

14 de mayo de 2003

**ALTADIS MANTIENE SU CRECIMIENTO
EL EBITDA AUMENTA UN 6,4%
EN EL PRIMER TRIMESTRE
El beneficio por acción sube un 9,8%**

La Comisión Ejecutiva del Grupo Altadis, reunida ayer, 13 de mayo, ha examinado los resultados del Grupo correspondientes al primer trimestre del año 2003.

MAGNITUDES FINANCIERAS

Altadis comienza el año 2003 con todos los indicadores clave en tendencia ascendente, tras tres años de crecimiento continuado, a pesar de los acontecimientos perturbadores que han tenido lugar en el mundo y en el sector.

En el primer trimestre de este año, las ventas económicas de Altadis han crecido un 6,4%; el Ebitda también un 6,4%, el beneficio de explotación un 10,0%, el beneficio neto un 7,1% y el beneficio por acción un 9,8%.

Durante este primer trimestre de 2003, las ventas económicas del Grupo han crecido hasta 751 millones de euros, frente a los 706 millones de euros del primer trimestre de 2002. Las ventas han recibido, hasta cierto punto, el impacto del tipo de cambio del dólar: a moneda constante, el crecimiento habría sido de un 11,3%.

En cuanto al negocio de cigarrillos, las ventas económicas han alcanzado 407 millones de euros, mostrando un importante crecimiento del 8,6%.

Por lo que se refiere a cigarrillos, las ventas económicas han crecido un 9,8% excluyendo el efecto del tipo de cambio del dólar. Un alto porcentaje de las ventas de cigarrillos se efectúa en dólares, por lo que la influencia del tipo de cambio en las ventas en euros es significativa, habiendo disminuido éstas un 5,9% hasta 163 millones de euros.

Las ventas económicas del negocio de logística han obtenido un notable crecimiento del 23,4% hasta 193 millones de euros, propiciado tanto por el crecimiento orgánico de sus actividades como por las adquisiciones efectuadas, en particular la del Grupo Bungal, consolidado desde el 1 de marzo de 2002.

Durante este primer trimestre, con un Ebitda de 224 millones de euros (frente a 210 millones de euros en 2002), Altadis ha mantenido un margen de Ebitda del 30%.

El Ebitda del negocio de cigarrillos ha obtenido un crecimiento muy notable del 19,4%, cifra favorecida por el efecto de la recuperación de inventarios, por encima del promedio previsto para el año. En cuanto al negocio de cigarrillos, y con el fuerte énfasis puesto sobre su política de control de gastos, el crecimiento del Ebitda ha sido del 29,2%, sin incluir el impacto del tipo de cambio del dólar, y del 3,4% en euros. En logística, el Ebitda ha crecido un 7,3%, habiendo recibido la positiva contribución del Grupo Bural. El efecto positivo del plan de reestructuración completado en 2002 y de las sinergias obtenidas sigue reflejándose en los resultados del Grupo. Así, en el año completo de 2003 se obtendrán unos ahorros adicionales superiores a los 40 millones de euros.

Los gastos financieros son más altos que el año anterior, 14,5 millones de euros frente a los 5,9 de 2002. El incremento se debe a una pérdida en el cambio frente al dólar que afecta a diversas partidas del balance de situación. Los gastos financieros *per se* son el resultado de una deuda neta de 1.109 millones de euros a 31 de marzo de 2003 (frente a los 1.086 millones de euros registrados a 31 de diciembre de 2002) y un descenso en los tipos de interés.

La amortización del fondo de comercio se mantiene al mismo nivel que el año anterior, con influencias divergentes de las adquisiciones (Grupo Bural, acciones de Seita) y del tipo de cambio del dólar.

La contribución de las empresas Asociadas, consolidadas por puesta en equivalencia, ha crecido significativamente hasta 6 millones de euros frente a los 2 millones de euros de 2002 debido, fundamentalmente, a los mejores resultados procedentes de las dos principales sociedades incluidas, Iberia y Aldeasa.

El importe de los resultados extraordinarios es reducido, -4,1 millones de euros, siendo comparable al del año anterior.

La cifra del impuesto sobre sociedades es de -50,6 millones de euros, frente a los -43,5 millones de euros de 2002. Como estaba previsto, la tasa impositiva efectiva de 2003, 29,9%, es mayor que la de 2002, debido a que durante el pasado año el Grupo obtuvo algunos beneficios fiscales aislados.

Los intereses minoritarios, por importe de -8,4 millones de euros, provienen básicamente de Logista, tras haberse completado, el pasado mes de enero de 2003, la compra de la totalidad de las acciones de Seita.

Comunicado



El beneficio neto correspondiente al primer trimestre de 2003 ha sido de 94 millones de euros, lo que supone un aumento del 7,1%.

En el marco de su programa anual de adquisición de junio a junio de hasta el 5% de sus acciones propias, Altadis ha recomprado acciones regularmente durante el año. A finales de marzo, el Grupo poseía una autocartera del 4,1%.

Consecuentemente, el beneficio por acción, teniendo en cuenta el número medio de acciones en circulación, ha crecido un 9,8%.

El Consejo de Administración propondrá, para su aprobación en la próxima Junta General de Accionistas del 10 de junio de 2003, el pago de un dividendo de 70 céntimos de euro por acción, de los cuales el 24 de marzo de 2003 se abonó un dividendo a cuenta por importe de 31 céntimos de euro y está previsto el pago de un dividendo complementario por importe de los 39 céntimos de euro restantes el 23 de junio de 2003.

OPERACIONES

Cigarrillos: las ventas económicas de cigarrillos rubios crecen un 13,7%

Durante el primer trimestre de 2003, las ventas económicas del negocio de cigarrillos, que representan el 54% de las totales del Grupo, han crecido el 8,6%. Las ventas de rubio, un 64% de las ventas totales de cigarrillos, muestran una evolución muy notable, con un crecimiento del 13,7% debido especialmente a las ventas internacionales. Las ventas de cigarrillos negros reflejan una fuerte reacción inicial a las subidas de precios de principio de año, subidas que han compensado la mayor parte del descenso en volúmenes, por lo que las ventas en valor descienden solamente un 2,6%.

Durante este primer trimestre del año, la evolución de las ventas internacionales de cigarrillos rubios ha sido excepcional, con un crecimiento muy alto de las ventas del 72%, desde 30 a 52 millones de euros. Esta evolución, que hasta cierto punto se ve favorecida por una base comparativa relativamente baja, también se deriva de los resultados muy positivos, en especial los obtenidos en Oriente Próximo.

En España, las ventas de cigarrillos rubios se han incrementado un 14% hasta 103 millones de euros, debido a unas ventas casi estables sumadas a una recuperación de inventarios en el negocio de logística. El mercado total de cigarrillos ha permanecido estable, con un incremento del 4,2% en el segmento de rubios. Mientras tanto, Altadis, que todavía se enfrenta a una dura competencia, tiene una cuota del 28,6% en el mercado de cigarrillos rubios.

RELACIONES CON INVERSORES
CONTACTOS

Stanislas VRLA
Director de Relaciones con Inversores
TEL : 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
TEL : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 92 91
E-mail : paozalla@altadis.com

En Francia, debido a que los precios de venta al público de los cigarrillos rubios aumentaron el 6 de enero una media del 9%, el mercado de cigarrillos rubios cayó el 8%, fuerte reacción inicial a esta subida que ha superado todas las expectativas. Para Altadis, sin embargo, la subida de precios y el crecimiento de la cuota de mercado – de 1,5 puntos, hasta el 18,5% –, han derivado en un incremento de las ventas del 3,8% hasta 62 millones de euros. La marca *News* ha obtenido un éxito especialmente significativo durante este trimestre con un crecimiento de 1,9 puntos porcentuales hasta el 4,8%.

En Alemania, el mercado también ha reaccionado negativamente (-7%) al incremento de 1 céntimo de euro por cigarrillo el 1 de enero, debido a los impuestos; incremento que también tuvo lugar en 2002 aunque con efecto contrario. No obstante, la marca *Gauloises Blondes* ha ganado cuota de mercado hasta el 5,0%. Las ventas de Altadis en este mercado han disminuido sólo un 3,5% hasta 30 millones de euros.

Ha sido un trimestre excepcional para *Gauloises Blondes*, la marca estrella del Grupo, ya que las ventas totales han crecido un 10,9 %, hasta 85 millones de euros, mejorando incluso tendencias anteriores. Las ventas internacionales de la marca se han incrementado un 21,8% hasta 57,4 millones de euros. La cuota de mercado ha aumentado tanto en Austria, hasta un 7,8%, como en los países del Benelux. *Gauloises Blondes* es también una de las marcas que están propiciando el crecimiento en Oriente Próximo. Al mismo tiempo, las operaciones de Altadis en Corea, con resultados muy alejados de los objetivos, han cesado su actividad.

2002 fue el año del lanzamiento de *Fortuna* en Italia, lo que ha supuesto un nuevo paso en la internacionalización de la marca. Durante este primer trimestre se ha registrado una cuota de mercado del 1,4%. En el mercado francés, en el que la marca ha crecido de forma significativa durante los últimos años, la cuota de mercado asciende al 1,7%, ligeramente por encima del año pasado. En España, las acciones de marketing llevadas a cabo durante el pasado año, con nuevo diseño del *packaging* y nueva campaña publicitaria, continúan siendo implantadas con el fin de asegurar la cuota de mercado de la marca.

Una vez más, Altadis ha continuado con su política de efectuar fuertes subidas de los precios de sus cigarrillos negros. En Francia, dicha subida ha sido del 19%, en parte provocada por el incremento del impuesto mínimo, por lo que los precios de los cigarrillos negros se encuentran ahora al mismo nivel que los de rubio. La reacción inicial del mercado refleja un marcado descenso de las ventas en volumen del 20,7%. En España, la subida de precios ha sido del 13%. En este mercado, la reacción inicial también ha sido pronunciada e intensificada por la acumulación de inventarios del canal minorista previa a la mencionada subida de precios. De esta forma, las ventas totales en volumen de cigarrillos negros en España han disminuido un 18,5%, variación asimismo influida por una alta base comparativa derivada de la acumulación de inventarios de 2002. Sin embargo, la conclusión final es que las ventas totales en valor de los cigarrillos negros de Altadis han reflejado un reducido descenso del 2,6%.

El Ebitda del negocio de cigarrillos ha crecido un 19,4% hasta 142,4 millones de euros y el margen de Ebitda ha crecido 3,2 puntos porcentuales, hasta el 35%. Los precios, las ventas en volumen del segmento de rubios, las mejoras de cuotas de mercado en la mayoría de mercados, los ahorros procedentes del plan de reestructuración y la recuperación de inventarios han sido los factores que han propiciado este crecimiento.

Cigarros: resultados muy buenos en Estados Unidos, parcialmente ralentizados por la fuerte variación del tipo de cambio en el dólar

El negocio de cigarros, que representa el 21% de las ventas totales del Grupo, ha tenido unos resultados muy positivos en el mercado estadounidense, en el que Altadis es número uno y que supone el 61% de las ventas de cigarros del Grupo.

Altadis ha planteado durante 2002 acertadas iniciativas de incrementos de precios y de lanzamientos de nuevos productos en el segmento de *mass market*, que han propiciado un significativo impulso evidenciado en este primer trimestre. Adicionalmente, se han introducido nuevas iniciativas de marketing para mantener esta dinámica. En el segmento *premium*, un crecimiento de las ventas en volumen y en valor en dólares, muy especialmente en el primer trimestre por parte de una de nuestras marcas estrella, Romeo y Julieta, reflejan la vuelta de este segmento a tendencias más estables. Consecuentemente, las ventas en dólares en EE.UU. han crecido un 17,1%. Evidentemente, las cifras consolidadas muestran la fuerte influencia del tipo de cambio del dólar, por lo que las ventas en euros han disminuido un 4,3%, hasta 100 millones de euros.

Las ventas de cigarros en Europa han mejorado ligeramente en un 0,8% hasta 31 millones de euros, con un pequeño crecimiento en Francia y un limitado descenso en España, donde se ha lanzado en marzo una nueva marca para hacer frente a la debilidad identificada en 2002. La nueva marca, llamada Dux, es una oferta a un precio competitivo para los fumadores del segmento de puritos. Las ventas de cigarros cubanos, con una reducción del 7,0% en dólares, reflejan claramente la relación de estas ventas con el entorno internacional y económico.

Las ventas totales de cigarros han crecido un 9,8%, sin incluir la influencia del tipo de cambio del dólar, mientras que en euros han disminuido un 5,9%, hasta 163 millones de euros.

Los resultados de la División han sido muy positivos, ya que el Ebitda ha crecido un 29,2%, sin incluir la influencia del tipo de cambio del dólar, y en euros ha subido un 3,4%, hasta 36,6 millones de euros. El margen de Ebitda ha aumentado en 2 puntos porcentuales, hasta el 22,4%. Las operaciones en Estados Unidos han constituido el mayor factor de crecimiento, con una combinación de crecimiento de ventas en volumen y subidas de precios.

Logística: perímetro y crecimiento orgánico

RELACIONES CON INVERSORES
CONTACTOS

Stanislas VRLA
Director de Relaciones con Inversores
TEL : 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
TEL : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 92 91
E-mail : paozalla@altadis.com

Las cifras de la División de Logística, que representa el 25% de las ventas del Grupo, reflejan, por última vez, la importante influencia de la adquisición del Grupo Bungal en el perímetro de consolidación, además del crecimiento orgánico. Las ventas económicas han crecido un 23,4%, hasta 193 millones de euros, y un 6,1% sin incluir el impacto del perímetro de consolidación.

Las actividades de la logística general (no tabaquera) representan ahora el 59% de las ventas económicas totales del negocio de logística y han crecido un 44,7%, hasta 113 millones de euros. La adquisición del Grupo Bungal, incluido en el perímetro de consolidación desde marzo de 2002, explica la mayor parte de este crecimiento. Sin la influencia de las diferentes adquisiciones en el perímetro de consolidación, el crecimiento ha sido del 10,1%.

Como es habitual, los precios y volúmenes han sido los principales factores de crecimiento de la actividad logística tabaquera. El total de las ventas económicas en España, Francia y Portugal ha aumentado un 2,1%, hasta 79 millones de euros. El mercado total en España ha permanecido prácticamente estable mientras que el mercado francés ha disminuido un 9%. Sin embargo, las subidas de precios en Francia, unidas al impacto que éstas han provocado sobre los inventarios, han permitido un crecimiento de ventas en este mercado. En enero se han renovado por tres años más los contratos de distribución de tabaco con todos nuestros clientes en Francia. En España se ha hecho con uno de nuestros principales clientes en la fecha correspondiente de renovación del contrato.

El Ebitda de la totalidad del negocio de logística ha crecido un 7,3%, hasta 54 millones de euros. La División obtiene un alto margen de Ebitda, el 28,1%, cercano al promedio del Grupo, a pesar del efecto dilutivo de la expansión en las actividades de la logística general.

PERSPECTIVAS

En un entorno inestable, los resultados de Altadis durante el primer trimestre de 2003 son considerablemente notables. El crecimiento de las ventas, del 6,4%, excede cotas de crecimiento anteriores del Grupo y el incremento del Ebitda se encuentra en línea con esta cifra. El beneficio por acción ha aumentado en una cifra cercana al 10%.

Estos resultados apoyan la perspectiva del Grupo de obtener un crecimiento significativo de su rentabilidad en el año 2003.

Cuentas de resultados

<i>(Millones de euros)</i>	Primer Trimestre 2002	Primer Trimestre 2003	Variación 2003/2002
Ventas Económicas	705,8	751,3	+ 6,4%
EBITDA (Flujo de Caja de Explotación)	210,2	223,6	+ 6,4%
EBITA	180,9	196,4	+8,6%
Beneficio de Explotación (EBIT)	170,7	187,8	+ 10,0%
Resultados Financieros	(5,9)	(14,5)	+ 145,8%
Amortización del Fondo de Comercio	(22,3)	(22,3)	+ 0,0%
Filiales por Puesta en Equivalencia	2,0	6,0	+ 200,0%
Resultados Extraordinarios	(3,7)	(4,1)	+ 10,8%
Beneficios Antes de Impuestos	140,8	152,9	+ 8,6%
Impuesto sobre Sociedades	(43,5)	(50,6)	+ 16,3%
Intereses Minoritarios	(9,5)	(8,4)	- 11,6%
Beneficio Neto del Grupo	87,8	93,9	+ 7,1%
Beneficio por Acción (céntimos de euro)	0,29	0,32	+ 9,8%
Número medio de acciones (millones)*	300,9	293,5	- 2,5%

* Número medio de acciones = promedio de (total de acciones - acciones propias)

Ventas económicas y Ebitda por trimestres

<i>Ventas económicas (Millones de euros)</i>	1er trimestre 2002	2º trimestre 2002	3er trimestre 2002	4º trimestre 2002	Total Año 2002	1er trimestre 2003
<i>Cigarrillos</i>	374,4	438,3	419,1	457,0	1.688,8	406,5
<i>Cigarros</i>	173,5	201,3	199,8	180,6	755,2	163,2
<i>Logística</i>	156,1	194,1	184,0	206,5	740,7	192,7
<i>Otros y ajustes</i>	1,8	-0,8	-7,1	3,5	-2,6	-11,1
Total	705,8	833,0	795,6	847,5	3.182,1	751,3

<i>Ebitda (Millones de euros)</i>	1er trimestre 2002	2º trimestre 2002	3er trimestre 2002	4º trimestre 2002	Total Año 2002	1er trimestre 2003
<i>Cigarrillos</i>	119,3	143,0	151,1	158,2	571,7	142,4
<i>Cigarros</i>	35,4	48,3	51,6	36,5	171,8	36,6
<i>Logística</i>	50,5	57,4	58,9	64,3	231,1	54,2
<i>Otros y ajustes</i>	5,0	-1,6	2,0	-8,8	-3,5	-9,5
Total	210,2	247,1	263,5	250,2	971,1	223,7

RELACIONES CON INVERSORES
CONTACTOS

Stanislas VRLA
Director de Relaciones con Inversores
TEL : 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
TEL : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 92 91
E-mail : paozalla@altadis.com

Comunicado



INVESTISSEURS - INVESTORS - INVERSORES

RELACIONES CON INVERSORES
CONTACTOS

Stanislas VRLA
Director de Relaciones con Inversores
TEL : 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
TEL : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 92 91
E-mail : paozalla@altadis.com