2005

Índice

■ Acontecimientos del primer trimestre	página	4
■ Reorganización	página	7
■ Cigarrillos	página	8
■ Cigarros	página	19
■ Logística	página	27
■ Magnitudes Financieras	página	32
■ Conclusión	página	38
■ Anexos	página	41

Información sobre la acción y los bonos

Acción : Código Isin - ES0177040013 Reuters - ALT.MC (Madrid) ALDS.PA (París) Bloomberg - ALT.SM (Madrid) ALD.SM (París)

Bonos : Vencimiento 02/10/08 - ES017683730 (Reuters) ED147823 / Isin XS0176837309 (Bloomberg)
Vencimiento 02/10/13 - ES017683837 (Reuters) ED147819 / Isin XS0176838372 (Bloomberg)

NOTA : LA INFORMACIÓN FINANCIERA INCLUIDA EN ESTE DOCUMENTO ESTÁ ELABORADA DE ACUERDO CON LAS NIIF

- **El 11 de abril de 2005, Altadis presentó sus resultados proforma de 2004 de acuerdo con las NIIF, a efectos comparativos, exceptuando las NIC 32 y 39.**
- **La presentación correspondiente se puede encontrar en la página web de Altadis: www.altadis.com.**
- **Las presentaciones de resultados trimestrales, incluyendo este primer trimestre de 2005, se realizarán de acuerdo con las NIIF.**

Principales magnitudes del primer trimestre de 2005

Elevado crecimiento del BPA: +7,2 %

Millones de euros

	2004	2005	Var. 05-04
Ventas económicas	807	885	+9,7%
Ebitda	228	242	+6,1%
Beneficio Neto	110	114	+4,0%
BPA (céntimos de euro) ⁽¹⁾	38	41	+7,2%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) ⁽²⁾	50	55	+8,9%
	Plantilla	27.803	

(1) BPA básico y diluido coinciden.

(2) Beneficio líquido: Benéfico neto + Depreciación y amortización (netas de impuestos) + Beneficios fiscales, netos de minoritarios, registrados en el Balance de situación procedentes de la deducibilidad fiscal de la amortización de marcas y fondos de comercio.

Principales acontecimientos del primer trimestre

Elevado crecimiento del BPA: +7,2 %

- El Grupo ha obtenido crecimiento de las ventas económicas (+9,7%), del beneficio neto (+4,0%) y del BPA⁽¹⁾ (+7,2%). Debido a la estacionalidad, se espera que estas cifras estén por debajo de la media anual.
- Excelentes resultados del negocio de Cigarros : en moneda constante, las ventas han aumentado un +7,4% y el Ebitda un +32,8%
- Las recientes adquisiciones, Logista Italia (antes Etinera), Balkan Star, y Logista France (antes Geopost) han aportado 71 y 12 millones de euros a las ventas económicas y al Ebitda, respectivamente.
- La ralentización en algunos mercados de cigarrillos de alta rentabilidad ha afectado, temporalmente, a las actividades de Cigarrillos.
- Altadis posee ahora el 50% de *Retail Airport Finance* quien a su vez controla el 95,9% de Aldeasa. Esta participación será consolidada por el método de integración proporcional, a partir del 1 de mayo de 2005.

(1) BPA básico y diluido coinciden.

Líder en las tres líneas de negocio del Grupo

bn = mil millones

Cigarrillos
Líder en
Europa Occidental

Nº 3 en Europa Occ.
Nº 1 en España
Nº 2 en Francia
Nº 4 en Alemania
Nº 1 en Marruecos

30,9 bn de cigarrillos⁽¹⁾
(+10,7%)

Cigarros
Líder mundial

Nº 1 en EE.UU.
Nº 1 en cigarros premium
Nº 1 en España
Nº 1 en Francia

815 mn cigarros
(-4,4%)

Logística
Un modelo
único de negocio

Alrededor de 300.000 puntos
de venta en Europa Occidental
y Marruecos

Ingresos de € 2.431 mn
(+34,7%)

**Ventas
Económicas⁽²⁾**
(variación)

€ 468 mn (- 1,4%)

€ 190 mn (+3,6%)

€ 259 mn (+ 36,4%)

⁽¹⁾ Incluye 1,6 bn de cigarrillos de marcas concedidas bajo licencia a terceros

⁽²⁾ La diferencia para alcanzar las ventas totales del Grupo se descompone en:
Otros : € 10 mn (€ 13 mn en 2004) y Eliminaciones : € -43 mn (€ -55 mn en 2004).

Reorganización: aplicación en curso

- **El estado actual de la reorganización es el siguiente:**
 - Completada en Marruecos desde diciembre de 2004
 - La aplicación finalizará en agosto de 2005 en Francia (5 centros fueron cerrados en 2004)
 - En España se ha presentado ante el Ministerio de trabajo el Expediente de Regulación de Empleo, lo que permite iniciar el período formal de consultas con los sindicatos
- **Los beneficios recurrentes de 86 millones de euros, serán obtenidos principalmente en 2005 y 2006⁽¹⁾.**
- **El coste total, excluyendo Marruecos, por importe de 245 millones de euros fue contabilizado en años anteriores.**

(1) Tras obtener ahorros por importe de € 7 millones en 2004, el calendario previsto para los ahorros adicionales es: € 35 millones en 2005, de los que €13 millones corresponden a España, € 40 millones en 2006 y € 4 millones en 2008

CIGARRILLOS

Internacionalización



Cigarrillos: principales magnitudes del primer trimestre de 2005

Millones de euros

	2004	2005	Var. 05-04
Volumen (bn unidades)	27,9⁽¹⁾	30,9⁽¹⁾	+10,7%
Ventas económicas	475	468	-1,4%
Costes	300	308	+2,8%
Ebitda	175	160	-8,4%⁽²⁾
Margen de Ebitda	36,8%	34,1%	-2,7 puntos

(1) Incluye 1,7 y 1,6bn de cigarrillos en 2004 y 2005, respectivamente, de marcas concedidas bajo licencia a terceros.

(2) La evolución del Ebitda es estable considerando constantes para ambos años: perímetro, dólar y niveles de inventario y los mismos días laborables.

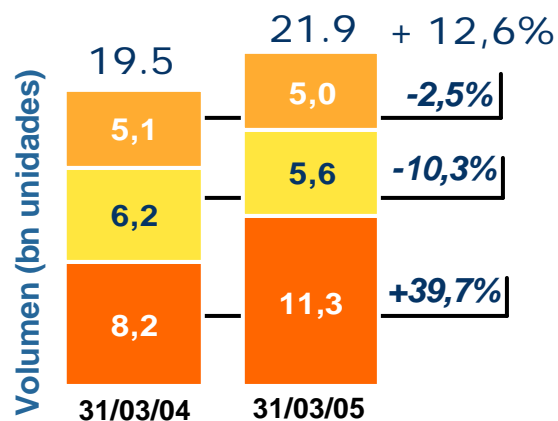
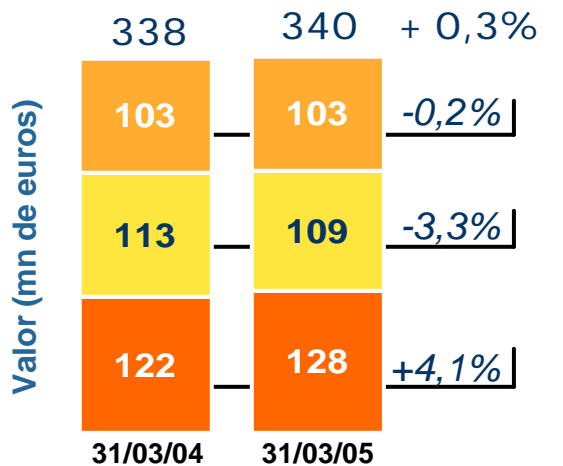
Cigarrillos: principales acontecimientos del primer trimestre de 2005

- **Consolidación por primera vez de Balkan Star.**
- **Reducción del mercado total en algunos mercados clave: España, Alemania e Italia.**
- **Estabilización del mercado francés.**
- **Las ventas internacionales de Gauloises Blondes continúan creciendo, + 5,4%.**
- **Fuertes resultados excluyendo España y Francia: incremento de cuota de mercado en Alemania, Austria, Bélgica, Luxemburgo y Marruecos.**

Estrategia de cigarrillos: incrementar la internacionalización

- **Capitalización de las marcas principales del Grupo, Gauloises y Fortuna.**
- **Globalización de Gauloises en el segmento *sub-premium*.**
- **Desarrollo regional de Fortuna en el segmento medio-bajo.**
- **Uso táctico de otras marcas fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (Balkan Star, Marquise, News, Nobel, ...).**
- **Entrada en mercados estratégicos : Rusia, Marruecos.**
- **Estrategia de rentabilización “cash cow” para los cigarrillos negros.**

Las ventas de cigarrillos rubios aumentan ligeramente



■ *Gauloises Blondes* ■ *Fortuna*
■ *Otras marcas de cigarrillos rubios*

- **Gauloises Blondes:**
 El crecimiento de las ventas internacionales, mantenido durante largo tiempo, compensa las dificultades del mercado en Francia.

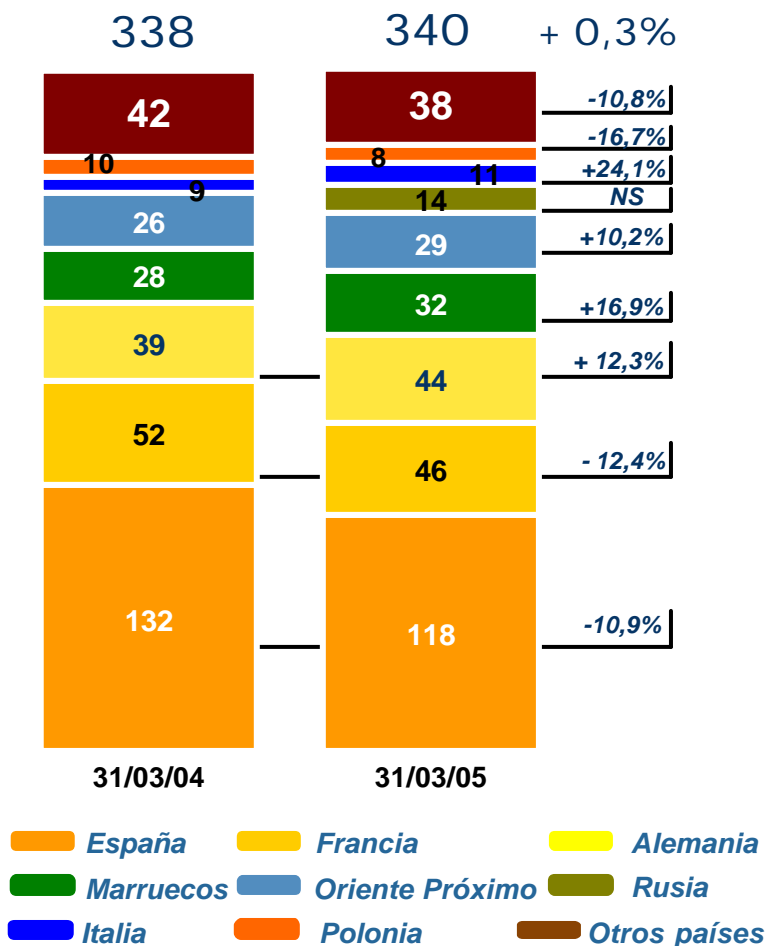
- **Fortuna:**
 - Caída de cuota de mercado en España;
 - Cuota de mercado superior al 2% en Francia y Marruecos.

- **Marquise**, en Marruecos, alcanza ya una cuota de mercado del 51,4%.

- **Balkan Star** en Rusia, la última incorporación al portafolio de las principales marcas tácticas.

Cigarrillos rubios: dificultades en los mercados domésticos, pero Alemania, Marruecos y Oriente Próximo generan fuertes resultados

Valor (Millones de euros)



- Incremento de doble dígito, + 10,2%, de las ventas a **Oriente Próximo**.
- Buenos resultados en **Marruecos**.
- Excelente evolución en **Alemania**, con el ya habitual incremento de cuota de mercado.
- **Francia**: reducción de los inventarios tanto a nivel de distribución como de estancieros. La tendencia subyacente es significativamente mejor.
- **España**: el segmento de precios ultra bajos daña la cuota de mercado. Los inventarios en 2004 por encima de sus niveles habituales.
- **Rusia**: nuevo mercado clave.

Evoluciones dispares de la cuota de rubio en Europa

(Volumen en billones de unidades)

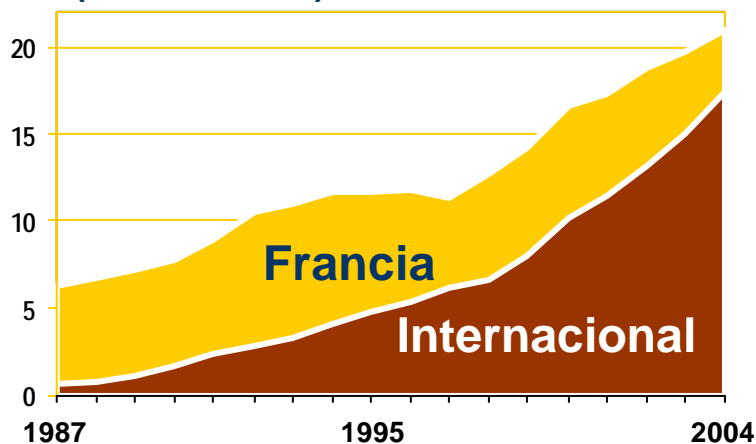
	2004	2005	Var.
España			
Volumen	5,2	4,5	-13,0%
Cuota de mercado	28,8%	26,4%	-2,4
Francia			
Volumen	2,1	2,1	-0,3%
Cuota de mercado	19,0%	18,6%	-0,4
Alemania			
Volumen	1,5	1,4	-7,5%
Cuota de mercado	5,4%	6,1%	-0,7
Italia			
Volumen	0,5	0,4	-18,5%
Cuota de mercado	2,2%	1,9%	-0,3
Austria			
Volumen	0,3	0,3	+7,5%
Cuota de mercado	8,2%	8,6%	+0,4
Polonia			
Volumen	1,5	1,2	-21,9%
Cuota de mercado	9,6%	7,3%	-2,3
Bélgica y Luxemburgo			
Volumen	0,2	0,2	-15,3%
Cuota de mercado	5,1%	6,1%	+1,0

Gauloises Blondes: una marca internacional estratégica

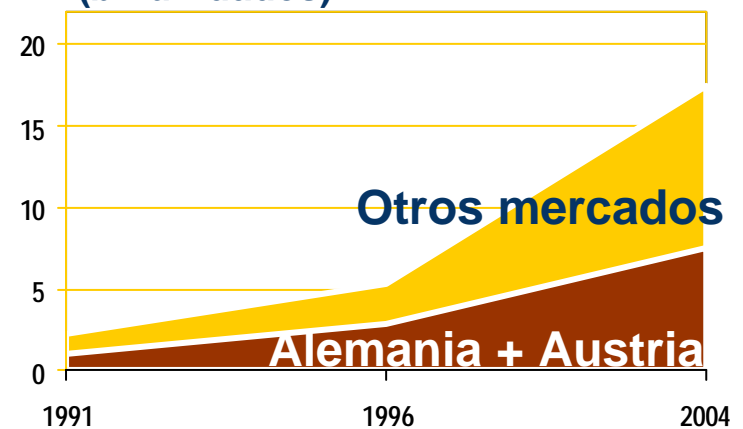


- Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora del nombre de la marca.
- Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia.
« Liberté toujours » (libertad para siempre) como lema de la marca.
- Precio nivel sub-premium.
- Diseño que busca la estética y originalidad.
- El objetivo prioritario son mercados maduros donde el *mix* de la marca tiene un mayor atractivo.
- Estrategia de comunicación coherente.

Gauloises Blondes en el mundo
(bn unidades)



Gauloises Blondes fuera de Francia
(bn unidades)



Las ventas internacionales de Gauloises Blondes aumentan un 5,4%

(Volumen en millones de unidades)

(Ventas en millones de euros)

	T1 '02	T1 '03	T1 '04	T1 '05	Var. % 05-04	TAM (05-02)
Alemania						
Volumen	1.491	1.422	1.494	1.386	-7,2%	-2,4%
Ventas	31,1	30,0	38,4	43,3	12,6%	n.s.
Resto de Europa						
Volumen	758	1.077	1.090	970	-11,0%	8,6%
Ventas	12,2	17,5	21,9	22,1	0,5%	n.s.
Oriente Próximo						
Volumen	58	314	1.134	1.461	29,0%	n.s.
Ventas	0,9	4,2	12,7	15,3	21,0%	n.s.
Resto del mundo						
Volumen	180	412	657	486	-26,3%	39,2%
Ventas	3,0	5,7	9,3	6,1	-34,1%	n.s.
Total (sin incluir Francia)						
Volumen	2.487	3.225	4.375	4.303	-1,6%	20,1%
Ventas	47,2	57,4	82,3	86,8	5,4%	n.s.

Nota: Las ventas de T1 '02 y T1 '03 están contabilizadas según principios contables españoles. Las de T1 '04 y T1 '05 según NIIF.

Las cifras contabilizadas en T1 '04 según NIIF se han incrementado por importe de 7,8mn de euros respecto a las contabilizadas según principios contables españoles.

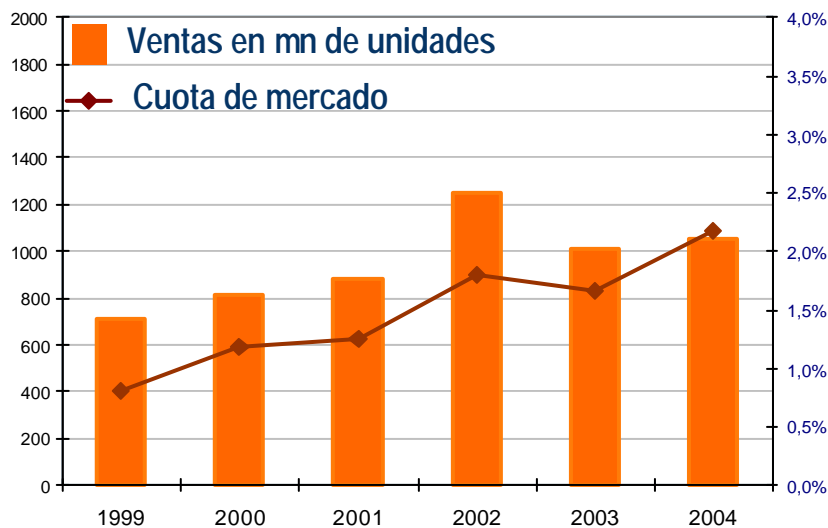
TAM: Tasa Anual Media.

Fortuna amplía su presencia geográfica

España: Sólida base inicial – Cuota de mercado del 19,8%

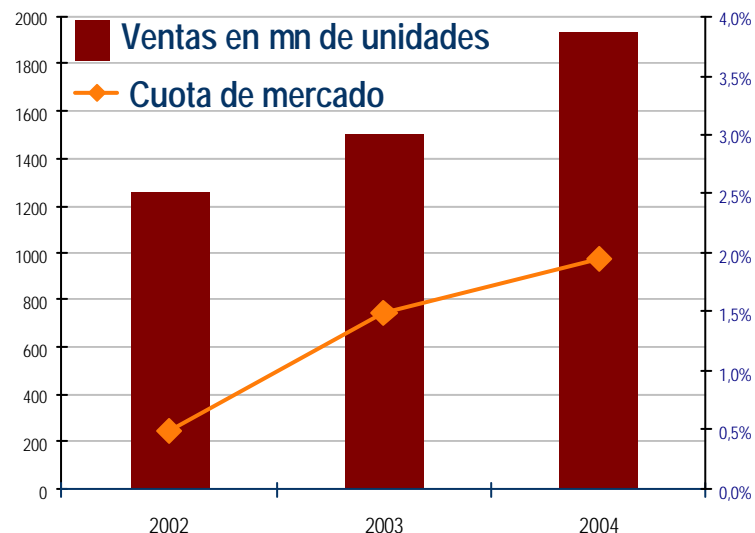
- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas.
- Potencial frente a otras marcas internacionales con una imagen más débil.
- Potencial frente a marcas locales populares, a menudo mucho menos atractivas.
- Precio medio-bajo.
- Oferta atractiva de valor añadido para su principal grupo objetivo: 18/25 años, hombre/mujer urbanos.

Francia: Crecimiento en cuota desde 1997



Cuota de mercado en Francia T1 '05: 2,6%

Italia: Fuerte crecimiento inicial

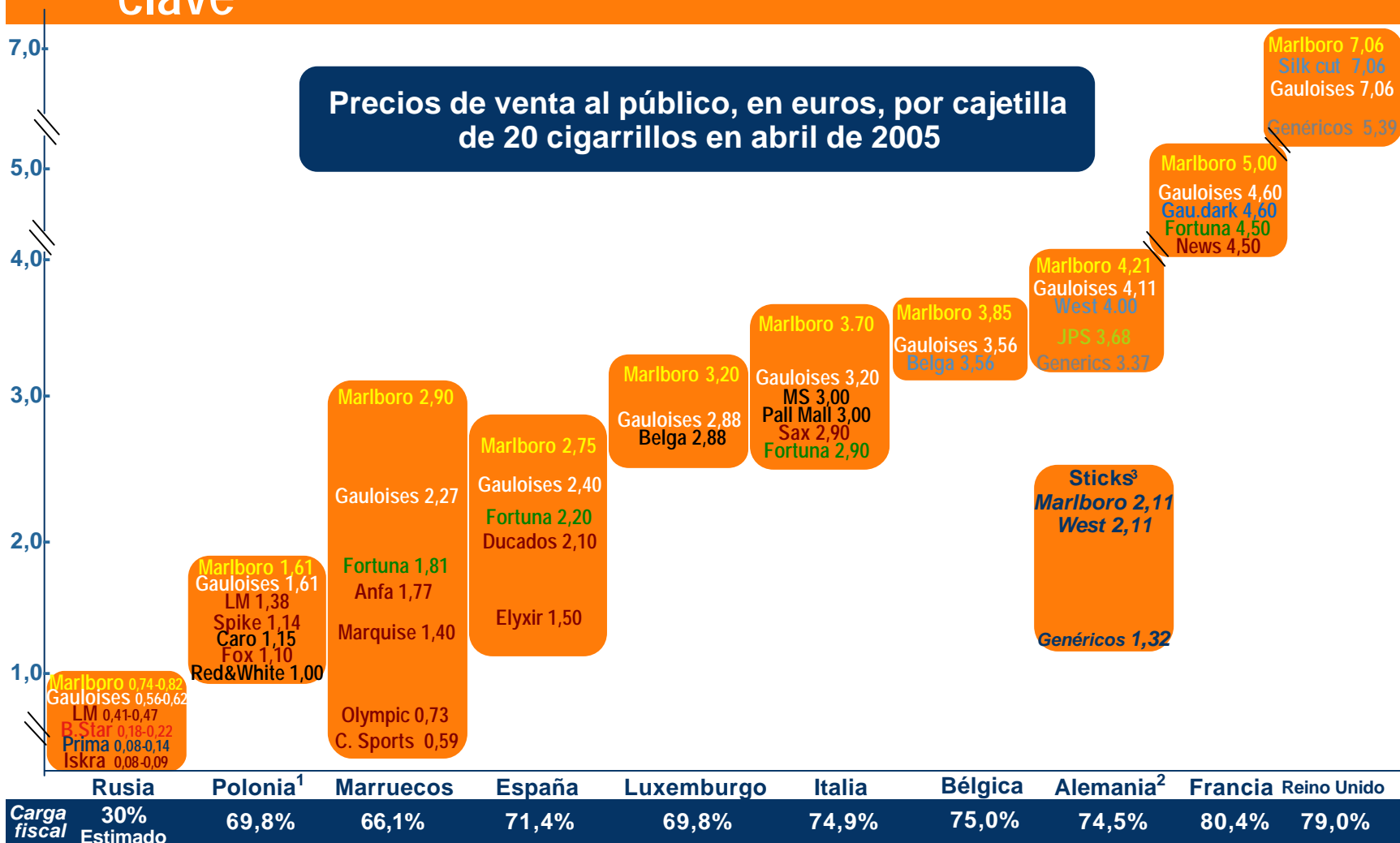


Cuota de mercado en Italia T1 '05: 1,5%

En Marruecos (lanzamiento en junio de 2004): cuota de mercado en T1 '05: 3,5%

Potencial de subidas de precios en algunos mercados clave

Precios de venta al público, en euros, por cajetilla de 20 cigarrillos en abril de 2005



Carga fiscal (impuestos especiales + IVA) de la MPPC (Categoría de precios más vendida)

¹ PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 25 cigarrillos los precios son Caro: € 1,44 y Fox: € 1,38 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,71

² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 19 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son respectivamente € 4,00, € 3,90, € 3,80, € 3,50 y € 3,20

³ PVP equivalente a 20 cigarrillos. El formato de 30 cigarrillos es el estándar

CIGAR

Líder mundial



Altadis



Cigarros: Principales magnitudes del primer trimestre de 2005

Millones de euros

	2004	2005	Var. 05-04
Volumen (millones de cigarros)	853	815	-4,4%
Ventas económicas	184	190	+3,6%
Costes	147	144	-1,9%
Ebitda	37	46	+25,6%
Margen de Ebitda	19,9%	24,2%	+4,3 puntos

Cigarros: Principales acontecimientos del primer trimestre de 2005

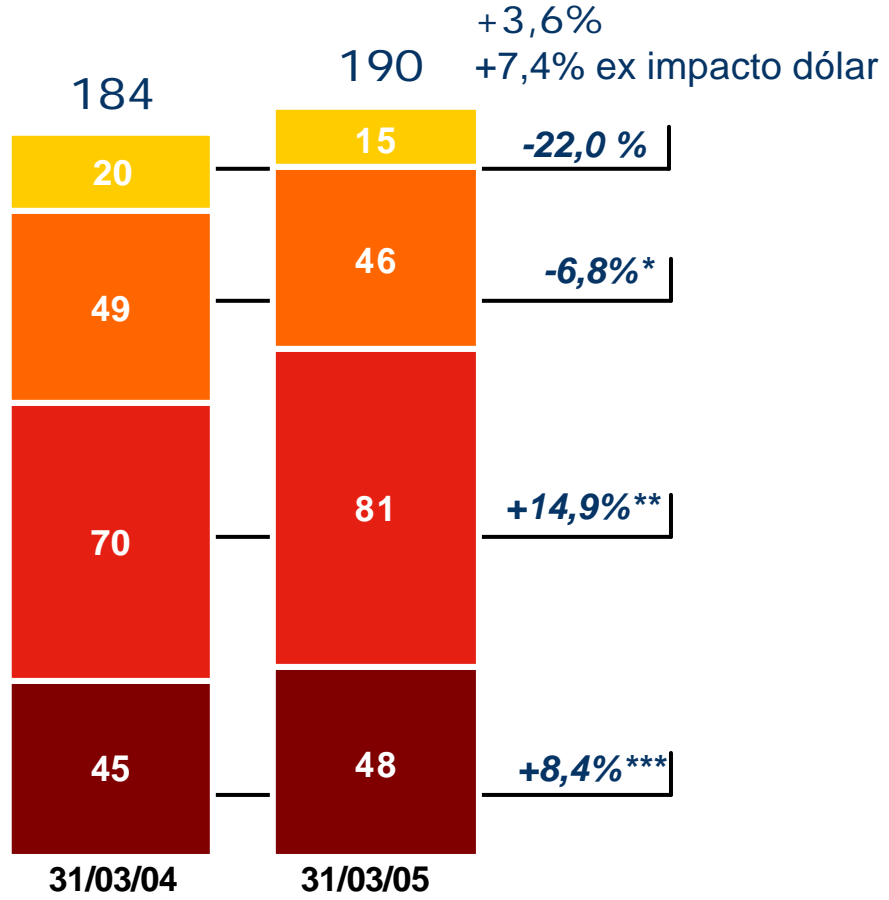
- **A pesar de la caída del dólar, los factores clave de la actividad han sido positivos.**
- **Las ventas han aumentado un + 15,4% en dólares en el importante mercado de EE.UU.**
- **Las ventas de cigarros cubanos han crecido notablemente en todos los mercados.**
- **Importante mejora de los márgenes: + 4,3 puntos.**

Estrategia de Cigarros: liderazgo

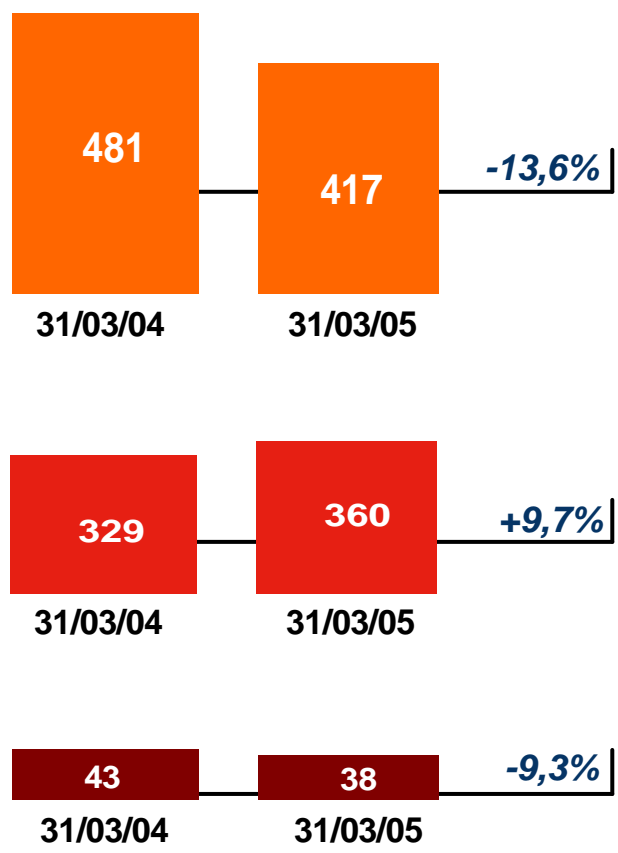
- **Reforzar el liderazgo en EE.UU., a través del mix de productos y la reducción de costes.**
- **Aumentar las ventas y los márgenes en Habanos mediante una mejora continua de la cartera de productos y una más amplia distribución internacional.**
- **Asegurar las cuotas de mercado y mejorar la rentabilidad tanto en España como en Francia.**
- **Abrir nuevos mercados para conseguir nuevos factores de crecimiento.**

Excelente crecimiento de las ventas de cigarrros a pesar de la debilidad del dólar y mayor competencia

Valor (€mn) y Variación



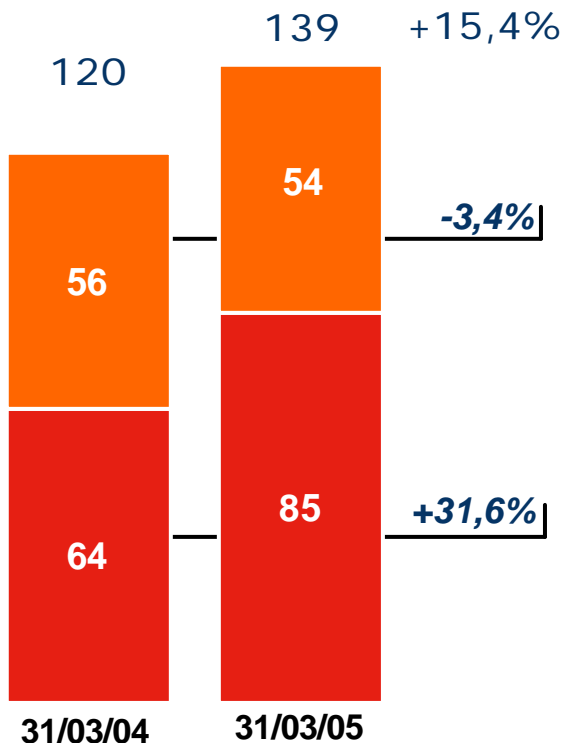
Volumen (mn unidades) y Variación



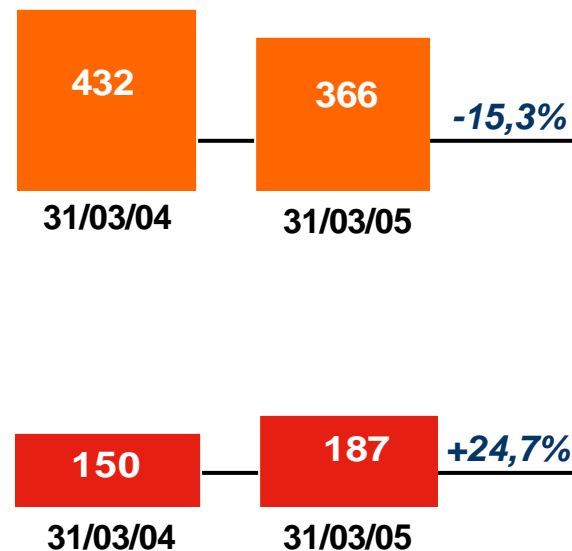
■ Premium y Habanos (50%)
 ■ Natural
 ■ Mass (Popular + Little)
 ■ Otras ventas

EE.UU.: crecimiento del 15,4 % en dólares impulsado por el segmento Premium y Natural

Valor (USD mn) y Variación



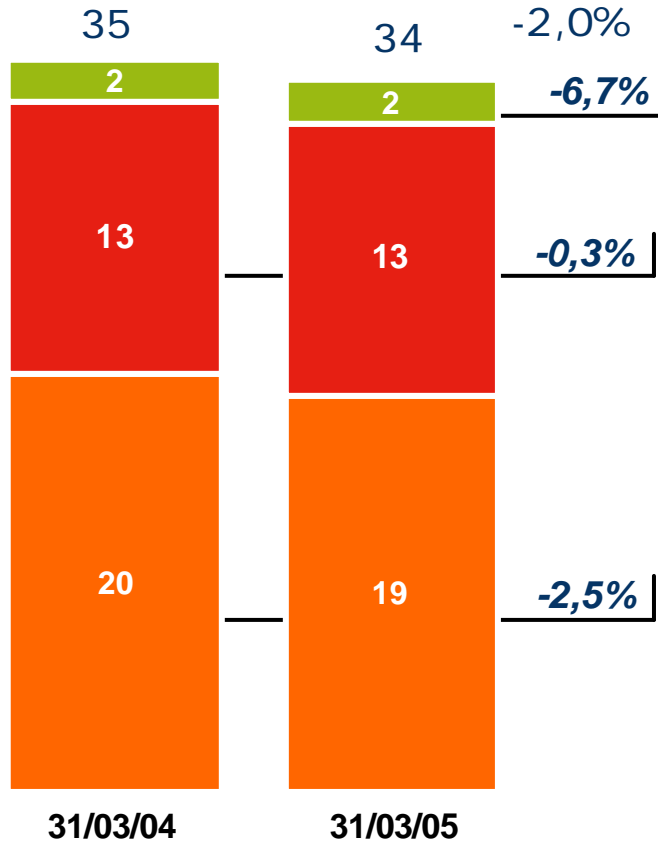
Volumen (mn unidades) y Variación



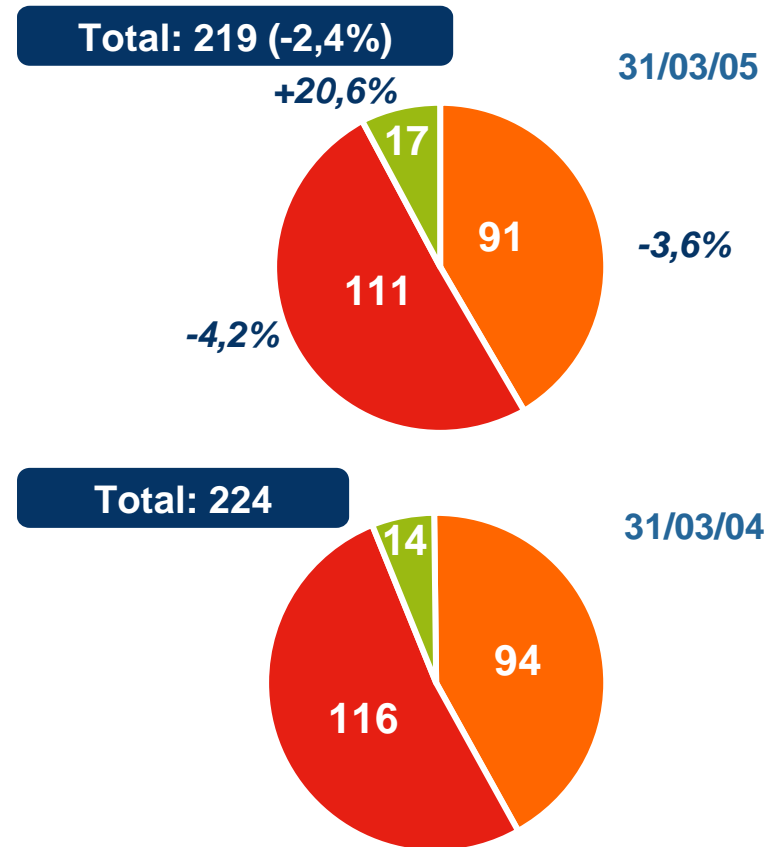
■ Premium y Natural ■ Mass (Popular y Little)

Europa: A pesar de la tendencia del mercado, la cuota de mercado en España ha aumentado

Valor (€mn) y Variación



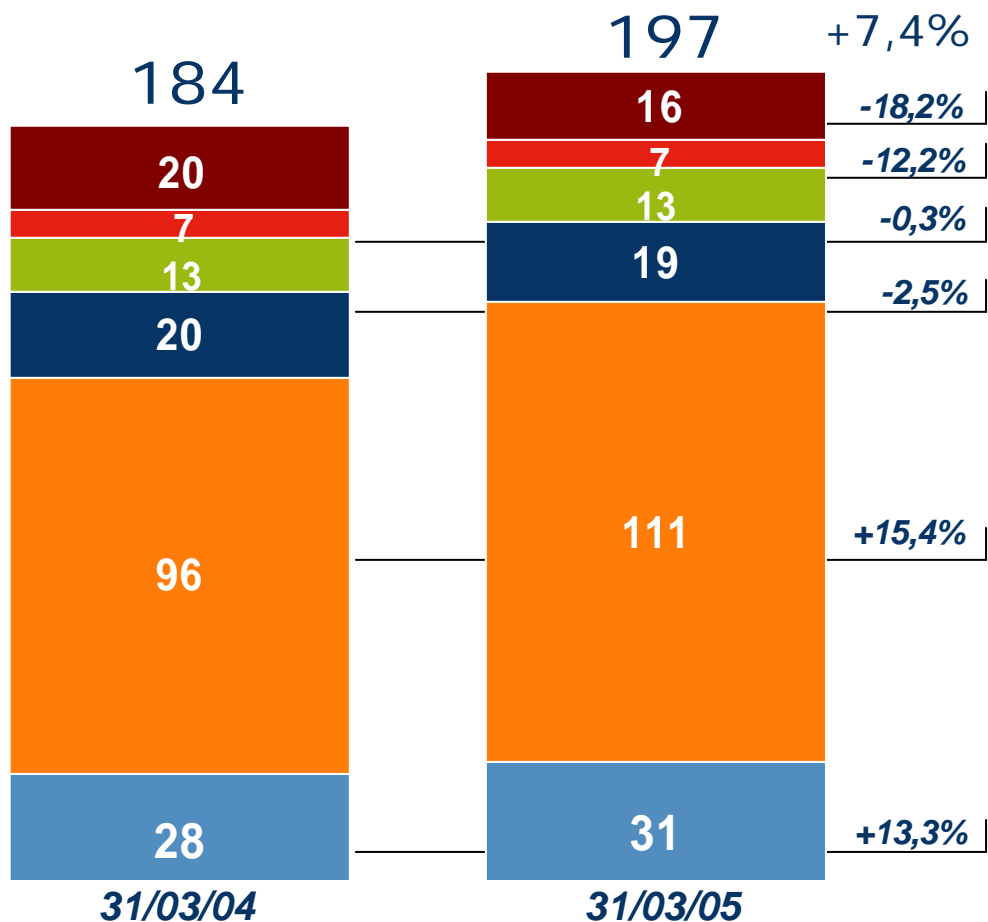
Volumen (mn unidades) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones

Excelentes crecimientos de las ventas en EE.UU. y de cigarros cubanos a tipo de cambio constante

Valor (Millones de euros*) y Crecimiento



- **JR Cigar:** ventas de 10 millones de euros.
- **Mercados francés y español:** volúmenes ligeramente decrecientes, ligero incremento de la cuota de mercado en España.
- **EE.UU.:** el segmento premium y natural ha propiciado unos magníficos resultados.
- **Cigarros cubanos:** la recuperación está consolidada.

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

LOGISTICA



Un modelo de negocio único

Logística: principales magnitudes del primer trimestre de 2005

Millones de euros

	2004	2005	Var. 05-04
Ingresos	1.805	2.431	+34,7%
Ventas económicas	190	259	+36,4%
Costes	144	201	+39,8%
Ebitda	46	58	+25,8%
Margen de Ebitda	24,4%	22,5%	-1,9 puntos

Logística : principales acontecimientos del primer trimestre de 2005

- **Impacto de la caída del mercado total en España.**
- **Consolidación por primera vez de Logista Italia y Logista France.**
- **Logística general en España: incremento del 11,1%.**
- **Progresos en el proyecto “Farma” (ventas de 5 millones de euros).**

Estrategia de Logística: aplicar una especialización única a nuevos campos

- **Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España, Francia, Marruecos y ahora también en Italia.**
- **Extender la especialización aplicada con éxito a la logística general hacia nichos de mercado con elevados márgenes.**
- **Optimizar los medios operativos.**

Evoluciones dispares en logística durante T1 '05 e integración de Logista Italia y Logista France

Número de puntos de venta: alrededor de 300.000

<i>Ventas económicas (Millones de euros)</i>	31/03/04	31/03/05	Var.
España y Portugal	34,0	32,1	-5,3%
Francia*	26,2	39,1	+49,2%
Italia (Logista Italia)	-	36,5	NS
Marruecos	12,4	12,4	+0,5%
Tabaco	72,6	120,1	+65,4%
España y Portugal	80,7	89,7	+11,1%
Francia (Logista France incluida)	36,8	52,3	+42,1%
Marruecos e Italia	0,3	0,9	NS
General	117,8	142,9	+21,3%
Eliminaciones	-0,4	-3,8	NS
TOTAL	190,0	259,2	+36,4%

*: El impacto negativo de la subida de impuestos y precios de enero de 2004 sobre el valor del inventario ha afectado a las ventas de 2004. Las ventas de 2005 incluyen €3 mn traspasados del negocio de Cigarrillos (gestión de envíos para exportación).



Magnitudes Financieras

Principales magnitudes de resultados : importante impacto de perímetro

T1 2004 vs T1 2005 (Millones de euros)

**Ventas económicas:
+78**

Orgánico : +18

Perímetro : +71

Tipo de cambio : -11

- Caída del volumen de Cigarrillos, excelente evolución de Cigarros
- Logista Italia, Balkan Star, Logista France
- Impacto negativo de la evolución del tipo de cambio del dólar

- Caída del volumen de Cigarrillos, impacto de la distribución geográfica de las ventas, excelente evolución de Cigarros
- Marruecos y Francia
- Logista Italia, Balkan Star, Logista France
- Impacto negativo de la evolución del tipo de cambio del dólar

Orgánico : +1

Reestructuración y sinergias +3

Perímetro : +12

Tipo de cambio : - 2

Ebitda: +14

EBITDA : + 6,1% hasta 242,3 millones de euros

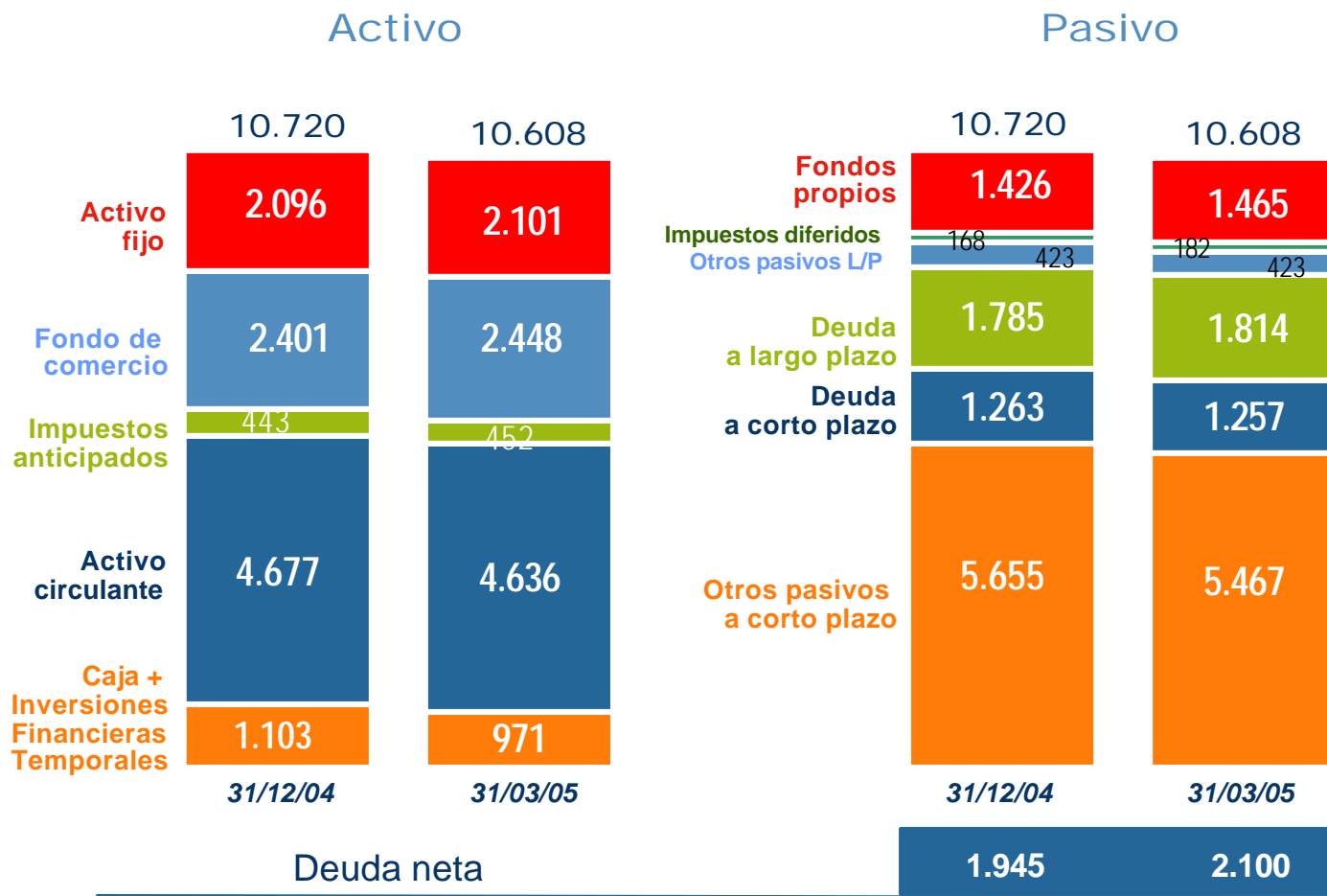
(Millones de euros)

	T1 '04	T1 '05	Var. (1)
Ingresos	2.181,0	2.815,4	+29,1%
<i>(Coste de los productos distribuidos) + (Comisión del depositario) + Descuentos</i>	<i>(1.374,2)</i>	<i>(1.930,3)</i>	<i>-40,5%</i>
Ventas económicas	806,8	885,1	+9,7%
EBITDA (2)	228,4	242,3	+6,1%
<i>(Amortización) + (Depreciación)</i>	<i>(43,2)</i>	<i>(46,5)</i>	<i>-7,6%</i>
Resultado de las actividades ordinarias	185,2	195,8	+5,7%
<i>Otros gastos e ingresos</i>	<i>(4,0)</i>	<i>1,8</i>	<i>NS</i>
Resultado de explotación	181,2	197,6	+9,1%
<i>Resultado financiero</i>	<i>(18,1)</i>	<i>(18,6)</i>	<i>-2,8%</i>
<i>Impuestos sobre sociedades</i>	<i>(51,7)</i>	<i>(59,3)</i>	<i>-14,7%</i>
<i>Empresas asociadas por puesta en equivalencia</i>	<i>6,1</i>	<i>4,6</i>	<i>-24,6%</i>
<i>Intereses minoritarios</i>	<i>(8,0)</i>	<i>(10,3)</i>	<i>-28,8%</i>
Resultado neto	109,5	114,0	+4,0%
BPA (céntimos de euro) (3)	38,1	40,9	+7,2%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) (4)	50,1	54,6	+8,9%
<i>Número medio de acciones (millones) (5)</i>	<i>287,3</i>	<i>278,8</i>	<i>3,0% reducción</i>

(1) El signo + indica una evolución positiva y el signo - una evolución negativa (2) Ebitda: Resultado de las actividades ordinarias antes de la depreciación y amortización (3) BPA básico y diluido coinciden (4) Beneficio líquido= Beneficio neto + Depreciación y amortización (netas de impuestos) + Beneficios fiscales, netos de minoritarios, registrados en el Balance de situación procedentes de la deducibilidad fiscal de la amortización de marcas y fondos de comercio. (5) Promedio de acciones = promedio de (total de acciones - acciones propias)

Incremento temporal del fondo de maniobra operativo, la deuda neta aumenta en € 155mn vs. 31 de diciembre de 2004

(Millones de euros)



La generación de caja ha financiado un incremento temporal del fondo de maniobra operativo y el pago de dividendos

(Formato NIIF; ver anexos para la conciliación de 2004 con las normas contables españolas)

Millones de euros)

	2004	2005
Ebitda	228	242
Variación del fondo de maniobra operativo*	283	(188)
Flujo operativo (Ebitda + Var. fondo de maniobra operativo)	511	54
Pago por impuesto de sociedades	(51)	(48)
Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios	(13)	(1)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	448	5
Dividendos de compañías Asociadas por puesta en equivalencia	3	2
Cobros procedentes de inversiones financieras temporales	91	28
Pagos por adquisiciones de activos tangibles e intangibles	(36)	(38)
Ingresos por desinversiones	2	7
Flujo de caja de las actividades de inversión	59	(2)
Pagos por intereses financieros	(16)	(18)
Dividendos pagados	(106)	(112)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(59)	(1)
Reducción (Incremento) de la deuda (corto y largo plazo)	64	(9)
Flujo de caja de las actividades de financiación	(117)	(140)
Variación neta de caja y equivalentes de caja	390	(137)
Impacto neto por fluctuación del tipo de cambio	2	5
Posición inicial de caja y equivalentes de caja	801	978
Posición final de caja y equivalentes de caja	1.193	846
Inversiones financieras temporales	150	125
Deuda a corto plazo	(1.070)	(1.257)
Deuda a largo plazo	(2.064)	(1.814)
Posición final de deuda neta	(1.792)	(2.100)
Flujo de caja libre operativo**	435	(22)

Notas:

• Un cambio en Logística, básicamente en Italia, provocará un incremento del fondo de maniobra operativo por importe de € 180 mn. El objetivo del Grupo para el año completo de 2005 es, al menos, conseguir que la variación sea cero.

36 • Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento (€ 28 mn en T1'05 y €25 mn en T1'04)

El beneficio, los dividendos y el tipo de cambio han situado las reservas distribuibles del Grupo Altadis en 911 millones de euros

Millones de euros





Conclusión

Creación de valor para nuestros accionistas

- **Potencial de crecimiento en ventas y resultados.**
- **Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo por encima del 10% como referencia. En 2005 se ha propuesto pagar 90 céntimos de euro por acción, lo que supone un incremento del 12,5%.**
- **Recompra y amortización de acciones**
 - Amortización del 2,5% del capital en junio de 2004.
 - Amortización del 4,94% adicional propuesta para la Junta General de junio de 2005.
 - Se solicita la autorización para la recompra de hasta otro 5% en la misma Junta General.
- **Adquisiciones en Marruecos, Italia y Rusia basadas en su encaje estratégico y creación de valor.**
- **Especial atención al gobierno corporativo y la transparencia.**
- **Perspectiva: se espera que toda la cuenta resultados de 2005 tenga una comparación muy positiva con la de 2004.**



Anexos

Anexos

- **Calendario Corporativo – Contactos**
- **Definiciones**
- **Reorganización**
- **Etinera y Balkan Star**
- **RTM**
- **Gobierno corporativo**
- **Datos de cigarrillos**
- **Datos de cigarros**
- **Logística General**
- **Estado de flujos de caja detallado**
- **Evolución de los fondos propios de Altadis, S.A.**
- **Exposición limitada al tipo de cambio del dólar**
- **Escasas contingencias no recogidas en el balance y política de coberturas**
- **Accionariado**
- **El riesgo de litigios es limitado**
- **Datos trimestrales**

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

Mayo 2005	Informe Anual
Junio 2005 (fecha pendiente)	Junta General de Accionistas
21 de junio de 2005 (provisional)	Pago del dividendo complementario
31 de agosto de 2005 (provisional)	Resultados 1er semestre 2005
8 ó 10 de noviembre de 2005 (provisional)	Resultados 9 primeros meses 2005
15 de febrero 2006 (provisional)	Resultados anuales 2005
4 de mayo de 2006 (provisional)	Resultados 1er trimestre 2006

Periodos de *blackout*: un mes antes de la fecha de publicación de resultados

CONTACTOS

Stanislas VRLA

Director de Relaciones con Inversores

Teléfono: 33 1 44 97 62 21

Fax: 33 1 44 97 66 27

E-mail: stanislas.vrla@altadis.com

Pedro ALONSO DE OZALLA

Director Adjunto de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 92 91

E-mail: paozalla@altadis.com

Definiciones

Definiciones de algunos conceptos específicos de Altadis que son utilizados en esta presentación

- **Venta económicas**. Las ventas económicas para los negocios de Cigarrillos y Cigarros son iguales a los ingresos + comisiones de depositario + descuentos por pronto pago. En el negocio de Logística, las ventas económicas son iguales al margen de distribución (el cual no incluye el valor de los productos distribuidos, como sí ocurre en los ingresos).

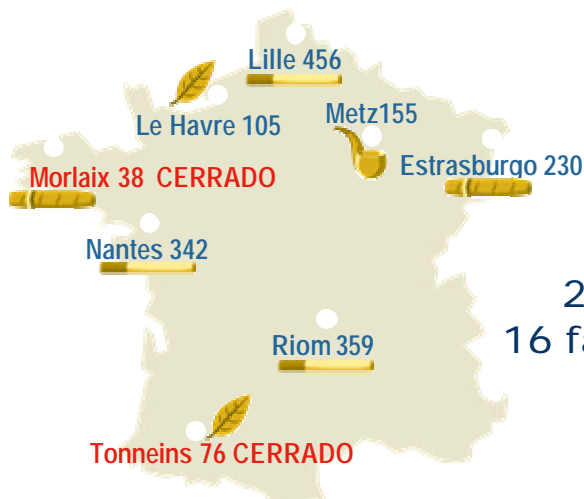
Este concepto proporciona una visión más proporcionada de la actividad del Grupo, dado que la cifra de ingresos aumenta las ventas de Logística de forma significativa y provoca que la importancia aparente de cada negocio no sea la real.

- **Otros** (como parte del total de las ventas económicas y del Ebitda) contiene:
 - Los resultados de un reducido número de pequeñas filiales que no se incluyen en ninguna de las tres unidades de negocio.
 - Los costes de los centros corporativos.
- **Eliminaciones** (como parte del total de las ventas económicas y del Ebitda) contienen:
 - Operaciones entre unidades de negocio (las más frecuente es la venta de cigarrillos y cigarros al negocio de Logística cuando esto provoca incremento de las existencias de la última, a diferencia de las ventas que son inmediatamente vendidas por el negocio de Logística al mercado, sin modificar sus existencias)
 - Ajustes contables, generalmente poco significativos.
- **Flujo de caja libre operativo** = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento.
- **Orgánico** (aplicado a las ventas económicas y al Ebitda). Supone mantener constantes, tanto el perímetro de consolidación como el tipo de cambio.

Situación actual y después de la reorganización



Objetivo:
10 fábricas



2004:
16 fábricas



Fábricas de cigarrillos	7 a 4
Fábricas de cigarros	4 a 2
Fábricas de tabaco de pipa y picaduras	1
Fábricas de procesado de tabaco	4 a 3

Dos adquisiciones estratégicas significativas en 2004

Etinera

Detalles de la operación

Precio: 566,4 millones de euros por el 96%
Deuda: Posición neta de caja a 30/09/04 de 419 millones de euros

Financiación: Disponibilidades de Altadis
Cierre: 29 de diciembre de 2004

Encaje estratégico

- ✓ Encaje perfecto con las actividades logísticas actuales (España, Francia, Marruecos, Portugal)
- ✓ Actualmente centrada en logística tabaquera
- ✓ Perspectivas de desarrollo de la logística general

Magnitudes financieras

(Millones de euros)	<u>sept.2004 E*</u>
Ventas económicas:	191
Ebitda:	56
Margen de Ebitda:	29,5%
Capex recurrente:	4

Mejora de rentabilidad

TIR > 17%
Mejora de la rentabilidad después del fondo de comercio prevista desde el primer año
Plazo de retorno de la inversión < 5 años

Balkan Star

Precio: 201 mn de euros por el 99,7%
Deuda: Libre de deuda y caja

Financiación: Disponibilidades de Altadis
Cierre: 4 de noviembre de 2004

- ✓ Compañía independiente más importante de Rusia
- ✓ Marca de cigarrillos con filtro N°2 en Rusia
- ✓ Importante red de distribución
- ✓ Capacidad de producción: 40.000 millones de unidades

Año 2004E*

106
21
19,9%
5

TIR = 13,7%
Impacto en beneficios neutro en el 1er año
Objetivo: Doblar el Ebitda en 2008

Régie des Tabacs de Marruecos en el buen camino

T1 2005

Cigarrillos	Volumen (bn uds)	Variación T1'05-T1'04	Cuota de Mercado
Rubio local	1,8	+4,7%	54%
Negro local	1,1	-18,3%	31%
RTM	2,8	-5,0%	85%
Internacional	0,5	+0,9%	15%
Mercado total	3,3	-4,1%	100%

Millones de euros

T1'05

Ventas económicas: 57,2

Ebitda: 33,1

- El plan de bajas voluntarias, desarrollado durante 2004, ha permitido la salida de más de 800 personas (1/3 de la plantilla), con unos ahorros previstos de 10 millones de euros

Otros datos de la compañía

- RTM opera el monopolio de la distribución e importación del tabaco hasta el 1 de enero de 2008

Sinergias esperadas

2005: 18 millones de euros

2008: 25 millones de euros

Gobierno corporativo

- **Desde la creación de Altadis y actualizado el 7 de mayo de 2003, para recoger las últimas recomendaciones:**
 - Comisión de Auditoría y Control
 - Comisión de Nombramientos y Retribuciones
 - Código ético de conducta interno
- **Audidores:**
 - Altadis, Altadis USA, Logista y RTM: Deloitte & Touche
 - Seita: Deloitte & Touche y BFA (Ernst & Young)
- **Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales.**
- **Calificación financiera por Standard & Poor's: A- (perspectiva negativa) y Moody's: Baa1 (perspectiva estable).**
- **La transición a las NIIF se ha realizado con éxito.**
- **El Informe Anual de Gobierno Corporativo se emite en mayo y se incluye en el Informe Anual desde 2004.**

Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán y marroquí

(Volumen en bn unidades, valor en €mn)

31/03/04 31/03/05 Var. %

MERCADO TOTAL ESPAÑOL

		31/03/04	31/03/05	Var. %
Volumen	Rubio	17,9	17,0	-5,0%
	Negro	3,6	3,1	-14,3%
	Total	21,5	20,1	- 6,5%
Valor	Rubio	363	371	+2,2%
	Negro	58	54	-6,2%
	Total	421	425	+1,0%

31/03/04 31/03/05 Var. %

MERCADO TOTAL FRANCÉS

		31/03/04	31/03/05	Var. %
Volumen	Rubio	11,3	11,5	+2,0%
	Negro	1,5	1,3	-10,2%
	Picaduras	1,9	1,8	-5,7%
	Total	14,7	14,6	-0,2%
Valor	Rubio	302	307	+1,7%
	Negro	37	34	-10,1%
	Picaduras	39	36	-6,8%
	Total	378	377	-0,3%

MERCADO TOTAL MARROQUÍ

		31/03/04	31/03/05	Var. %
Volumen	Rubio	2,2	2,3	+4,0%
	Negro	1,2	1,0	-18,5%
	Picaduras	0,1	0,1	+5,0%
	Total	3,5	3,4	-3,9%
Valor	Rubio	53	55	+3,8%
	Negro	10	9	-13,6%
	Picaduras	1	1	+6,7%
	Total	64	65	+1,0%

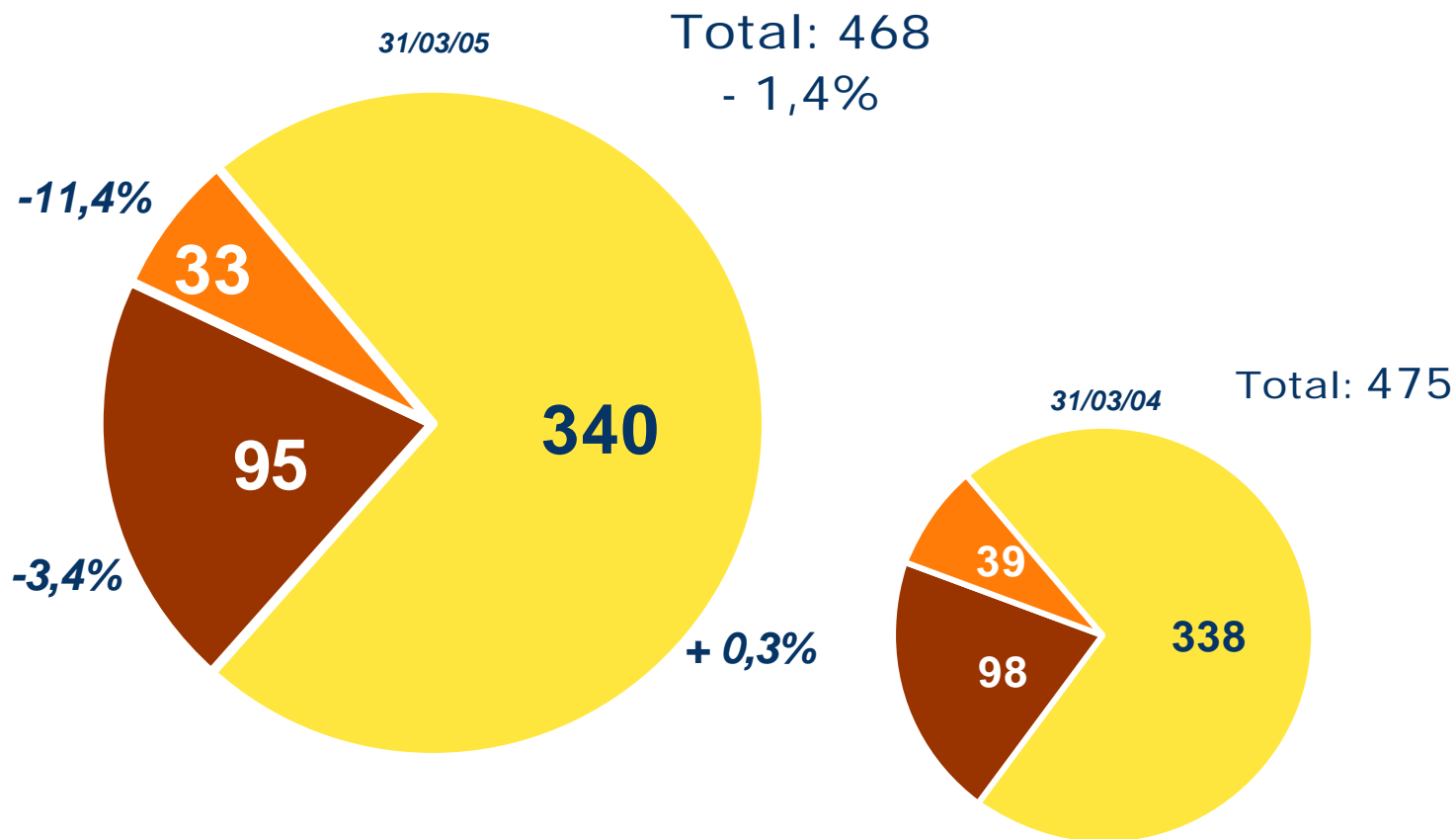
MERCADO TOTAL ALEMÁN

Cigarrillos (Volumen)	29,5	23,6	-19,9%
------------------------------	-------------	-------------	---------------

Notas: La evolución del mercado puede diferir de las ventas facturadas al distribuidor.
 Los datos en valor no incluyen la tarifa de distribución.
 Las ventas de picaduras en España no son significativas.

Cigarrillos: trimestre condicionado por los bajos volúmenes totales en muchos mercados europeos

Segmentos (Millones de euros) y Variación



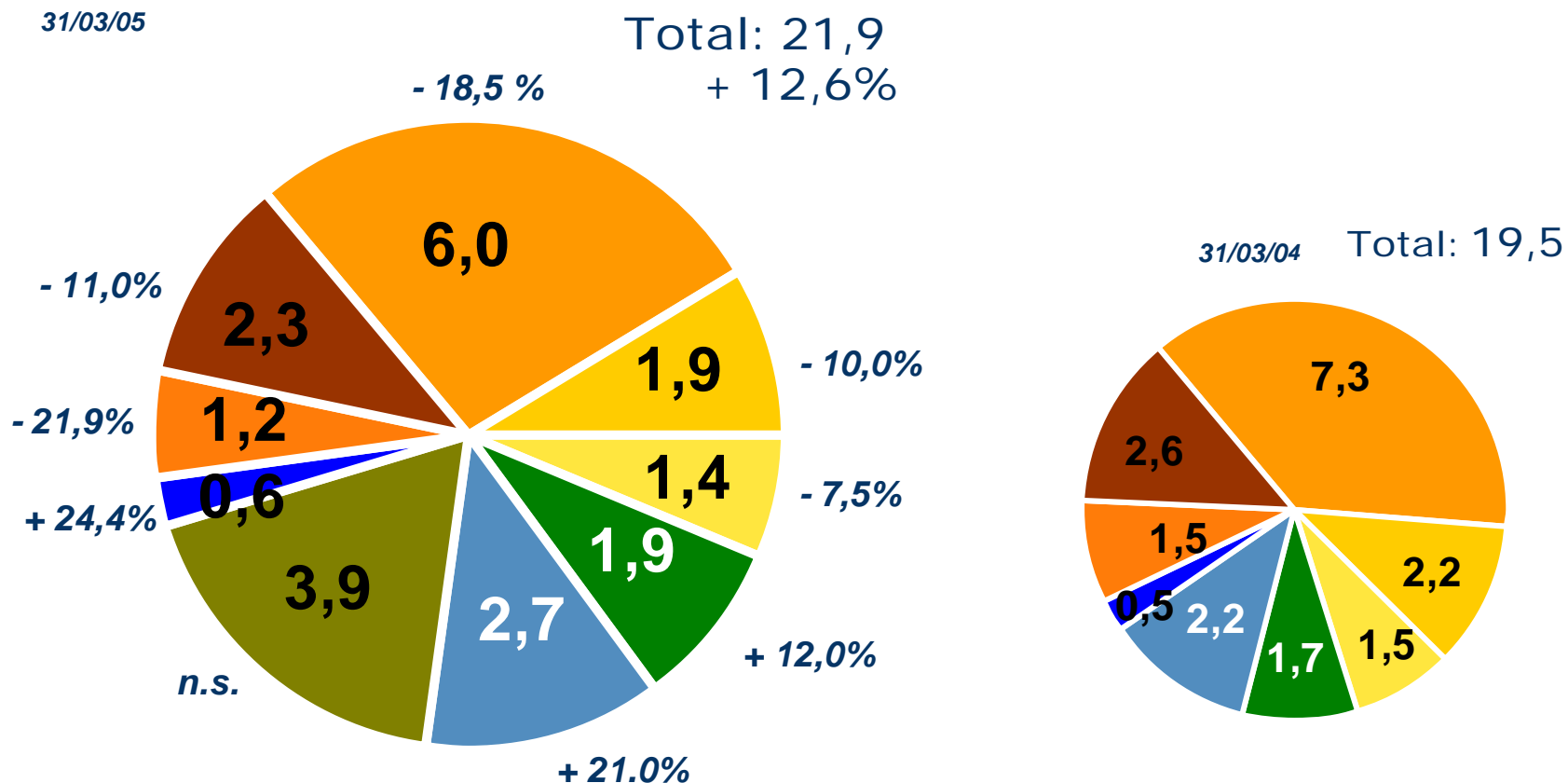
 Cigarrillos rubios

 Cigarrillos negros

 Picaduras y otras ventas

Volúmenes de cigarrillos rubios

Segmentos (Millones de euros) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Alemania
 ■ Marruecos
 ■ Oriente próximo
■ Rusia
 ■ Italia
 ■ Polonia
 ■ Otros países

Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

31/03/04 31/03/05 Var. %

VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)

	31/03/04	31/03/05	Var. %
Rubio	19,5	21,9	+12,6%
Negro	5,9	6,5	+ 11,7%
Picaduras	0,9	0,9	-5,2%
Total	26,2	29,3	+11,8%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)

	31/03/04	31/03/05	Var. %
Fortuna	6,2	5,6	-10,3%
Gauloises Blondes	5,1	5,0	-2,5%
Rubios	11,3	10,6	-6,8%
Ducados	2,5	2,4	-5,4%
Gauloises Brunes	1,2	1,0	-16,6%
Negros	3,7	3,4	-8,9%

31/03/04 31/03/05 Var. %

VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)

	31/03/04	31/03/05	Var. %
España	10,2	8,7	-14,6%
Francia	4,2	3,6	-14,7%
Alemania	1,6	1,5	-6,9%
Marruecos	3,0	3,0	-0,8%
Oriente Próximo	2,2	2,7	+21,5%
Rusia	-	5,3	NS
Italia	0,5	0,6	+25,8%
Polonia	1,5	1,2	-21,6%
Otros países europeos	1,5	1,4	-0,9%
Otros países	1,5	1,3	-13,7%
Total	26,2	29,3	+11,8%

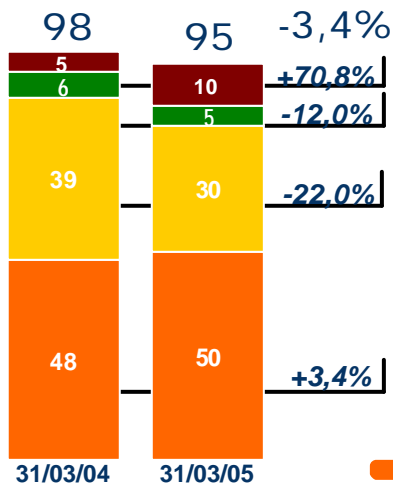
VENTAS POR MERCADOS (€ mn)

	31/03/04	31/03/05	Var. %
España	181	168	-6,8%
Francia	103	86	-16,7%
Alemania	42	48	+12,7%
Marruecos	34	38	+11,7%
Oriente Próximo	26	29	+11,0%
Rusia	-	17	NS
Italia	9	11	+25,6%
Polonia	10	8	-16,3%
Otros países europeos	29	30	+2,4%
Otros países	20	17	-20,1%
Otros ventas	20	16	-16,3%
Total	475	468	-1,4%

Ventas de cigarrillos negros y picaduras

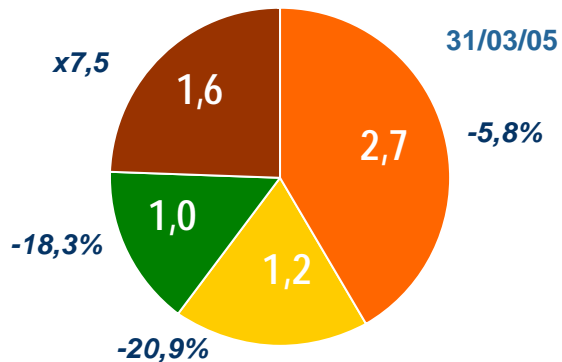
Valor (Millones de euros) y Variación

Cigarrillos negros

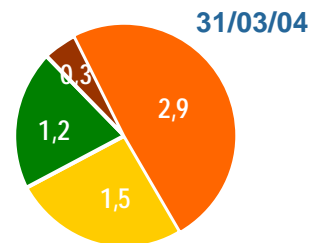


Volumen (bn unidades) y Variación

Total: 6,5 (+ 11,7%)

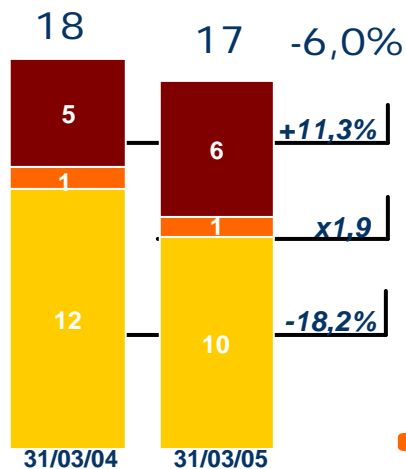


Total: 5,9



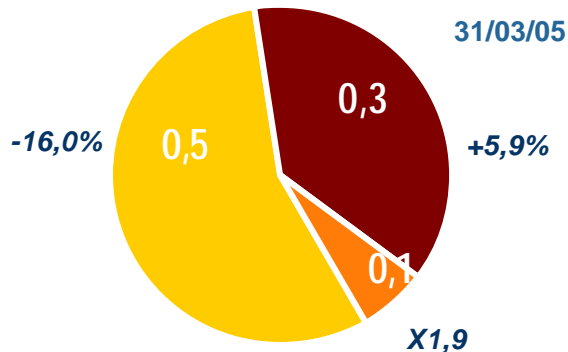
Valor (€mn) y Variación

Picaduras

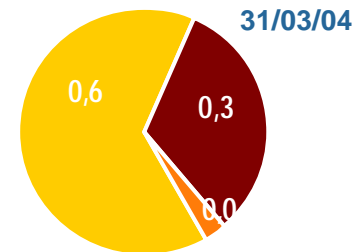


Volumen (bn unidades) y Variación

Total: 0,9 (- 5,2%)



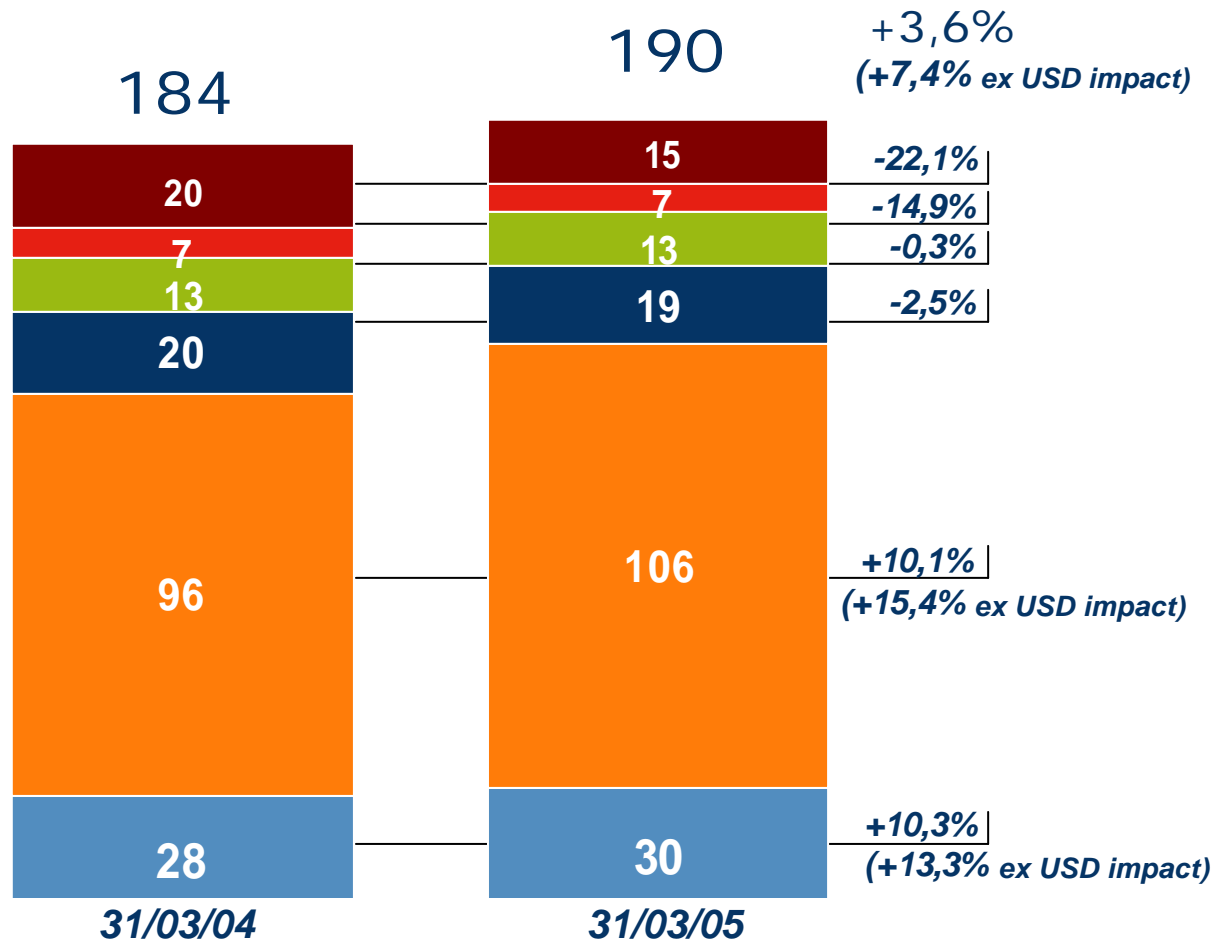
Total: 0,9



España Francia Internacional

Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 7,4% excluyendo el impacto del dólar

Valor (Millones de euros) y Crecimiento

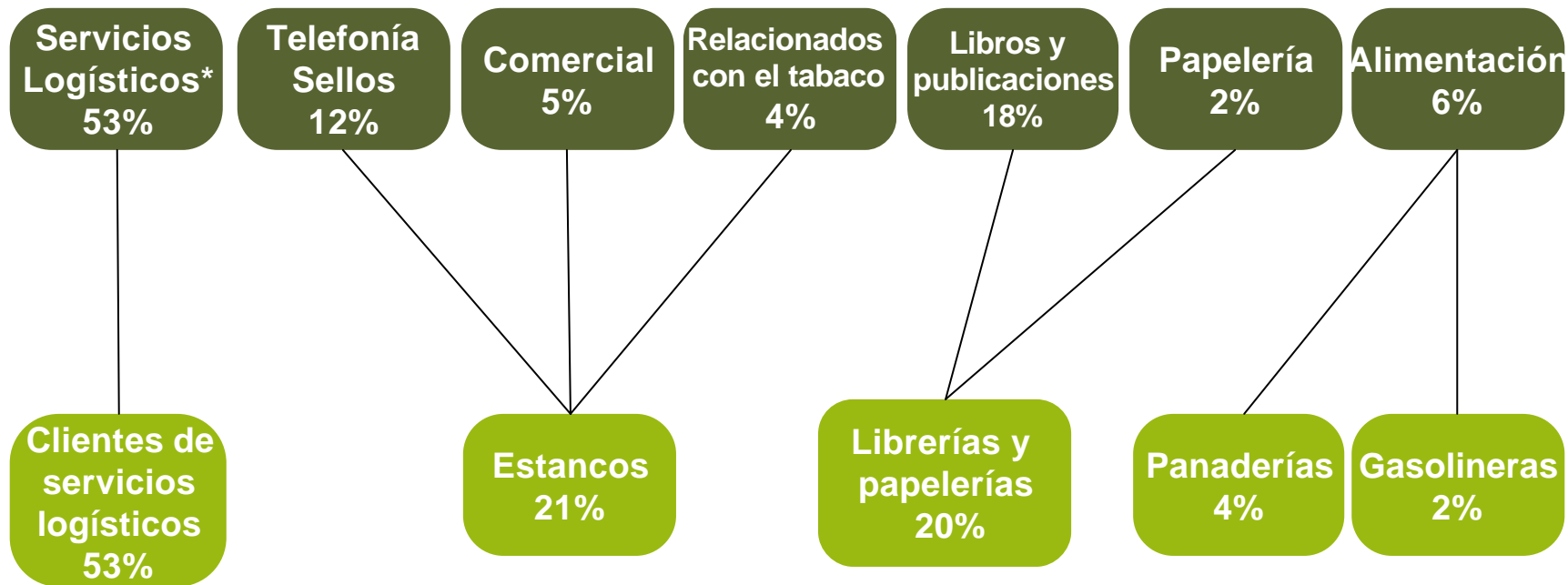


■ Habanos (50%)
 ■ EE.UU.
 ■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones
 ■ Otras ventas

Logística General: productos y canales variados y complementarios

Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la Logística General (no tabaquera) del primer trimestre de 2005

LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES

Flujo de caja T1 2004 conciliación entre principios contables españoles y NIIF

(Millones de euros)

	Normas actuales	Cambio	NIIF	VER
Ebitda	233	(5)	228	1
Variación del fondo de maniobra operativo	283	0	283	
Flujo operativo (Ebitda + Var. del fondo de maniobra operativo)	516	(5)	511	
Pago por impuesto de sociedades	(51)	0	(51)	
Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios	(13)	0	(13)	
Flujo de caja de las actividades ordinarias	452	(5)	448	
Dividendos de compañías Asociadas por puesta en equivalencia	-	3	3	2
Cobros procedentes de inversiones financieras temporales	-	90	90	3
Pagos por adquisiciones de activos tangibles e intangibles	(36)	0	(36)	
Ingresos por desinversiones	2	0	2	
Flujo de caja de las actividades de inversión	(34)	93	59	
Pagos por los intereses financieros	(21)	5	(16)	1
Dividendos pagados	(106)	0	(106)	2
Dividendos recibidos	3	(3)	-	
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(59)	0	(59)	
Reducción (incremento) de la deuda (corto y largo plazo)	-	64		4
Flujo de caja de las actividades de financiación	(183)	66	(117)	
Variación neta de caja y equivalentes de caja	235	155	390	5
Impacto neto por fluctuación del tipo de cambio	-	2	2	
Posición inicial de caja y equivalentes de caja	353	448	801	6
Posición final de caja y equivalentes de caja	588	605	1.193	
Inversiones financieras temporales	779	(629)	150	7
Deuda a corto plazo	(1.068)	(2)	(1.070)	
Deuda a largo plazo	(2.072)	8	(2.064)	
Posición final de deuda neta	(1.773)	(19)	(1.792)	8
Flujo de caja libre operativo*	440	(5)	435	

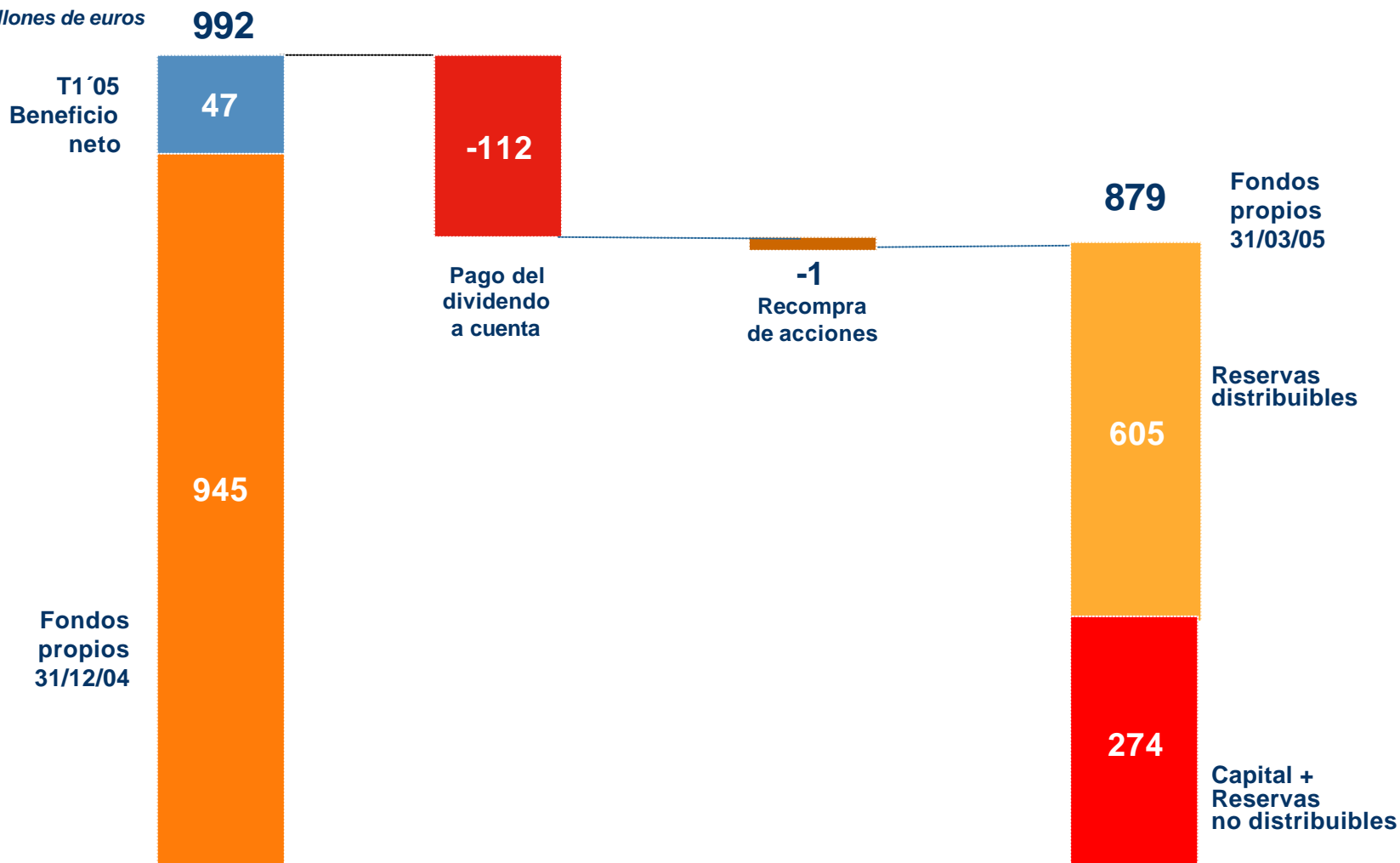
* Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento (25 millones de euros)

Comentarios al estado de flujos de caja

- 1 Descuentos por pronto pago (€ -5mn). La contrapartida es la disminución de los pagos por intereses financieros.
- 2 Dividendos de compañías Asociadas por puesta en equivalencia (€ 3mn) reclasificados desde actividades de financiación a actividades de inversión.
- 3 Cobros (€ 90mn), básicamente, por realización de inversiones financieras temporales.
- 4 Cambio neto (€ 64mn) de créditos a corto y largo plazo.
- 5 La definición de las NIIF de caja y equivalentes de caja incluye instrumentos líquidos sin riesgo (activos monetarios).
- 6 Reclasificación de acuerdo con las NIIF a caja y equivalentes de caja desde inversiones financieras temporales (€ 448mn), de acuerdo con la NIC 7.
- 7 El cambio (€ -629mn) es el resultado de las notas 3, 4 y 6.
- 8 El incremento de deuda neta, 19 millones de euros, proviene de la reclasificación de participaciones en empresas del Grupo a corto plazo, desde inversiones financieras temporales a activos financieros.

Los dividendos sitúan las reservas distribuibles de Altadis, S.A. en 605 millones de euros

Millones de euros



Exposición al tipo de cambio del dólar: principalmente un impacto de conversión contable

La mayor parte de las actividades de Altadis (abastecimiento, fabricación y comercialización) se realizan por completo en la misma zona monetaria

Actividad en la zona del euro

Exposición neta de - 25 mn de dólares
(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta de + 250 mn de dólares
(contribución al Ebitda del Grupo)

El desarrollo de las ventas en USD incrementa ligeramente el impacto del dólar en la cuenta de resultados

**ALTADIS ES LA ÚNICA COMPAÑÍA TABAQUERA
QUE COTIZA EN EUROS**

Escasas contingencias no recogidas en el balance, política prudente de coberturas financieras

■ Contingencias no recogidas en el balance

- Equity swap para los planes de opciones sobre acciones por 155 millones de euros
- Marruecos: opción de compra/venta para el 20% restante de RTM por aproximadamente €323 mn en 2007/2008
- Otros:
 - Aval (comfort letter) por un crédito bancario concedido a corporación Habanos por importe de €130 millones, del cual el 50% ya está incluido en el balance de situación del Grupo Altadis
 - JR CIGAR: para la participación restante, opción de compra/venta que podrá ser ejercida al final de 2008. El precio de adquisición para este resto de acciones se establecerá en función de los resultados de la empresa en los últimos ocho trimestres previos al ejercicio de la opción de compra o de venta
 - ETINERA: opción de compra/venta para el 4% restante que podrá ser ejercida a partir de 2007
 - Contrato de arrendamiento a largo plazo de oficinas centrales de París
 - La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas

■ Derivados (de cobertura)

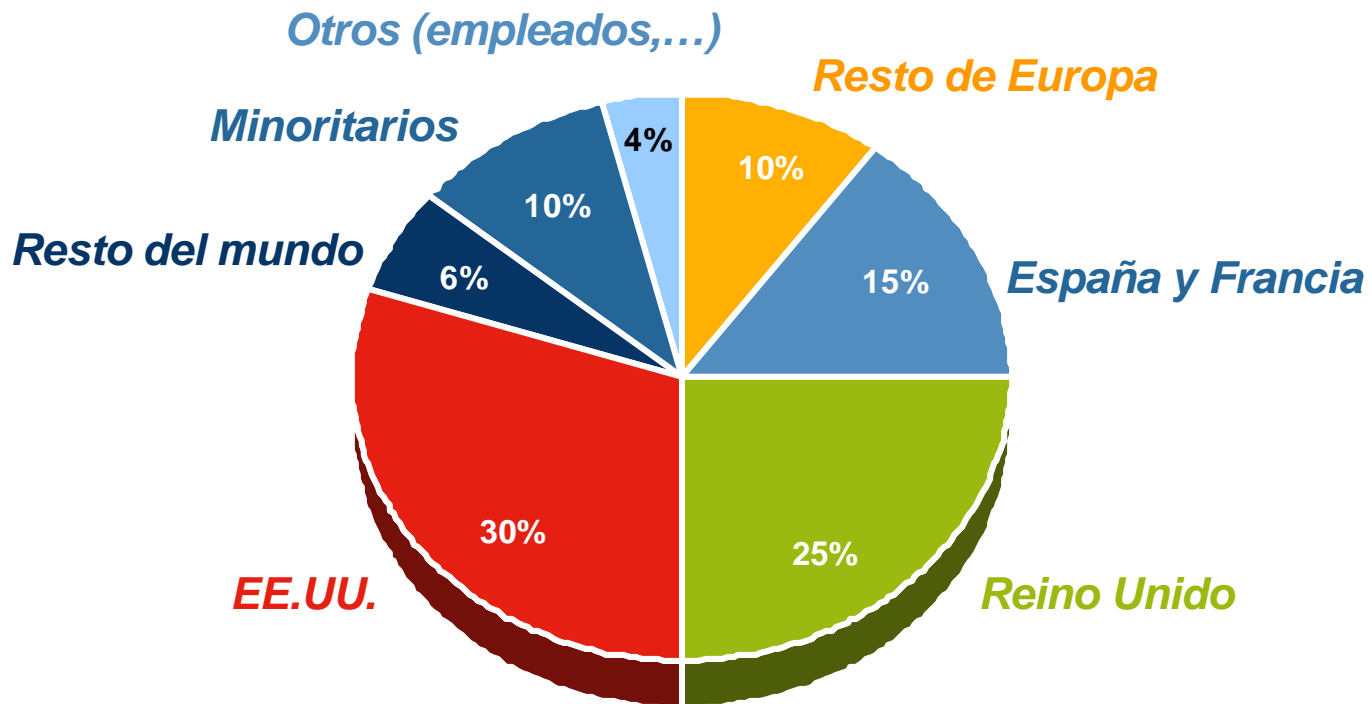
→ Coberturas de tipos de interés

- Swaps:
 - Interés variable para €500 millones (2003-2013)
 - Swaps a corto plazo (inferior a 3 meses) para cubrir la emisión de papel comercial
 - 2,57% para €200 millones (2005)
 - 3,50% para USD 166 millones durante 3 años (2004-2007)
- Cap (opción):
 - 4,00% para €250 millones (2003-2008)

→ Coberturas de tipos de cambio: (1^{er} y 2^o elementos afectan a la cuenta de resultados y los elementos 3^o y 4^o afectan al balance)

- Futuro de venta de USD a \$1,25/€ (primera mitad de 2005)
- Opción de compra “put” de USD a \$1,35/€ para el segundo semestre (80 millones de dólares)
- Swap €/USD 326 millones (financiación intra-grupo)
- Futuro de venta de rublos equivalente a €175 millones en 2 años de media

Un accionariado internacional



Aproximadamente 100 inversores representan el 85% del accionariado institucional

Aproximadamente 200.000 accionistas minoritarios

El riesgo de litigios es limitado y cada vez menor

Situación de Altadis:

- Casos en curso: 6 demandas individuales + Junta de Andalucía + CPAM Saint Nazaire (Francia)
- 18 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable.
- La demanda de la Junta de Andalucía está en el curso de un largo proceso jurisdiccional que afecta tanto a tribunales civiles como administrativos (en relación con la necesidad de incluir al Estado en el proceso).
- Las sentencias favorables son generalmente tajantes.

Factores clave y, concretamente, la ausencia de:

- *Class actions* (hay un proyecto en Francia para permitir estas acciones colectivas)
- *punitive damages* (condenas ejemplarizantes)
- *cuota litis* (porcentaje de la condena)
- jurados populares

Distinguen de manera fundamental la legislación en Europa continental y EE.UU., lo que conduce a un tipo y nivel de riesgo totalmente diferente

Resultados Trimestrales (NIIF)

VENTAS ECONÓMICAS

(Millones de euros)

	T1'04	T2'04	T3'04	T4'04	AÑO 2004	T1'05
Cigarrillos	474,8	458,5	458,3	485,1	1.876,7	468,3
Cigarros	183,5	212,7	211,8	209,2	817,2	190,1
Logística	190,0	220,7	216,7	234,0	861,4	259,2
Otros	13,1	10,7	10,4	11,3	45,5	10,1
Ajustes	(54,6)	(1,1)	21,4	(9,1)	(43,3)	(42,6)
Total	806,8	901,5	918,6	930,5	3.557,4	885,1

EBITDA

(Millones de euros)

	T1'04	T2'04	T3'04	T4'04	AÑO 2004	T1'05
Cigarrillos	174,7	160,1	176,7	157,8	669,3	159,9
Cigarros	36,6	55,9	60,7	55,6	208,8	46,0
Logística	46,4	76,2	70,4	64,3	257,3	58,4
Otros	(7,1)	(12,7)	(11,1)	1,2	(29,7)	(9,9)
Ajustes	(22,2)	4,8	15,8	(0,4)	(2,0)	(12,1)
Total	228,4	284,3	312,5	278,5	1.103,7	242,3