



Nueve primeros meses de 2005 Resultados



Miércoles 9 de Noviembre, 2005

www.altadis.com

Índice

■ Acontecimientos de los 9 primeros meses	página	3
■ Reorganización	página	7
■ Cigarrillos	página	8
■ Cigarros	página	19
■ Logística	página	27
■ Magnitudes Financieras	página	32
■ Conclusión	página	38
■ Anexos	página	40

*Desde el 1 de enero de 2005, Altadis aplica las NIIF a su información financiera (tanto interna como externa).
La información financiera pro-forma de 2004 de acuerdo a las NIIF, a efectos comparativos, se encuentra disponible en la página web de Altadis.*

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)

Principales magnitudes de los nueve primeros meses

Crecimiento del Ebitda de dos dígitos : +10,1%

<i>Millones de euros</i>	9M04	9M05	Var. 05-04
Ventas económicas	2.627	3.040	+15,7%
Ebitda	825	909	+10,1%
Beneficio Neto del Grupo	439	423	-3,7%
BPA (céntimos de euro) ⁽¹⁾	154	155	+0,2%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) ⁽²⁾	191	197	+3,4%
	Headcount		29.510

(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 de los nueve primeros meses

Crecimiento del Ebitda de dos dígitos : +10,1%

- El Grupo ha obtenido un crecimiento de dos dígitos tanto de las ventas económicas (+ 15,7%) como del Ebitda (+10,1%).
- El beneficio neto se ha situado en 423 millones de euros, el BPA ha alcanzado 155 céntimos de euro y el BPA líquido se ha elevado a 197 céntimos de euro. (La comparativa con los nueve primeros meses de 2004 ha estado afectada por la diferente tasa impositiva aplicada en ambos años, beneficiándose el año 2004 de hechos aislados no recurrentes).
- Excelentes resultados del negocio de Cigarros : a moneda y perímetro constantes, las ventas han aumentado un +8,8% y el Ebitda un +22,1%.
- Las recientes adquisiciones, y principalmente, Logista Italia, Balkan Star, Logista Francia y RAF (compañía holding propietaria de Aldeasa), han aportado 327 y 70 millones de euros a las ventas económicas y al Ebitda, respectivamente.

(1) BPA básico y diluido coinciden.

Tercer trimestre de 2005 : Ventas y Ebitda mejoran trimestre tras trimestre

<i>Millones de euros</i>	T3 2004	T3 2005	Var. 05-04
Ventas económicas	919	1.093	+19,0%
Ebitda	312	353	+13,0%
Beneficio Neto del Grupo	191	168	-12,1%
BPA (céntimos de euro) ⁽¹⁾	67	62	-7,6%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) ⁽²⁾	79	77	-2,2%

(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.

Líder en las tres líneas de negocio del Grupo

bn = mil millones

Cigarrillos
Un 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

Cigarros
Líder mundial

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

Logística
Un modelo
de negocio único

Alrededor de 300.000
puntos de venta en Europa
Occidental y Marruecos

98,6 bn de cigarrillos⁽¹⁾
(+22,4%)

2.605 mn cigarros
(-1,8%)

Ingresos de € 8.117 mn
(+37,5%)

Ventas
Económicas⁽²⁾

€ 1,474 mn (+ 5,9%)

€ 647 mn (+6,4%)

€ 848 mn (+ 35,1%)

⁽¹⁾ Incluye 4,9bn de cigarrillos de marcas concedidas bajo licencia a terceros

⁽²⁾ La diferencia para alcanzar las ventas económicas totales del Grupo se descompone en:

Otros : € 109 mn (€ 34 mn en 2004) y Eliminaciones : € -38 mn (€ -34 mn en 2004).

Importantes avances en el proceso de reorganización

- **El estado actual de la reorganización es el siguiente:**
 - Completada en Marruecos desde diciembre de 2004
 - Completada en Francia desde agosto de 2005 (6 centros han sido cerrados entre 2004 y 2005)
 - La aplicación está en proceso en España: Se ha dejado de producir en la fábrica de cigarros de Cádiz y 650 personas dejarán la compañía antes de finales de año
- **Los beneficios recurrentes estimados en más de 90⁽¹⁾ millones de euros, (más de 80 en Europa y 10 en Marruecos), serán obtenidos principalmente en 2005 y 2006**
- **En Europa, aproximadamente 1,500 personas abandonarán la compañía**
- **Del coste total, excluyendo Marruecos, de aproximadamente 265 millones de euros, 245 millones fueron contabilizados en años anteriores**

(1) Tras obtener ahorros por importe de € 7 millones en 2004, el calendario previsto para los ahorros adicionales, incluyendo Marruecos, es : € 21 millones en 2005, € 47 millones en 2006, € 3 millones en 2007 y € 12 millones en 2008.

CIGARRILLOS

Internacionalización



Cigarrillos: principales magnitudes de los nueve primeros meses

La inversión comercial marca la evolución del Ebitda

<i>Millones de euros</i>	2004	2005	Var. 05-04
Volumen (bn unidades)	81 ⁽¹⁾	99 ⁽¹⁾	+22,4%
Ventas económicas	1,392	1,474	+5,9% ⁽²⁾
Costes	880	970	+10,2%
Ebitda	512	504	-1,5% ⁽²⁾
Margen de Ebitda	36,8%	34,2%	-2,6 puntos

(1) Incluyen 5,3bn y 4,9bn de cigarrillos en 2004 y 2005, respectivamente, de marcas concedidas bajo licencia a terceros.

(2) La evolución de las Ventas económicas y del Ebitda considerando constantes tanto el perímetro como el tipo de cambio, ha sido: +1,4% y -5,1%, respectivamente.

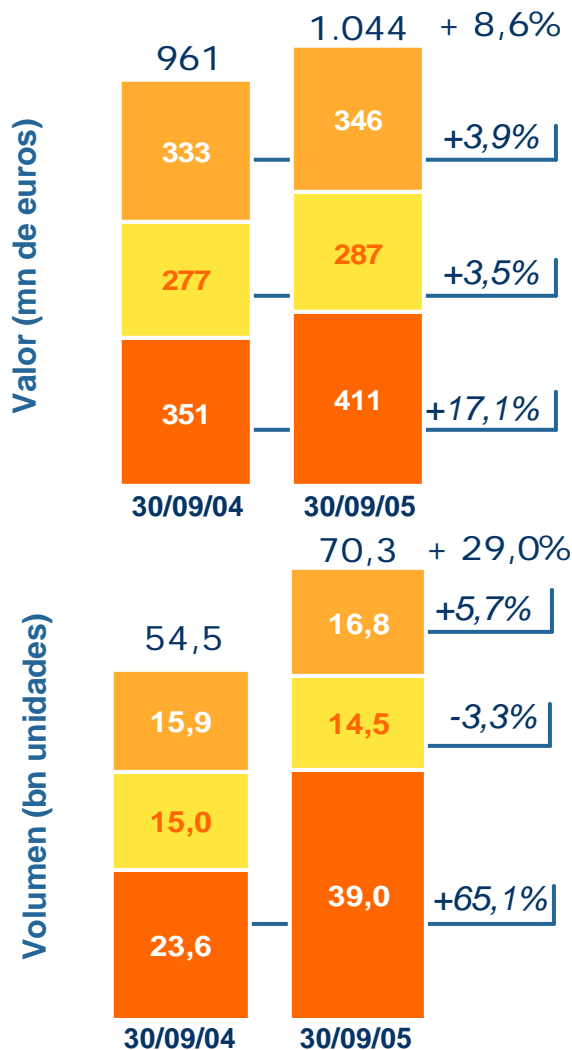
Cigarrillos: principales acontecimientos de los nueve primeros meses

- Consolidación por primera vez de Balkan Star
- Reducción del volumen total en algunos mercados europeos clave como Alemania e Italia
- Estabilización del mercado francés
- Las ventas internacionales de Gauloises Blondes continúan creciendo, + 8,2%
- Fuertes resultados en mercados internacionales: incremento de cuota de mercado en Alemania, Austria, Bélgica, Luxemburgo y Marruecos
- Inversión comercial

Estrategia de cigarrillos: incrementar la internacionalización

- Capitalización de las marcas principales del Grupo, Gauloises, Fortuna y Gitanes
- Globalización de Gauloises en el segmento sub-premium
- Desarrollo regional de Fortuna y Gitanes 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
- Política activa de reducción de costes

Fuerte crecimiento de las ventas de cigarrillos rubios: +8,6%



- **Gauloises Blondes:**

Crecimiento de las ventas internacionales, mantenido durante largo tiempo

- **Fortuna:**

- ➔ Caída de cuota de mercado en España;
- ➔ Cuota de mercado del 2,6% en Francia y del 7,3% en Marruecos

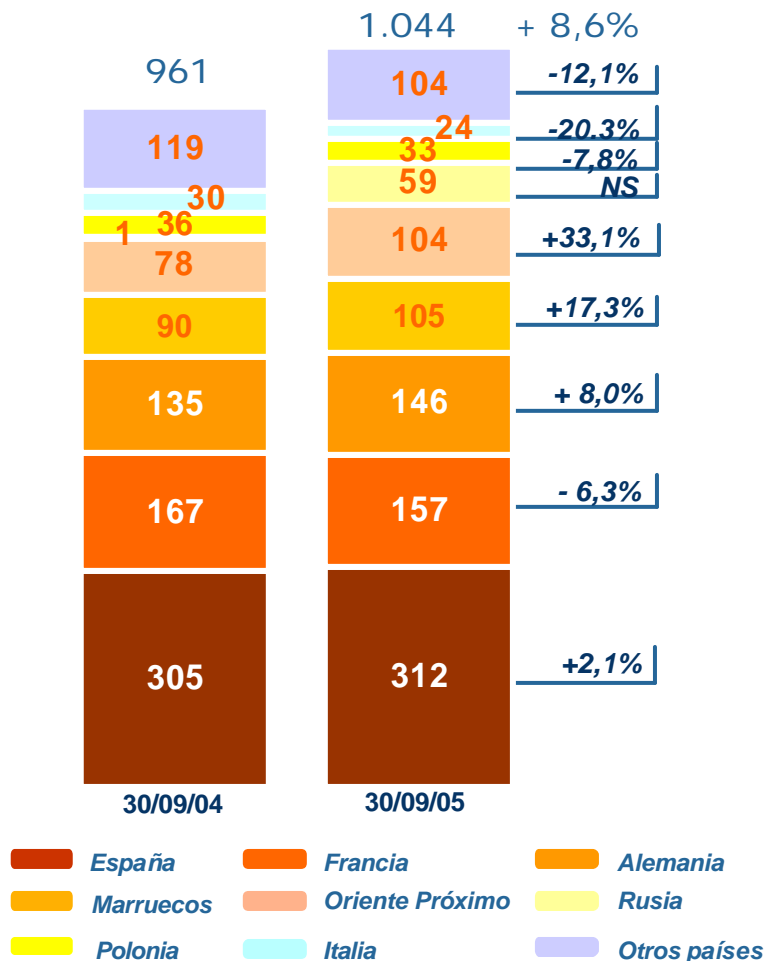
- **Gitanes**, una marca totalmente internacional

- **Marquise**, en Marruecos, alcanza una cuota de mercado de rubios del 72% (desde el 71%)

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

Cigarrillos rubios: mejora la situación en los mercados domésticos, Alemania, Marruecos y Oriente Próximo generan fuertes resultados

Valor (Millones de euros)



- Excelente aumento del +33,1%, de las ventas a **Oriente Próximo**
- Notables resultados en **Marruecos**
- Muy buena evolución en **Alemania**, con un nuevo 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 incrementos de precios y el lanzamiento de Ducados Rubio impulsan el aumento de las ventas
- **Rusia**: nuevo mercado clave

Evoluciones dispares de la cuota de rubio en Europa

(Volumen en billones de unidades)

	2004	2005	Var.
España			
Volumen	15,6	15,2	-2,6%
Cuota de mercado	26,9%	25,5%	-1,4
Francia			
Volumen	6,9	6,9	+0,3%
Cuota de mercado	18,7%	18,5%	-0,2
Alemania			
Volumen	4,8	4,6	-4,8%
Cuota de mercado	5,6%	6,1%	+0,5
Italia			
Volumen	1,9	1,4	-27,8%
Cuota de mercado	2,6%	2,0%	-0,6
Austria			
Volumen	0,9	0,9	+0,2%
Cuota de mercado	8,2%	8,7%	+0,5
Polonia			
Volumen	5,3	4,7	-12,0%
Cuota de mercado	9,9%	8,6%	-1,3
Bélgica y Luxemburgo			
Volumen	0,8	0,8	+4,8%
Cuota de mercado	5,3%	5,9%	+0,6

Nota: En España, Francia e Italia, las cuotas de mercado estimadas pueden diferir de las ventas facturadas al distribuidor.

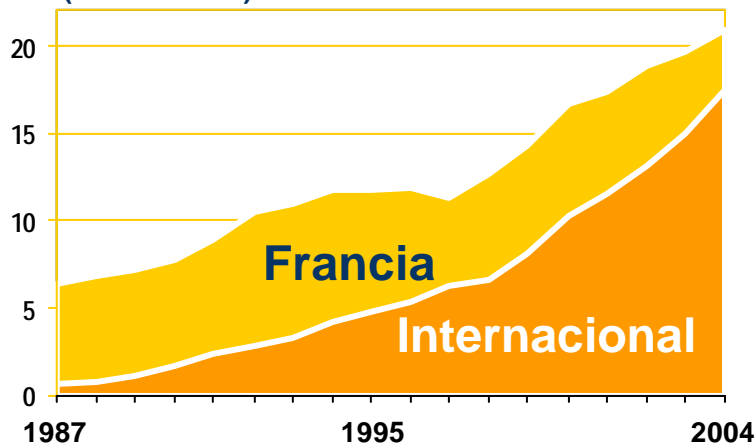
Gauloises Blondes: una marca internacional estratégica con fuerte crecimiento



- 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

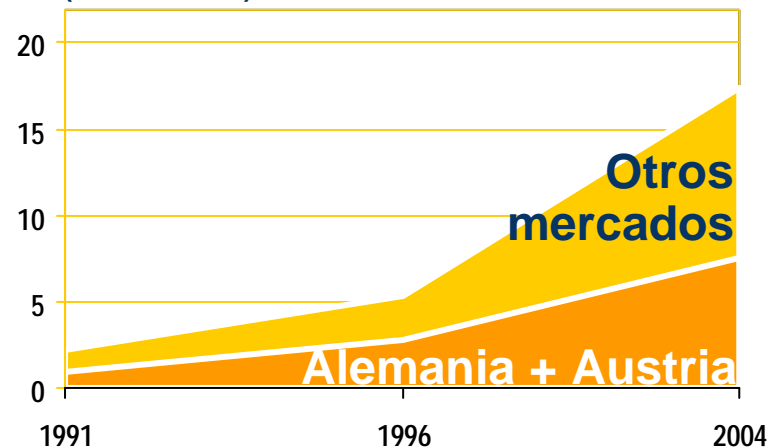
Gauloises Blondes en el mundo

(bn unidades)



Gauloises Blondes fuera de Francia

(bn unidades)



Las ventas internacionales de Gauloises Blondes aumentan un 8,2%

(Volumen en millones de unidades)

(Ventas en millones de euros)

	9M'02	9M'03	9M'04	9M'05	Var. % 05-04	TAM (05-02)
Alemania						
Volumen	5.091	5.408	4.837	4.613	-4,6%	-3,2%
Ventas	106,1	113,5	134,2	145,0	+8,1%	+11,0%
Otros países europeos						
Volumen	2.527	3.124	3.069	3.040	-0,9%	+6,4%
Ventas	49,3	59,6	69,1	70,9	+2,5%	+12,8%
Oriente Próximo						
Volumen	993	1.229	4.180	5.772	+38,1%	+79,8%
Ventas	14,5	15,1	48,7	61,9	+27,3%	+62,4%
Otros países						
Volumen	773	1.275	1.133	849	-25,1%	+3,1%
Ventas	11,9	16,6	17,0	13,3	-22,0%	+3,7%
Total (sin incluir Francia)						
Volumen	9.385	11.036	13.220	14.274	+8,0%	+15,0%
Ventas	181,8	204,8	268,9	291,1	+8,2%	+17,0%

Nota: Las ventas de 9M'02 y 9M'03 están contabilizadas según principios contables españoles. Las de 9M'04 y 9M'05 según NIIF.

Las ventas en 9M'04 según NIIF se han incrementado por importe de 26,5mn de euros respecto a las contabilizadas según principios contables españoles.

Las ventas correspondientes a 9M'02, 9M'03 y 9M'04 han sido ajustadas para que coincidan con el desglose de regiones de 2005.

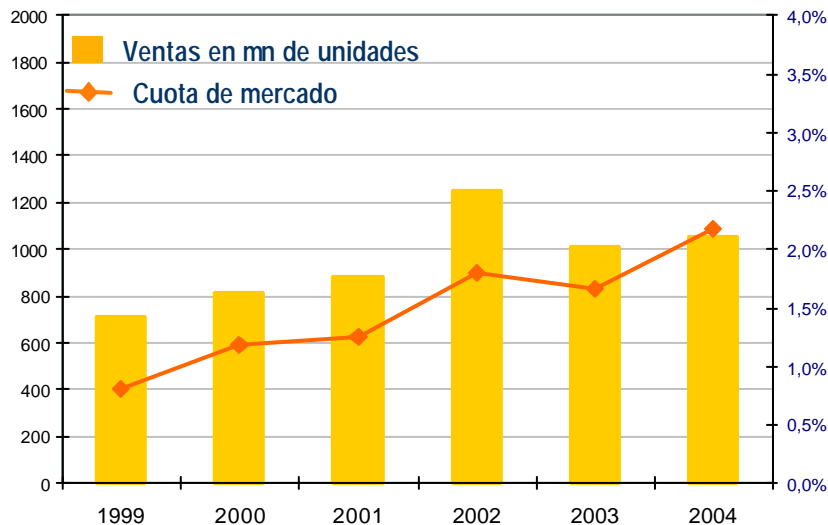
TAM: Tasa Anual Media.

Fortuna amplía su presencia geográfica

España: Sólida base inicial – Cuota de mercado del 18,1%

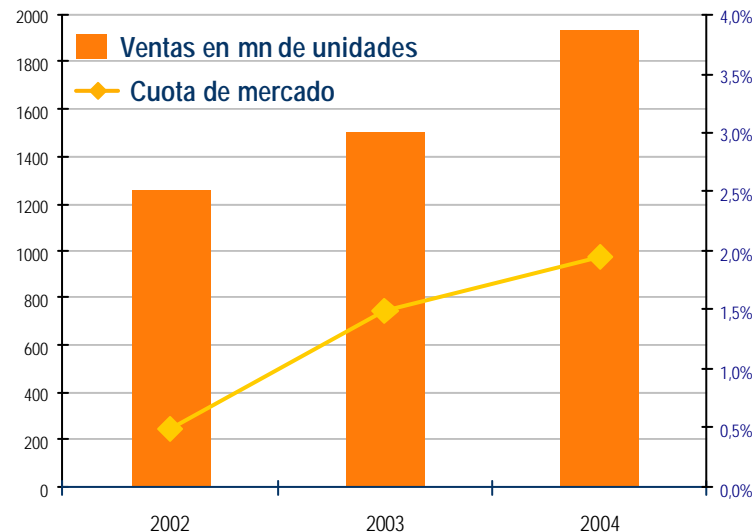
- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas.
- Potencial frente a otras marcas internacionales con una imagen más débil.
- Precio medio-bajo.
- Oferta atractiva de valor añadido para los consumidores: 18/25 años, hombre/mujer urbanos.

Francia: Crecimiento en cuota desde 1997



Cuota de mercado en Francia 9M'05: 2,6%

Italia: Fuerte crecimiento inicial

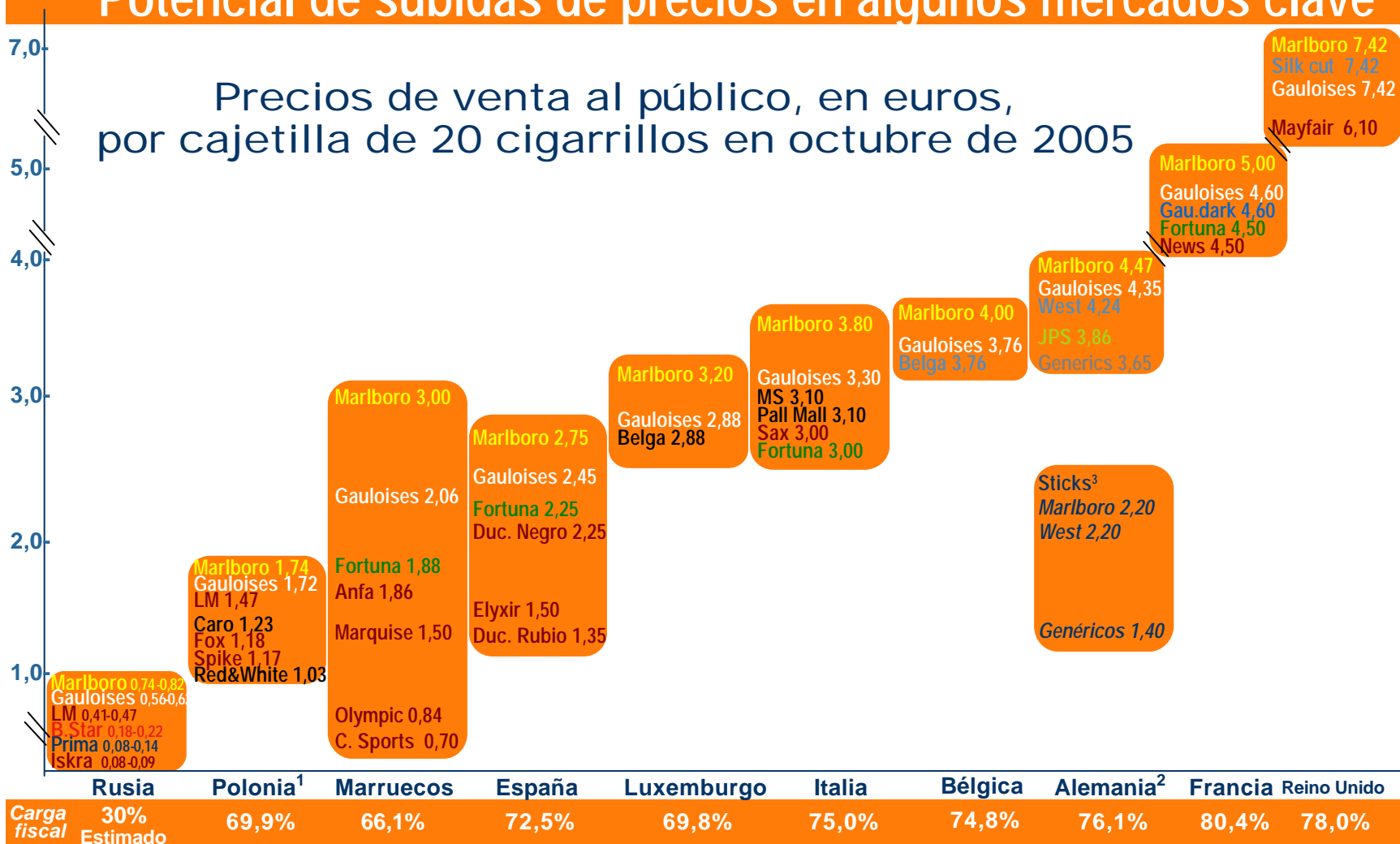


Cuota de mercado en Italia 9M'05: 1,5%

En Marruecos (lanzamiento en junio de 2004): cuota de mercado en 9M'05: 7,3%

Potencial de subidas de precios en algunos mercados clave

Precios de venta al público, en euros, por cajetilla de 20 cigarrillos en octubre 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: € 1,53 y Fox: € 1,47 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,75

² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 17 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son respectivamente € 3,80, € 3,70, € 3,60, € 3,30 y € 3,10

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

CIGARROS

Nº 1 mundial destacado



Cigarros: Principales magnitudes de los nueve primeros meses

Magnífica evolución del Ebitda: +19,3% en euros

<i>Millones de euros</i>	2004	2005	Var. 05-04
Volumen (millones de cigarros)	2.654	2.605	-1,8%
Ventas económicas	608	647	+6,4% ⁽¹⁾
Costes	455	464	+2,0%
Ebitda	153	183	+19,3% ⁽¹⁾
Margen de Ebitda	25,2%	28,2%	+3,0 puntos

(1) La evolución de las Ventas económicas y del Ebitda considerando constantes tanto el perímetro como el tipo de cambio, ha sido: +8,8% y +22,1%, respectivamente.

Cigarros: Principales acontecimientos de los nueve primeros meses Las ventas de EE.UU. y de cigarros cubanos impulsan el crecimiento

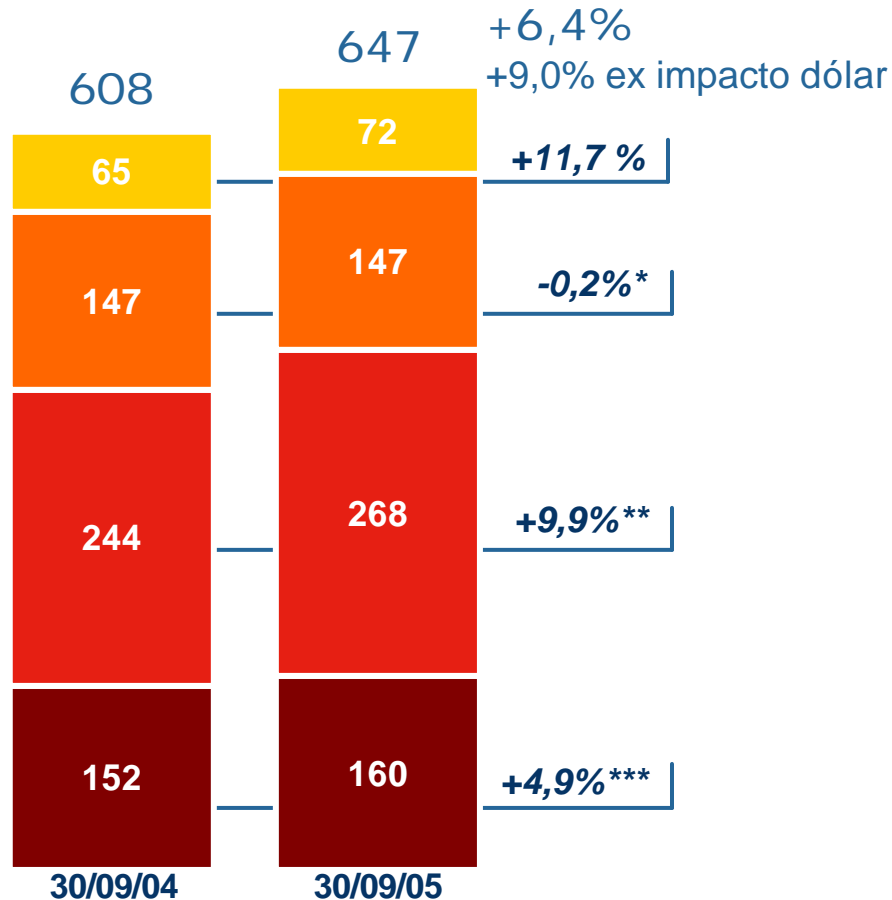
- A pesar de la depreciación del dólar, los factores clave de la actividad han sido fuertemente positivos
- Las ventas han aumentado un + 10,3% en dólares en el importante mercado de EE.UU.
- Las ventas de cigarros cubanos han crecido notablemente en todos los mercados
- Importante mejora del margen: + 3,0 puntos

Estrategia de Cigarros: liderazgo

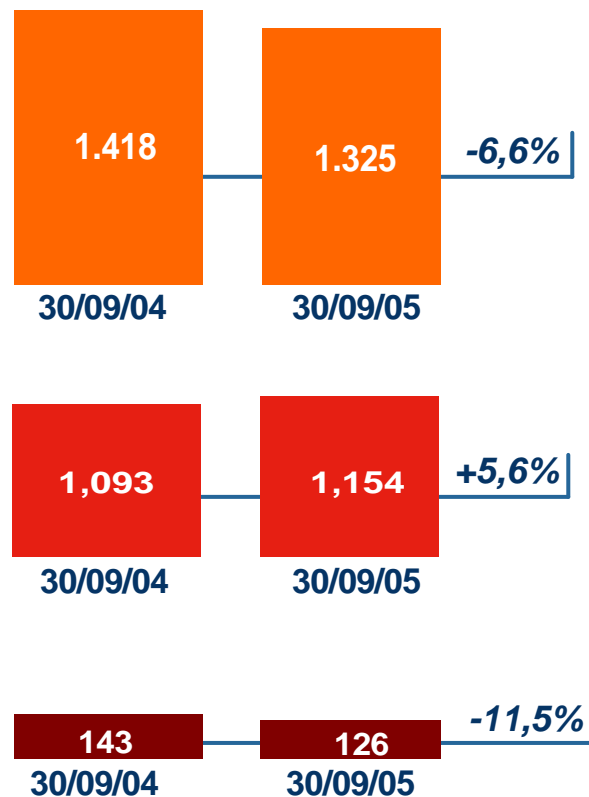
- Fortalecer constantemente el liderazgo en EE.UU., a través de la innovación, el mix de productos y la reducción de costes
- Aumentar las ventas y los márgenes en Habanos mediante una mejora continua de la cartera de productos y una más amplia distribución internacional
- Asegurar las cuotas de mercado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

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

Valor (mn de euros) y Variación



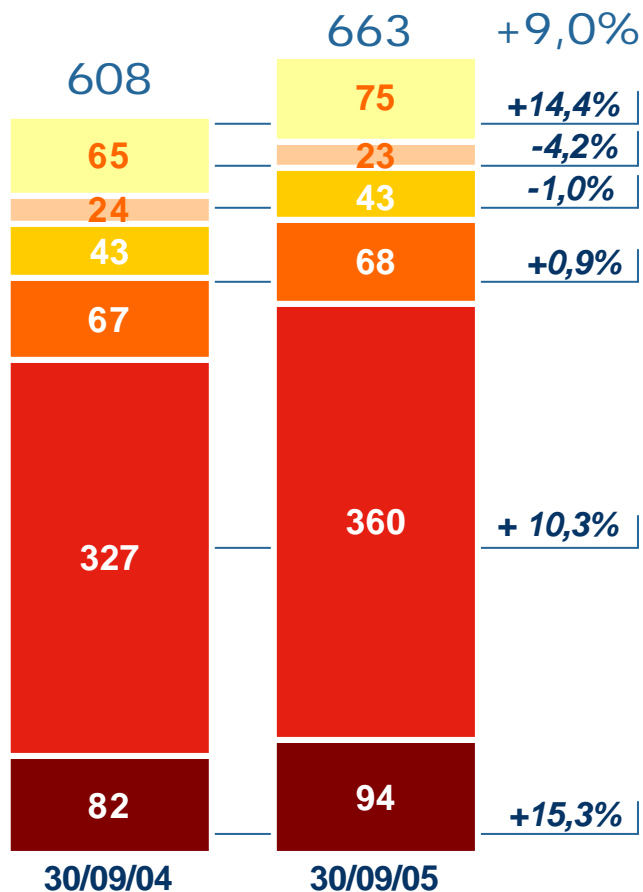
Volumen (mn de unidades) y Variación



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

Magnífico crecimiento de las ventas en EE.UU. y de cigarros cubanos

Valor (mn de euros constantes*) y Crecimiento

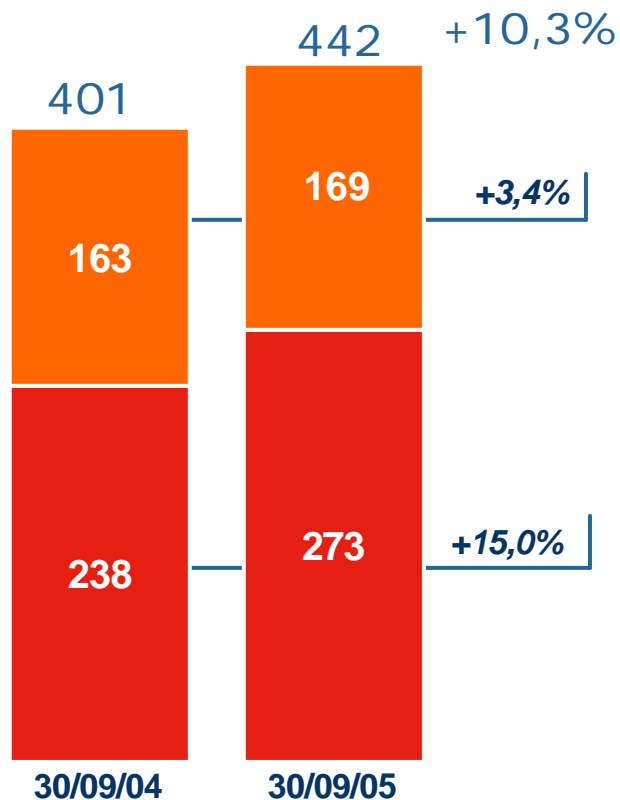


- **JR Cigar:** ventas de 38 millones de euros
- **Mercados francés y español:** volúmenes ligeramente decrecientes.
- **EE.UU.:** el segmento premium y natural ha propiciado unos brillantes resultados
- **Cigarros cubanos:** crecimiento completamente restablecido

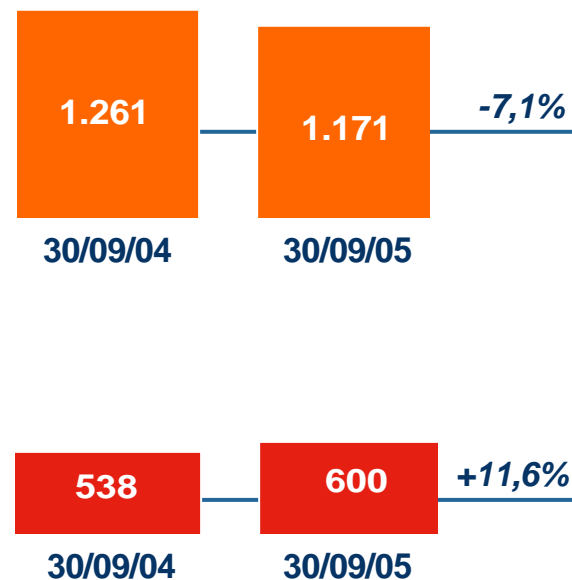
■ Habanos (50%)
 ■ EE.UU.
 ■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones
 ■ Otras ventas

EE.UU.: crecimiento del 10,3 % en dólares impulsado por el segmento Premium y Natural

Valor (mn de USD) y Variación



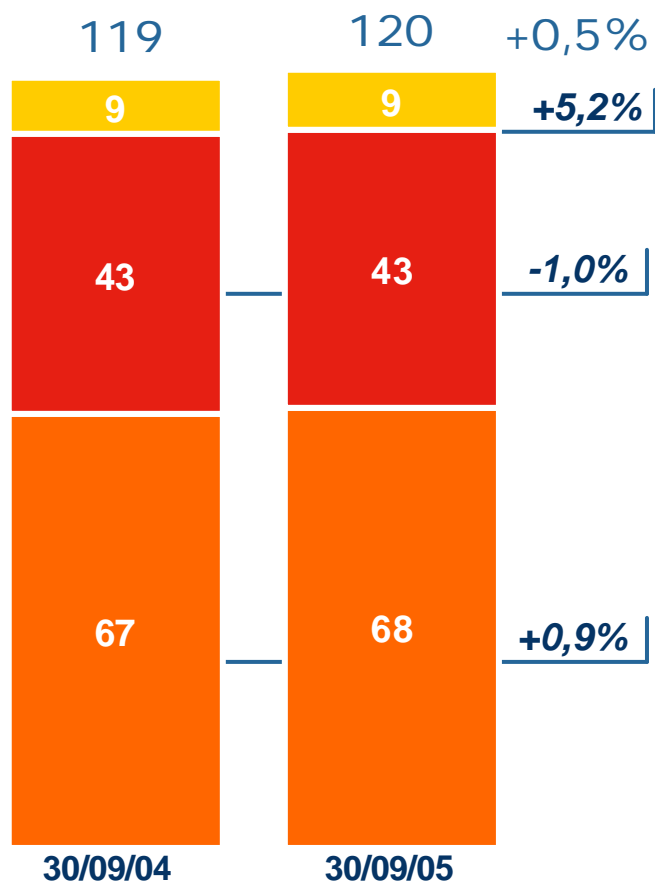
Volumen (mn de unidades) y Variación



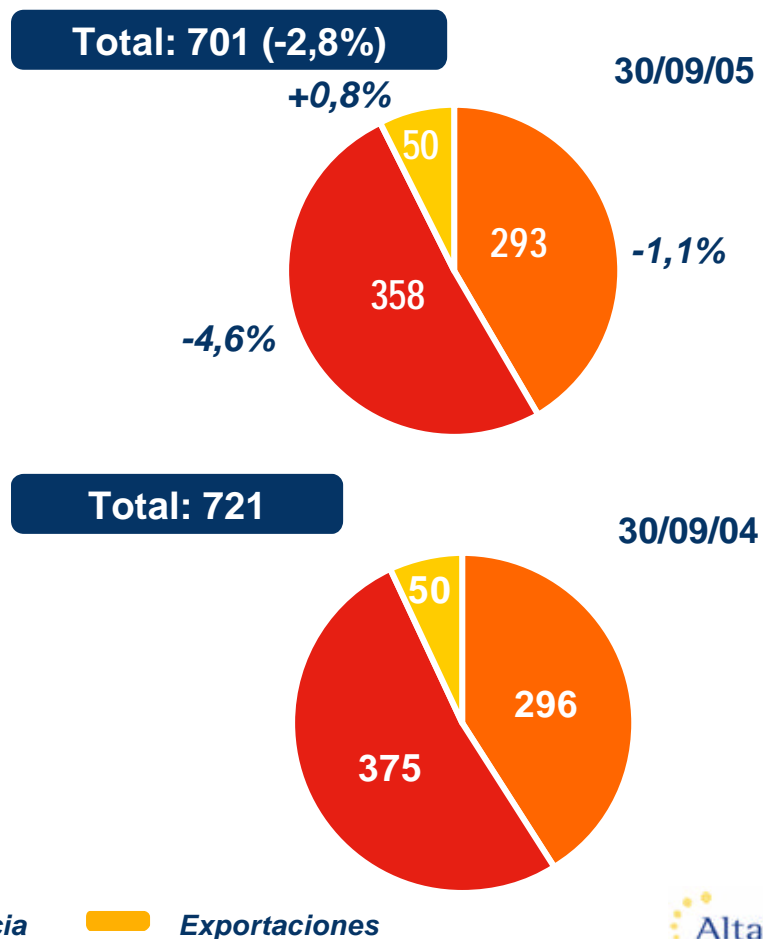
■ Premium y Natural ■ Mass (Popular y Little)

Europa: estabilidad

Valor (mn de euros) y Variación



Volumen (mn de unidades) y Variación



LOGISTICA



Un modelo de negocio
único

Logística: principales magnitudes de los nueve primeros meses

Ámbito de actividad ampliado por las recientes adquisiciones

<i>Millones de euros</i>	2004	2005	Var. 05-04
Ingresos	5.905	8.117	+37,5%
Ventas económicas	627	848	+35,1% ⁽¹⁾
Costes	434	617	+42,1%
Ebitda	193	231	+19,6% ⁽¹⁾
Margen de Ebitda	30,8%	27,2%	-3,6 puntos

(1) La evolución de las Ventas económicas y del Ebitda considerando constantes tanto el perímetro como el tipo de cambio, ha sido: +4,8% y -1,2%, respectivamente.

Logística: principales acontecimientos de los nueve primeros meses de 2005 Ámbito de actividad ampliado por las recientes adquisiciones

- El volumen total en los mercados de Europa Occidental mejora ligeramente con el transcurso del año. (+0,7% en España, -0,3% en Francia, -2,9% en Marruecos, -6,2% en Italia)
- Consolidación por primera vez de Logista Italia y Logista France
- Logística general en España y Portugal: incremento del +9,9% de las ventas económicas
- Progresos en el proyecto “Farma” (ventas de 12 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, Italia y Portugal
- Extender la especialización aplicada con éxito a la logística general (no tabaquera) hacia nichos de mercado con elevados márgenes
- Optimizar los recursos operativos

Crecimiento orgánico del 4,8% incrementado por la integración de Logista Italia y Logista France

Número de puntos de venta atendidos: alrededor de 300.000

<i>Ventas económicas (Millones de euros)</i>	30/09/04	30/09/05	Var.
España y Portugal	131,1	130,6	-0,4%
Francia*	102,8	122,4	+19,1%
Italia	-	132,2	NS
Marruecos	38,2	39,0	+2,1%
Tabaco	272,1	424,2	+55,9%
España y Portugal	245,4	269,7	+9,9%
Francia	116,6	162,9	+39,7%
Marruecos e Italia	1,4	2,8	NS
General	363,4	435,4	+19,8%
Eliminaciones	(8,1)	(11,8)	NS
TOTAL	627,4	847,8	+35,1%

* El impacto negativo de la subida de impuestos y precios de enero de 2004 sobre el valor del inventario afectó a las ventas de 2004. Las ventas de 2005 incluyen 10,5mn de euros facturados al negocio de Cigarrillos (subcontratación de envíos para exportación).



MAGNITUDES FINANCIERAS

Principales magnitudes de resultados : importante impacto de perímetro

9M 2004 vs 9M 2005
(Millones de euros)

**Ventas económicas:
+413**

Orgánico : +107

Perímetro : +327

Tipo de cambio : -21

- Recuperación del volumen de Cigarrillos, excelente evolución de Cigarros
- Logista Italia, Balkan Star, Logista France y Aldeasa
- El impacto de la evolución del tipo de cambio del dólar continúa siendo negativo

- Recuperación del volumen de Cigarrillos, impacto del mix, magnífica evolución de Cigarros
- Marruecos y Francia

Orgánico⁽¹⁾ : +12

**Del cual Reestructuración
y sinergias⁽¹⁾: +12**

- Logista Italia, Balkan Star, Logista France y Aldeasa
- La evolución del tipo de cambio del dólar se vuelve positiva

Perímetro : +70

Tipo de cambio : + 2

Ebitda: +84

(1): Desde T3 2005 el concepto Orgánico se define de acuerdo con su uso frecuente, incluyendo ahorros de Reestructuración y sinergias

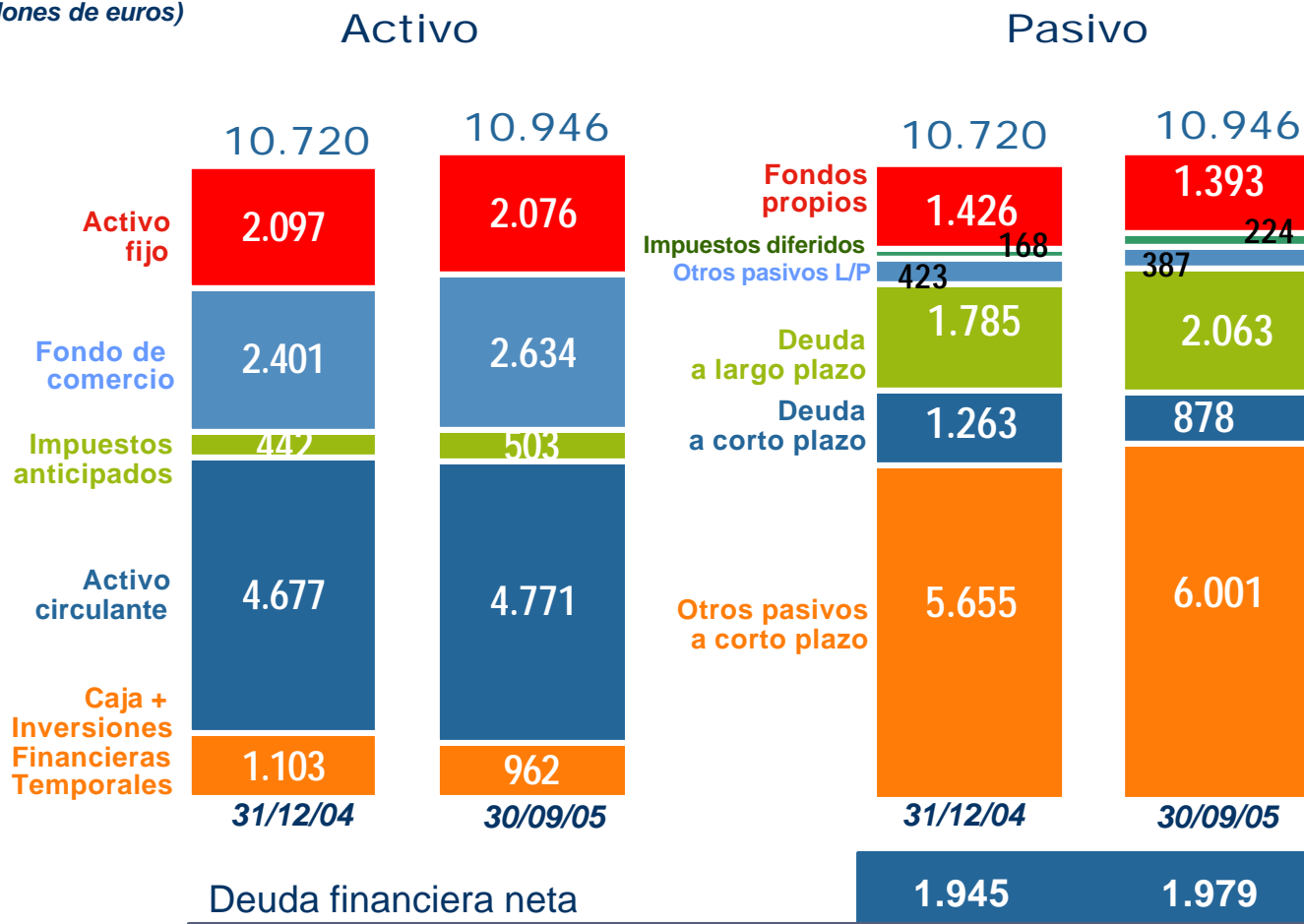
Ebitda : + 10,1% hasta 908,9 millones de euros

(Millones de euros)	9M '04	9M '05	Var. (1)
Ingresos	7.124,7	9.450,3	+32,6%
<i>(Coste de los productos distribuidos) + (Comisión del depositario) + Descuentos</i>	<i>(4.497,8)</i>	<i>(6.410,3)</i>	<i>-42,5%</i>
Ventas económicas	2.626,9	3.040,0	+15,7%
Ebitda (2)	825,2	908,9	+10,1%
<i>(Amortización) + (Depreciación)</i>	<i>(126,3)</i>	<i>(147,2)</i>	<i>-16,5%</i>
Resultado de las actividades ordinarias	698,9	761,7	+9,0%
<i>Otros gastos e ingresos</i>	<i>3,0</i>	<i>(4,8)</i>	<i>NS</i>
Resultado de explotación	701,9	756,9	+7,8%
<i>Resultado financiero</i>	<i>(55,5)</i>	<i>(59,6)</i>	<i>-7,4%</i>
<i>Impuestos sobre sociedades</i>	<i>(188,0)</i>	<i>(231,0)</i>	<i>-22,9%</i>
<i>Empresas asociadas por puesta en equivalencia</i>	<i>20,2</i>	<i>3,2</i>	<i>-84,2%</i>
<i>Intereses minoritarios</i>	<i>(39,4)</i>	<i>(46,2)</i>	<i>-17,3%</i>
Resultado neto del Grupo	439,3	423,3	-3,7%
BPA (céntimos de euro) (3)	154	155	+0,2%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) (4)	191	197	+3,4%
<i>Número medio de acciones (millones) (5)</i>	<i>284,9</i>	<i>273,8</i>	<i>3,9% 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) Número medio de acciones = promedio de (total de acciones - acciones propias)

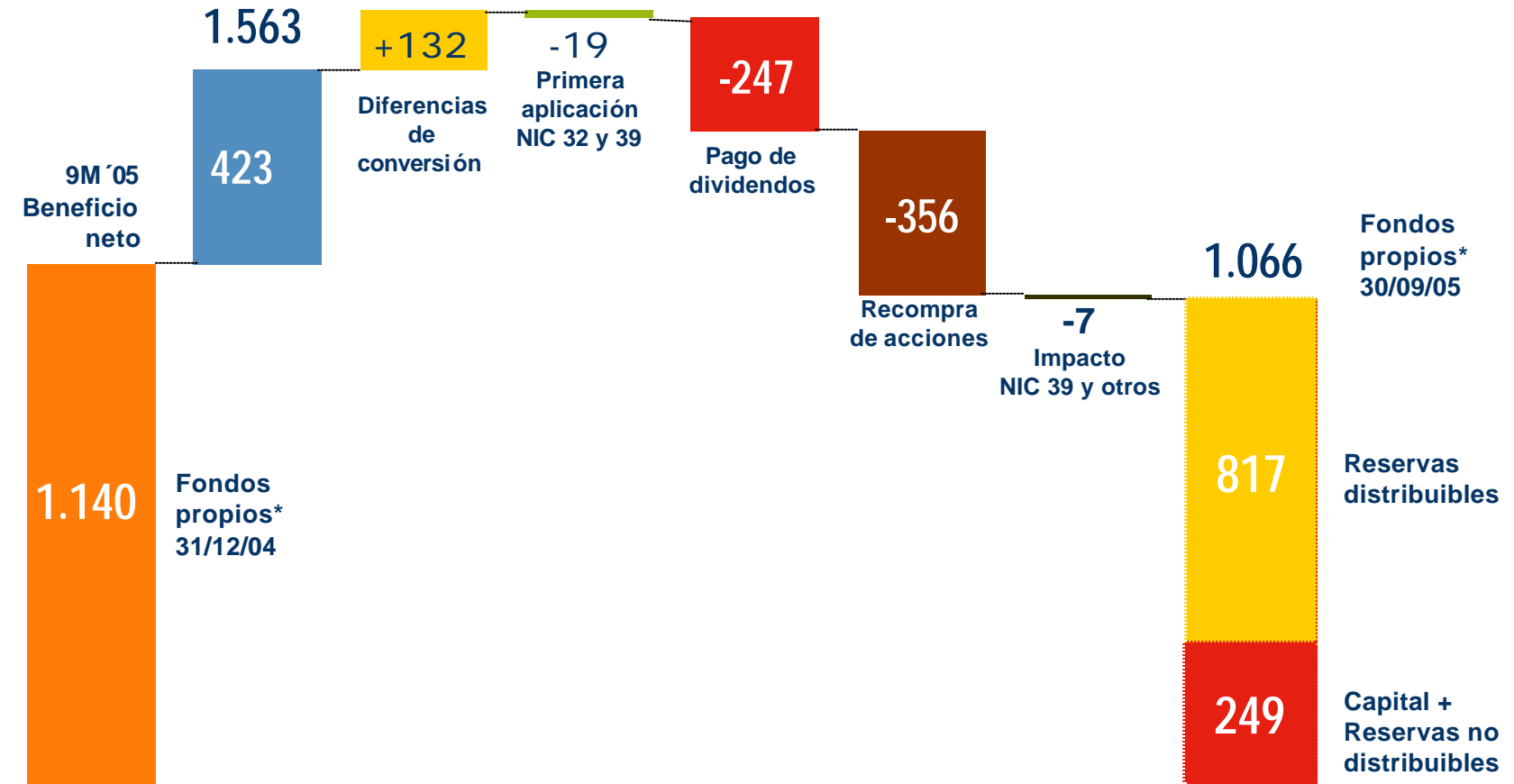
El balance refleja la recompra de acciones y el pago de dividendos Cambio limitado de la deuda neta vs. 31 de diciembre de 2004

(Millones de euros)



Las reservas distribuibles del Grupo Altadis se sitúan en 817 millones de euros

Millones de euros



La generación de caja financia la recompra de acciones (352mn) y el pago de dividendos (253mn)

	(Millones de euros)	
	9M '04	9M '05
<i>Ebitda</i>	825	909
<i>Variación del fondo de maniobra operativo</i>	374	54
Flujo operativo (Ebitda + Var. fondo de maniobra operativo)	1.199	963
<i>Pago por impuesto de sociedades</i>	(184)	(146)
<i>Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios</i>	(57)	(36)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	958	781
<i>Dividendos de compañías Asociadas por puesta en equivalencia</i>	11	28
<i>Cobros procedentes de inversiones financieras temporales</i>	168	25
<i>Pagos por adquisiciones de activos tangibles e intangibles</i>	(106)	(115)
<i>Cobros por desinversiones</i>	78	23
<i>Adquisición/ venta de filiales neta de caja adquirida/vendida</i>	-	109
Flujo de caja de las actividades de inversión	151	70
<i>Pagos por intereses financieros</i>	(54)	(43)
<i>Dividendos pagados</i>	(235)	(253)
<i>Compra de acciones (de compañías del Grupo)</i>	(134)	(352)
<i>Incremento/reducción de la deuda (corto y largo plazo)</i>	(260)	(354)
Flujo de caja de las actividades de financiación	(683)	(1.002)
Variación neta de caja y equivalentes de caja	426	(151)
<i>Impacto neto por fluctuación del tipo de cambio</i>	(4)	13
<i>Posición inicial de caja y equivalentes de caja</i>	732	978
Posición final de caja y equivalentes de caja	1.154	840
<i>Inversiones financieras temporales</i>	133	122
<i>Deuda a corto plazo</i>	(921)	(878)
<i>Deuda a largo plazo</i>	(1.905)	(2.063)
Posición final de deuda neta	(1.539)	(1.979)
Flujo de caja libre operativo*	909	702

CONCLUSION



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 han pagado 90 céntimos de euro por acción, lo que supone un aumento del 12,5%
- Recompra y amortización de acciones
 - Amortización del 4,9% en septiembre de 2005
 - La Junta General de junio de 2005 autorizó la recompra de hasta otro 5%
- Adquisiciones en Marruecos, Italia y Rusia basadas en su encaje estratégico y creación de valor
- Especial atención al gobierno corporativo y a la transparencia
- Perspectiva: se espera que los resultados de 2005 tenga una comparación muy positiva con los de 2004, con crecimientos esperados de doble dígito para las Ventas económicas, Ebitda y Resultado de las actividades ordinarias

ANEXOS



Anexos

- Calendario Corporativo – Contactos
- Definiciones
- Reorganización
- Etinera y Balkan Star
- RTM
- Gobierno corporativo
- Datos de cigarrillos
- Proyecto de ley del tabaco en España
- Datos de cigarros
- Logística General
- Evolución de los fondos propios de Altadis, S.A.
- Exposición al tipo de cambio del dólar
- Contingencias no recogidas en el balance y política de coberturas
- Accionariado
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

21 de febrero de 2006 (provisional)	Resultados anuales 2005
21 de marzo de 2006 (provisional)	Pago del dividendo a cuenta
10 de mayo de 2006 (provisional)	Resultados 1er trimestre 2006
Mayo 2006	Informe Anual
13 de junio de 2006 (provisional)	Junta General de Accionistas
20 de junio de 2006 (provisional)	Pago del dividendo complementario
30 de agosto de 2006 (provisional)	Resultados 1er semestre 2006
8 de noviembre de 2006 (provisional)	Resultados 9 primeros meses 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 90 33

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)

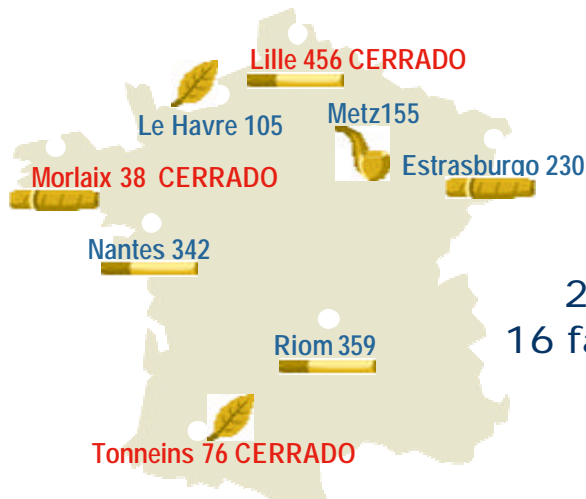
Este concepto proporciona una visión más proporcionada de la actividad del Grupo, dado que la cifra de ingresos aumenta las ventas de Logística de forma significativa y provoca que la importancia aparente de cada negocio no sea la real.

- **Orgánico** (aplicado a las ventas económicas y al Ebitda). Supone mantener constantes, tanto el perímetro de consolidación como el tipo de cambio
- **Otros** (como parte del total de las ventas económicas y del Ebitda) contiene:
 - Los resultados de RAF (compañía holding propietaria de Aldeasa) desde el 1 de mayo de 2005, y 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:
 - Transacciones entre unidades de negocio (la 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

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 picadura:	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*</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 Nº2 en Rusia
- ✓ Importante red de distribución
- ✓ Capacidad de producción: 40.000 millones de unidades

Año 2004*

106
21
19,9%
5

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

Régie des Tabacs de Marruecos en el buen camino

9M 2005

Cigarrillos	Volumen (bn uds)	Variación 9M '05-9M '04	Cuota de Mercado
Rubio local	5,5	+4,4%	53%
Negro local	3,0	-20,4%	29%
Altadis internacional	0,6	ns	6%
Total Altadis	9,1	-1,1%	88%
Otros	1,3	-14,7%	12%
Mercado total	10,4	-2,9%	100%

Millones de euros	9M '05
Ventas económicas:	182,9
Ebitda:	98,8

- 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 posee 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 en 2005, para recoger las últimas recomendaciones:**
 - Comisión de Auditoría y Control
 - Comisión de Nombramientos y Retribuciones
 - Comisión de Estrategia, Ética y Buen Gobierno
 - 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)

30/09/04 30/09/05 Var. %

MERCADO TOTAL ESPAÑOL

Volumen	Rubio	58,0	60,1	+3,1%
	Negro	10,8	9,3	-12,5%
	Total	68,8	69,4	+0,7%
Valor	Rubio	1.227	1.315	+7,2%
	Negro	183	177	-3,4%
	Total	1.410	1.492	+5,8%

MERCADO TOTAL MARROQUÍ

Volumen	Rubio	6,9	7,4	+6,7%
	Negro	3,8	3,0	-20,4%
	Total	10,7	10,4	-2,9%
Valor	Rubio	171	182	+7,7%
	Negro	33	28	-14,2%
	Total	204	210	+4,2%

30/09/04 30/09/05 Var. %

MERCADO TOTAL FRANCÉS

Volumen	Rubio	36,7	37,2	+1,3%
	Negro	4,8	4,2	-12,3%
	Picaduras	5,9	5,9	-0,3%
	Total	47,4	47,3	-0,3%
Valor	Rubio	982	989	+0,7%
	Negro	119	105	-12,3%
	Picaduras	122	129	+6,0%
	Total	1.223	1.223	+0,0%

MERCADO TOTAL ALEMÁN

Cigarrillos (Volumen)	86,5	74,2	-14,2%
------------------------------	-------------	-------------	---------------

MERCADO TOTAL RUSO

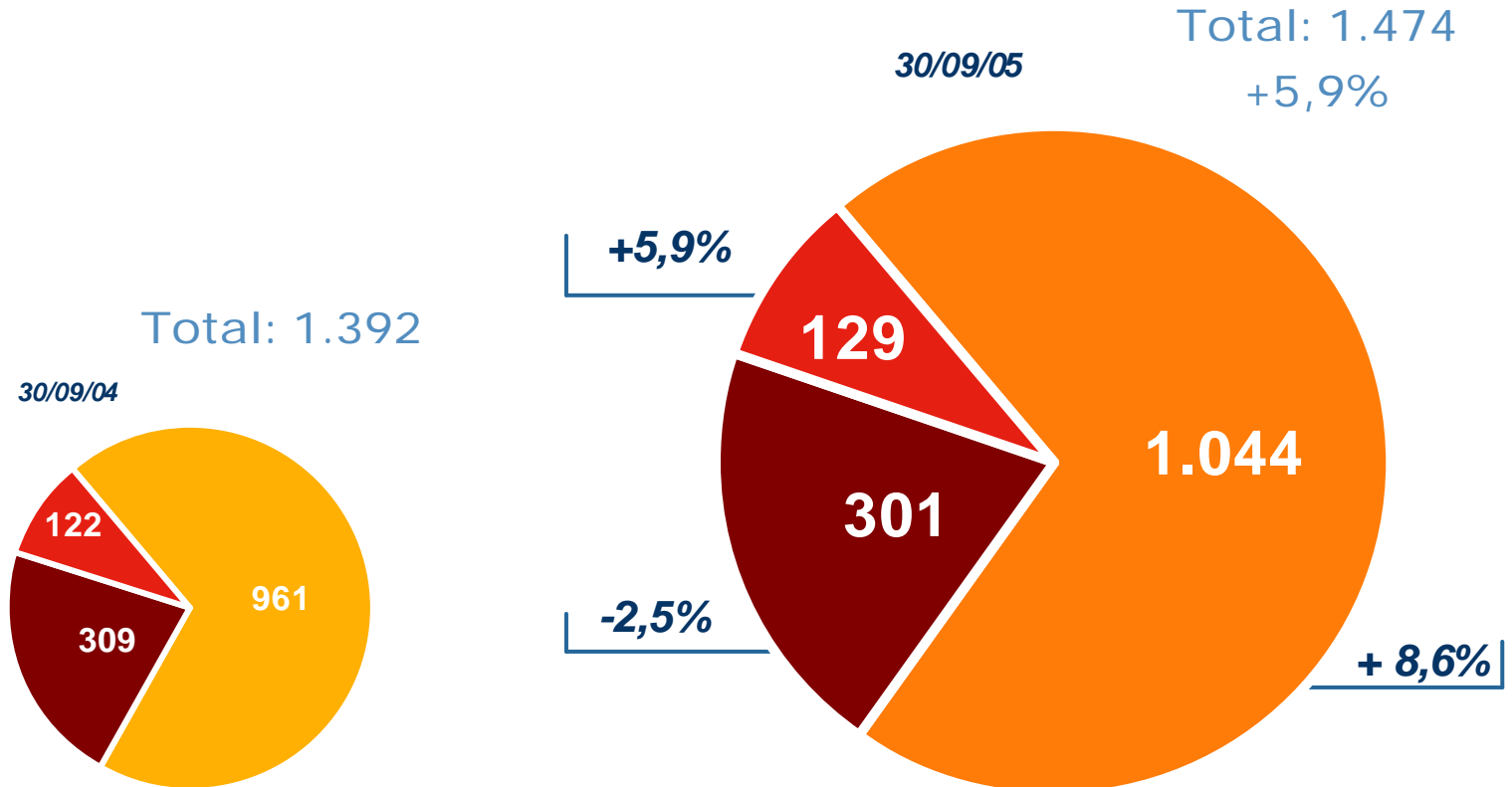
(12 meses hasta 30 de septiembre de 2005)

Cigarrillos (Volumen)	308	330	+7,1%
------------------------------	------------	------------	--------------

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.
Los datos del mercado ruso proceden de Business Analytica

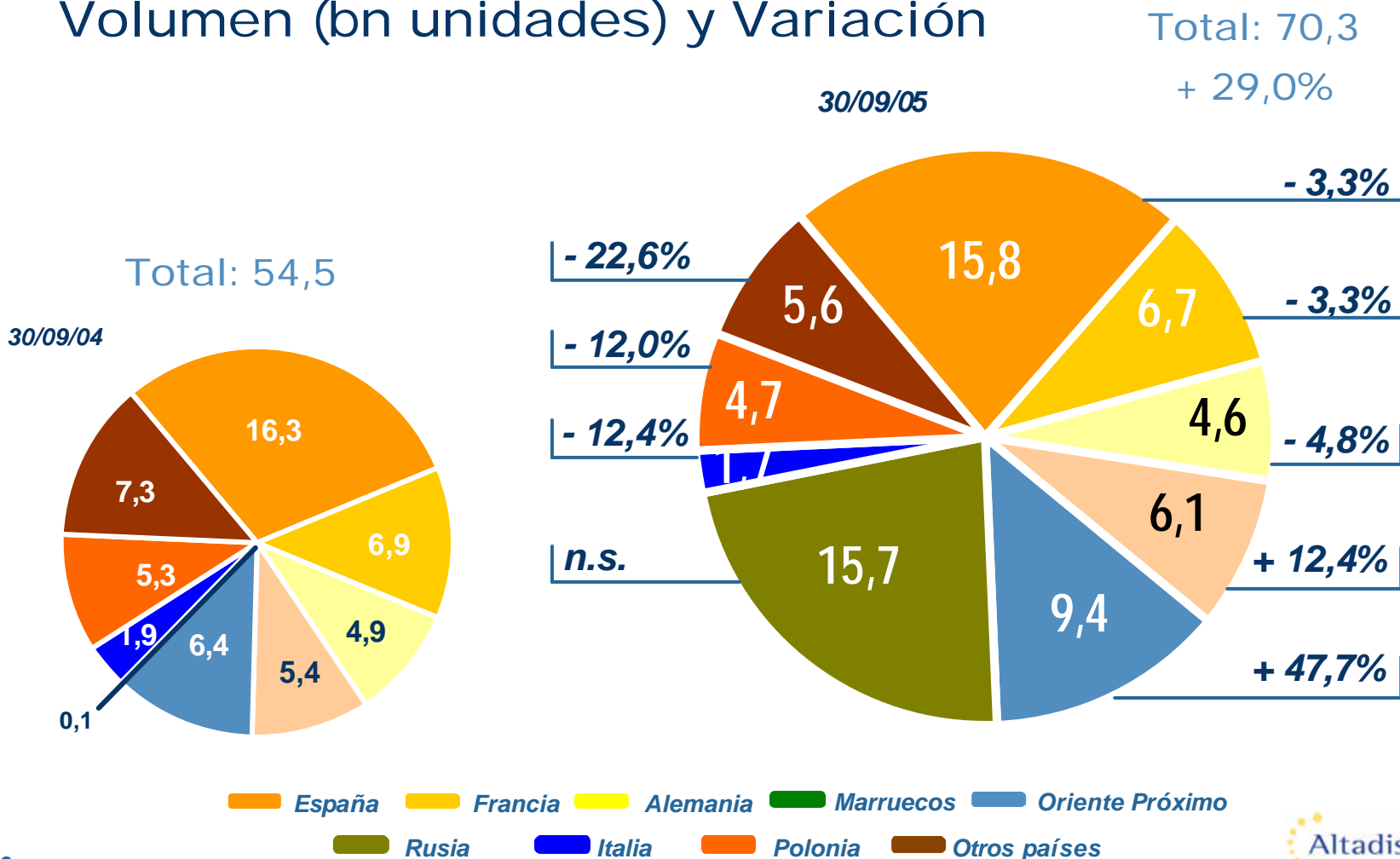
Cigarrillos: Rubios suponen el 71% del total

Segmentos (Millones de euros) y Variación



Volúmenes de cigarrillos rubios: Balkan Star altera la distribución geográfica y la relación de mercados maduros vs. emergentes

Volumen (bn unidades) y Variación



Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

30/09/04 30/09/05 Var. %

VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)

Rubio	54,5	70,3	+29,0%
Negro	17,8	20,7	+16,1%
Picaduras	2,9	2,7	-4,4%

Total 75,2 93,7 +24,6%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)

Gauloises Blondes	15,9	16,8	+5,7%
Fortuna	15,0	14,5	-3,3%

Rubio 30,9 31,3 +1,3%

Ducados	7,5	7,0	-7,4%
Gauloises Brunos	3,7	3,1	-16,9%

Negro 11,2 10,1 -10,6%

30/09/04 30/09/05 Var. %

VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)

España	25,0	23,8	-4,6%
Rusia	0,1	20,9	n.s.
Francia	13,5	12,2	-9,8%
Oriente Próximo	6,3	9,4	+47,9%
Marruecos	9,3	9,2	-1,2%
Alemania	5,3	5,0	-5,0%
Polonia	5,3	4,7	-11,7%
Italia	1,9	1,7	-11,3%
Otros países europeos	4,3	4,5	+6,1%
Otros países	4,2	2,3	-44,7%

Total 75,2 93,7 +24,6%

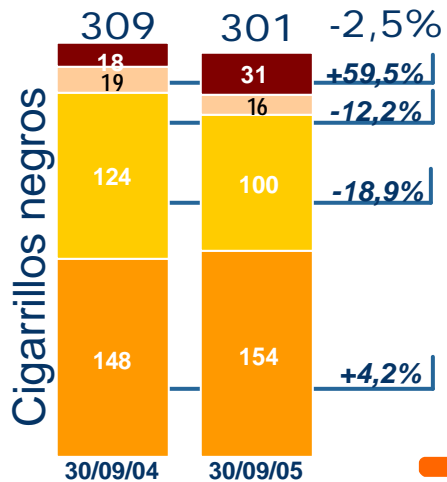
VENTAS POR MERCADOS (mn de euros)

España	454	468	+3,0%
Francia	327	291	-11,1%
Alemania	146	157	+7,4%
Marruecos	109	123	+12,1%
Oriente Próximo	78	104	+33,4%
Rusia	2	70	n.s.
Polonia	36	33	-7,6%
Italia	30	25	-19,0%
Otros países europeos	91	101	+11,6%
Otros países	55	32	-41,5%
Otras ventas	64	70	+10,7%

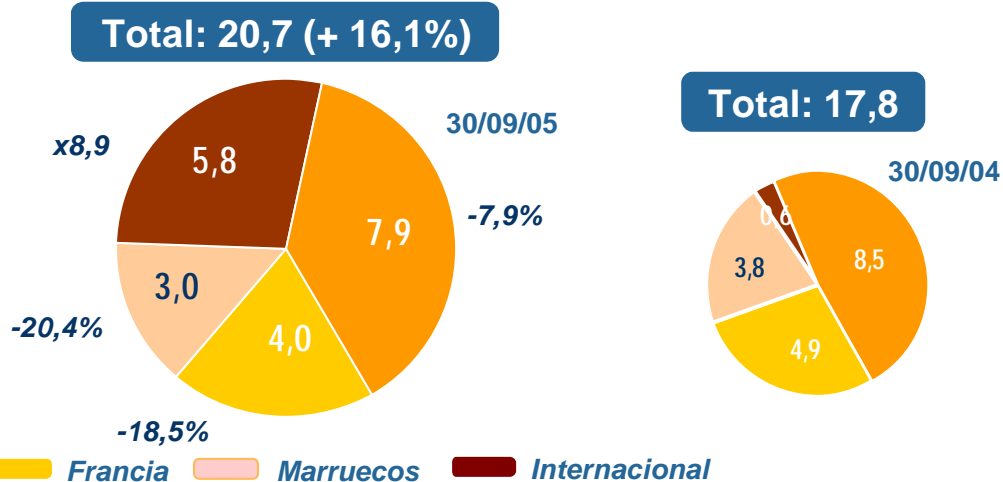
Total 1.392 1.474 +5,9%

Ventas de cigarrillos negros y picaduras

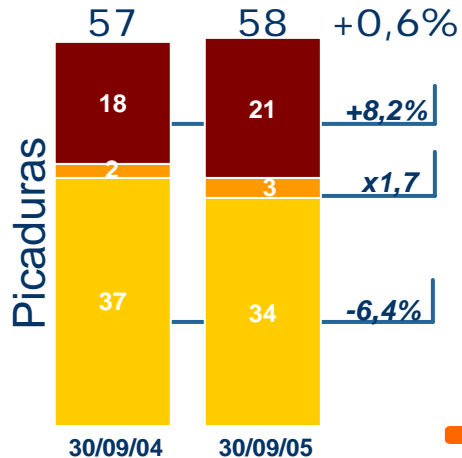
Valor (Millones de euros) y Variación



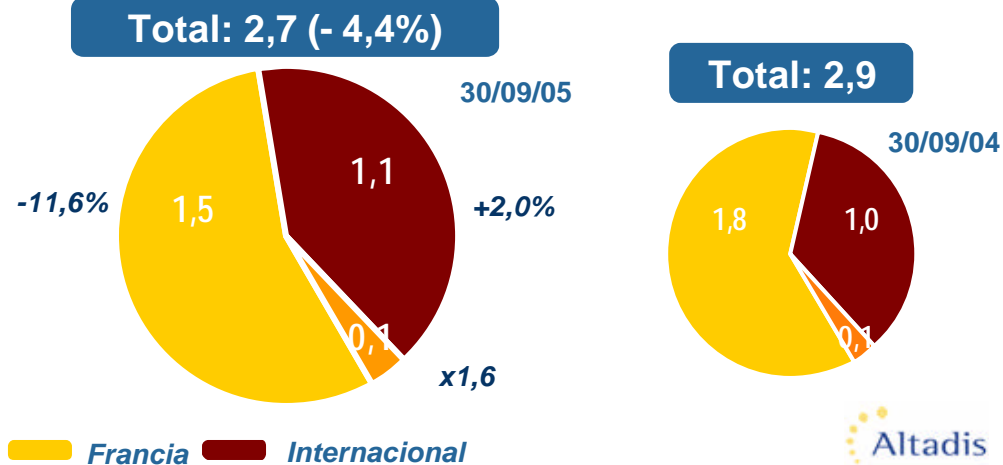
Volumen (bn unidades) y Variación



Valor (€mn) y Variación



Volumen (bn unidades) y Variación

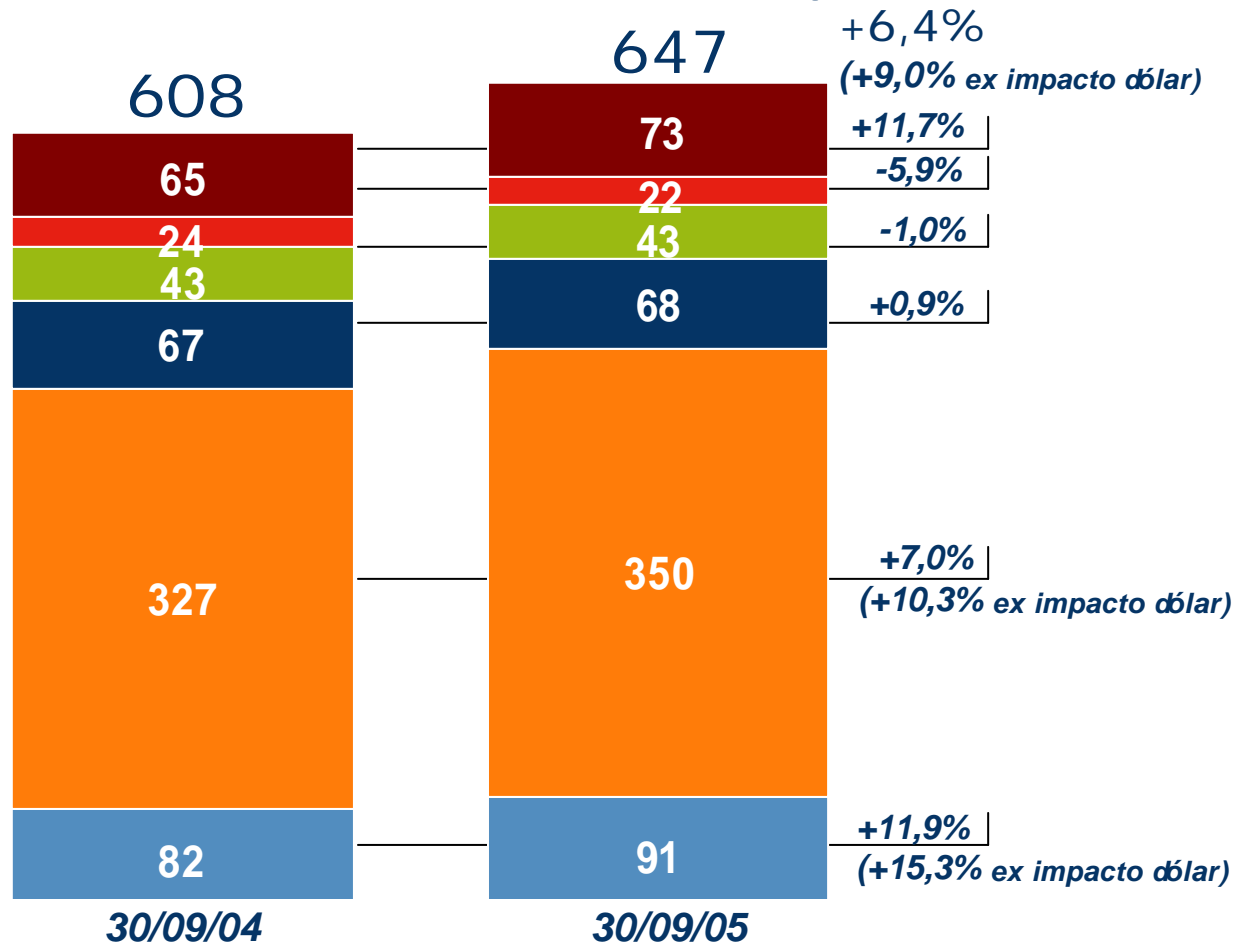


Proyecto de ley del tabaco en España

Situación actual	Proyecto de ley	Principales diferencias
Venta de productos tabaqueros		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Estancos ■ Máquinas expendedoras ⁽¹⁾ ■ Hoteles, Restaurantes, Bares, Pubs, Gasolineras, Kioscos,...(en mostrador) ⁽¹⁾ ■ Duty free (Aeropuertos y Puertos) ■ Compradores mayores de 16 años ■ Muestras y cajetillas de menos de 20 unidades están permitidas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estancos ■ Máquinas expendedoras ⁽¹⁾ ■ Bares & Restaurantes solo pueden vender cigarros de capa natural (Natural y Premium) ■ Duty free (Aeropuertos y Puertos) ■ Compradores mayores de 18 años ■ Muestras y cajetillas de menos de 20 unidades están prohibidas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Venta de cigarrillos en mostrador prohibida ■ Presentaciones de menos de 20 cigarrillos prohibidas
Consumo		
<ul style="list-style-type: none"> ■ El consumo está prohibido en un limitado número de lugares públicos (Transportes públicos, Hospitales,...) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prohibición total de fumar en lugares públicos y lugares de trabajo Excepciones; Hoteles, Bares y Restaurantes: <ul style="list-style-type: none"> ✓ >100m²: Espacio para fumadores permitido hasta un máximo del 30% de la superficie disponible, bajo determinadas condiciones ✓ <100m²: El propietario del establecimiento decidirá si autoriza o no el consumo ■ Otras autorizaciones específicas: Aeropuertos, Teatros, Cines,.... 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prohibición total de fumar en lugares de trabajo ■ Condiciones específicas para Hoteles, Bares y Restaurantes de más de 100m²
Publicidad		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Solo prohibida en la televisión 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prohibición total de publicidad y promoción: <ul style="list-style-type: none"> ✓ TV, radio, periódicos, Internet, patrocinio y publicidad en exteriores ✓ Promoción solo autorizada dentro de los estancos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prohibición total

Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 9,0% excluyendo el impacto del dólar

Valor (Millones de euros corrientes) y Crecimiento

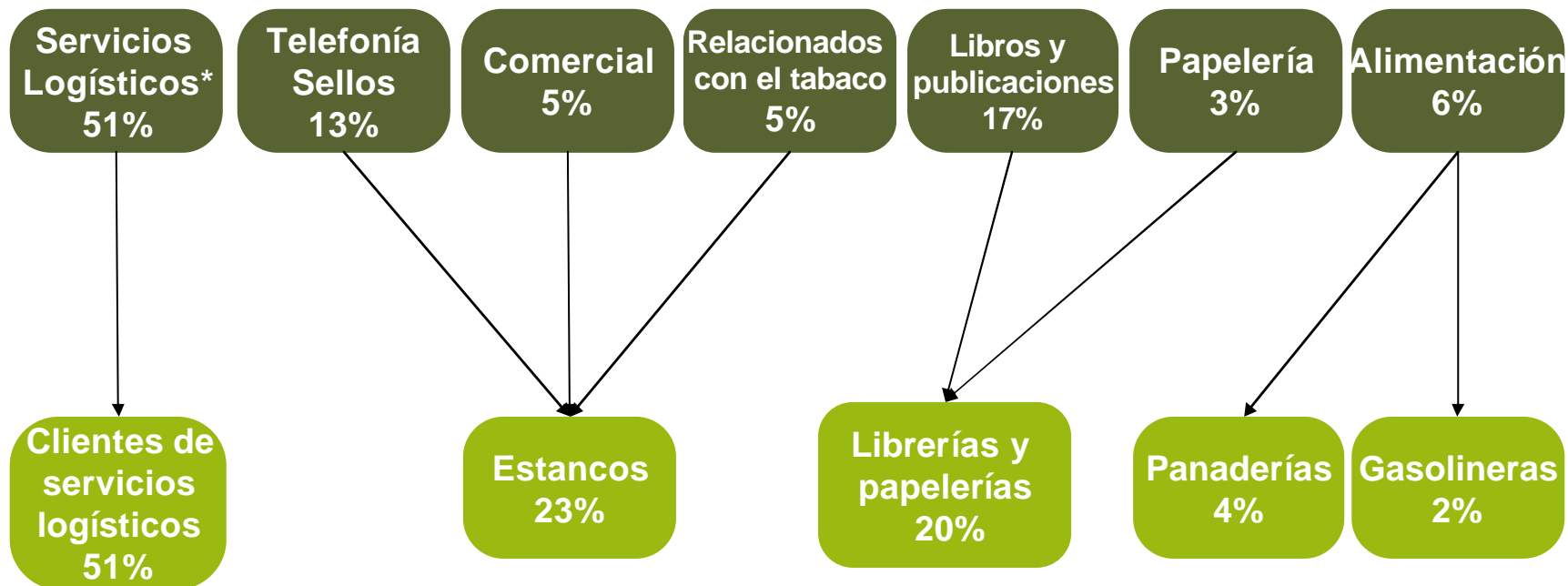


■ **Habanos (50%)**
■ **EE.UU.**
■ **España**
■ **Francia**
■ **Exportaciones**
■ **Otras ventas**

Logística General: productos y canales variados y complementarios

Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la Logística General (no tabaquera) de los primeros nueve meses de 2005

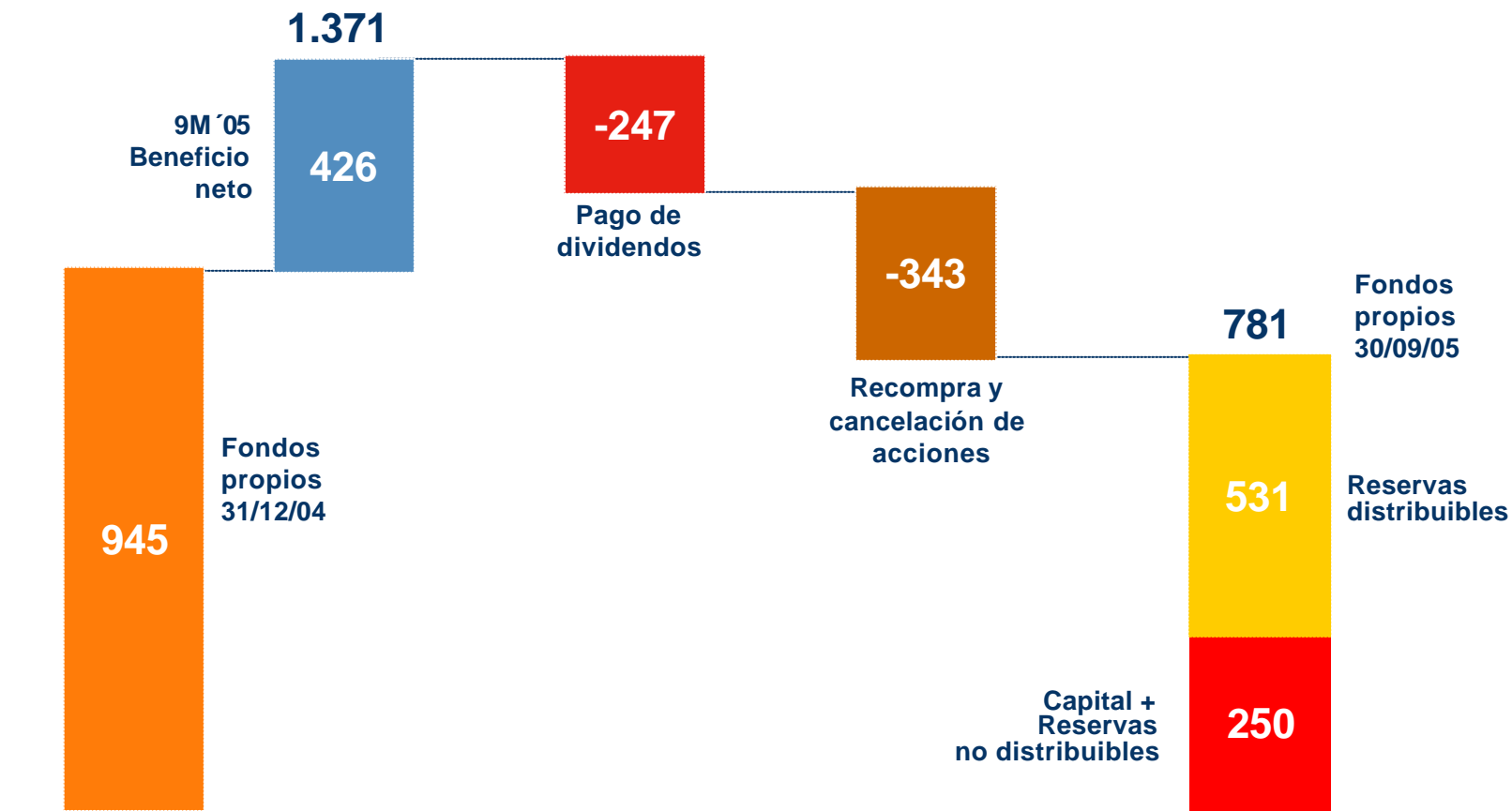
LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES

Los dividendos y la recompra de acciones sitúan las reservas distribuibles de Altadis, S.A. en € 531 millones

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 - 15 mn de dólares
(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta de + 290 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 y de acciones gratuitas por 137 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)

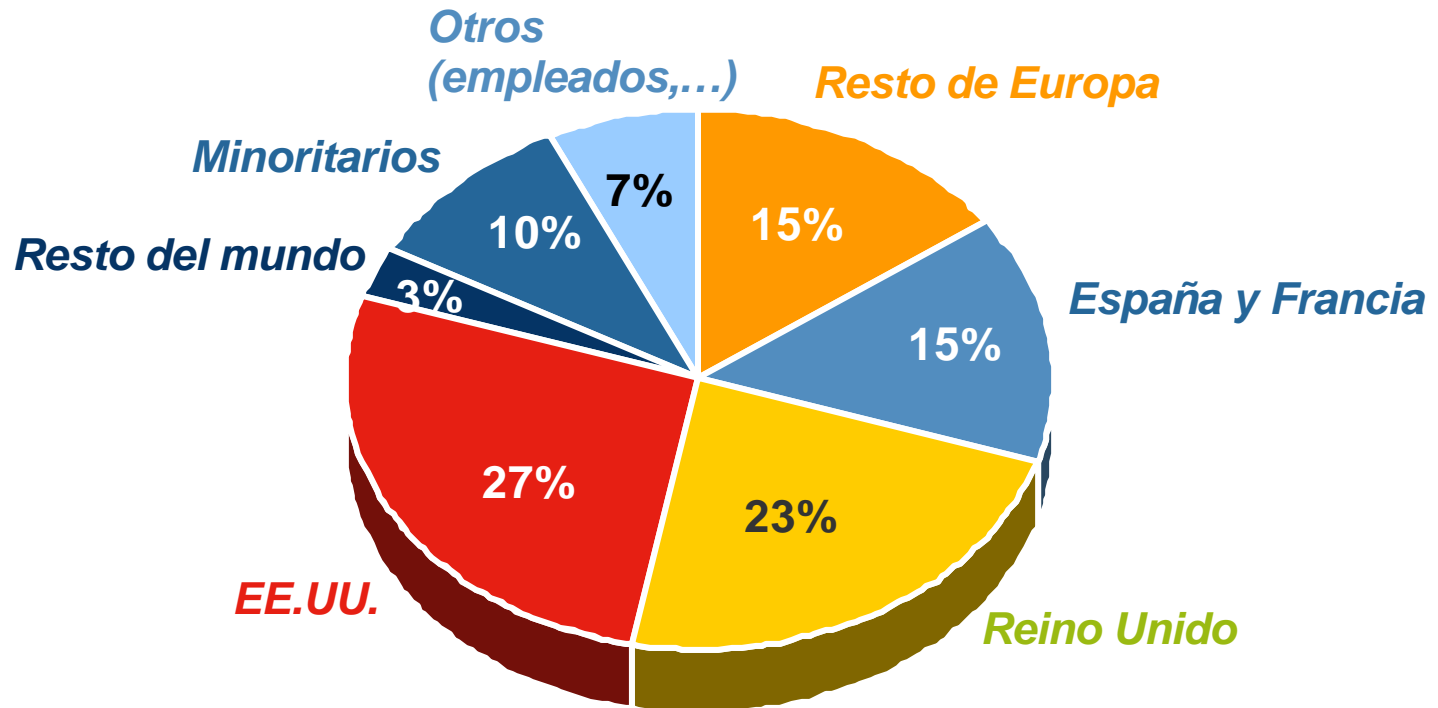
→ Coberturas de tipos de cambio: (1^{er} y 2^o elementos afectan a la cuenta de resultados y los elementos 3^o y 4^o afectan al balance)

- Futuro para compra parcial de tabaco en rama USD a \$1,35€ (cuarto trimestre de 2005)
- Futuro para venta parcial de producto terminado venta de USD a \$1,26/€ (cuarto trimestre de 2005)
- Swap €/USD 251 millones (financiación intra-grupo)
- Futuro de venta de rublos equivalente a €175 millones en 2 años de media

→ Coberturas de tipo de cambio 2006

- Futuro para compra parcial de tabaco en rama USD a \$1,25€
- Futuro para venta parcial de producto terminado venta de USD a \$1,235€

Un accionariado internacional



Aproximadamente 100 inversores representan el 80% del accionariado institucional

Aproximadamente 200.000 accionistas minoritarios

El riesgo de litigios es limitado y cada vez menor

SITUACIÓN DE ALTADIS:

- Casos en curso: 5 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	2004	T1'05	T2'05	T3'05
Cigarette	474,8	458,5	458,3	485,1	1,876,7	468,3	529,2	476,1
Cigar	183,5	212,7	211,8	209,2	817,2	190,1	224,2	232,5
Logistics	190,0	220,7	216,7	234,0	861,4	259,2	303,1	285,6
Others	13,1	10,7	10,4	11,3	45,5	10,1	41,1	58,3
Eliminations	(54,6)	(1,1)	21,4	(9,1)	(43,4)	(42,6)	(36,2)	41,0
Total	806,8	901,5	918,6	930,5	3.557,4	885,1	1.061,4	1.093,5

EBITDA

(Millones de euros)

	T1'04	T2'04	T3'04	T4'04	2004	T1'05	T2'05	T3'05
Cigarette	174,7	160,1	176,7	157,8	669,3	159,9	182,1	162,0
Cigar	36,6	55,9	60,7	55,6	208,8	46,0	61,5	75,2
Logistics	46,4	76,2	70,4	64,3	257,3	58,4	90,6	81,8
Others	(7,1)	(12,7)	(11,1)	1,2	(29,7)	(9,9)	(2,8)	3,8
Eliminations	(22,2)	4,8	15,8	(0,4)	(2,0)	(12,1)	(17,9)	30,3
Total	228,4	284,3	312,5	278,5	1.103,7	242,3	313,5	353,1