









# Resultados Nueve Primeros Meses 2002

Jueves, 14 de noviembre de 2002



[www.altadis.com](http://www.altadis.com)

 <b>Magnitudes Principales</b>	<b>página 4</b>
 <b>Reestructuración y Sinergias</b>	<b>página 6</b>
 <b>Cigarrillos</b>	<b>página 7</b>
 <b>Cigarros</b>	<b>página 18</b>
 <b>Logística</b>	<b>página 24</b>
 <b>Magnitudes Financieras</b>	<b>página 29</b>
 <b>Conclusiones</b>	<b>página 35</b>
 <b>Apéndices</b>	<b>página 39</b>



## *Se confirman los objetivos del año*

- Los resultados del tercer trimestre y los nueve primeros meses de 2002 superan las expectativas del mercado
- La evolución de los negocios es comparable al primer semestre pero con mejores resultados
- Nueve primeros meses de 2002:
  - ✍ **Crecimiento de las Ventas Económicas del 4,1% hasta 2.335 millones de euros**
  - ✍ **Crecimiento del Ebitda del 9,0% hasta 721 millones de euros**
  - ✍ **Crecimiento del Beneficio Neto del 21,6% hasta 327 millones de euros**

# Magnitudes Principales

	<b>Cigarrillos 53% (*)</b>	<b>Cigarros 25% (*)</b>	<b>Logística 23% (*)</b>
<b>Posición en el Mercado</b>	Nº 3 en Europa Occidental Nº 1 en España Nº 2 en Francia Nº 4 en Alemania	Nº 1 Mundial Nº 1 en USA Nº 1 en España nº 1 en Francia	150.000 puntos de venta en Europa Occidental
<b>Volumen</b>	75,4 bn de unidades (**)	2.391 mn de unidades	€ 5.448 mn (***)
<b>Ventas Económicas (crecimiento)</b>	€ 1.232 mn (+1,9%)	€ 575 mn (+1,0%)	€ 534 mn (+24,5%)

	<b>3er Trimestre 2002</b>	<b>9 Meses 2002</b>	
<b>Grupo (€ mn)</b>	Ventas Económicas	€ 796 mn (+2,2%)	€ 2.335 mn (+4,1%)
	EBITDA	€ 264 mn (+12,1%)	€ 721 mn (+9,0%)
	Beneficio Neto	€ 123 mn (+33,2%)	€ 327 mn (+21,6%)
<b>Plantilla</b>	<b>21.024</b>		

# Magnitudes Principales del Tercer Trimestre

## Cigarrillos

**+1,3%**

+ 6.1 % sin incluir impacto de ajustes de inventarios

## Cigarros

**-1,1%**

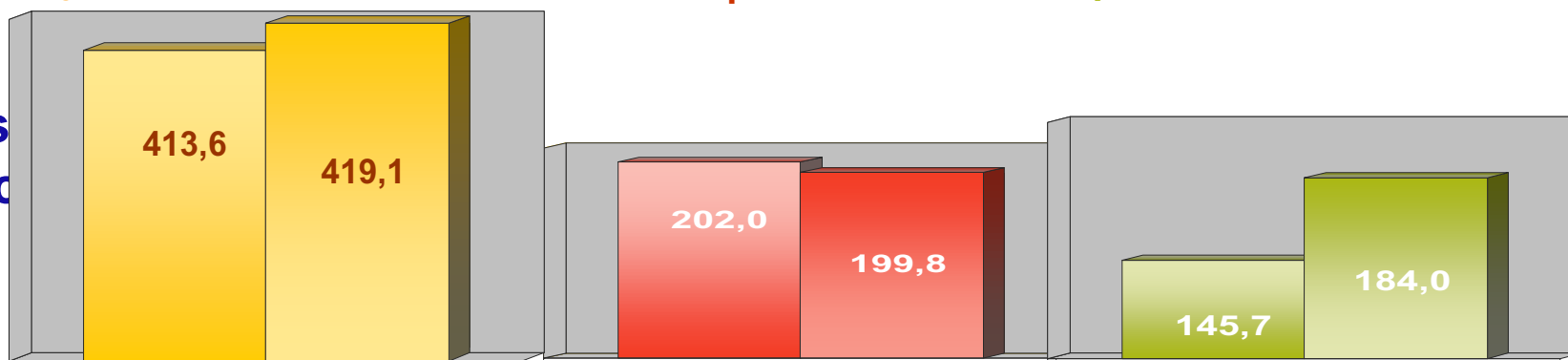
+5.8 % sin incluir impacto del tipo de cambio

## Logística

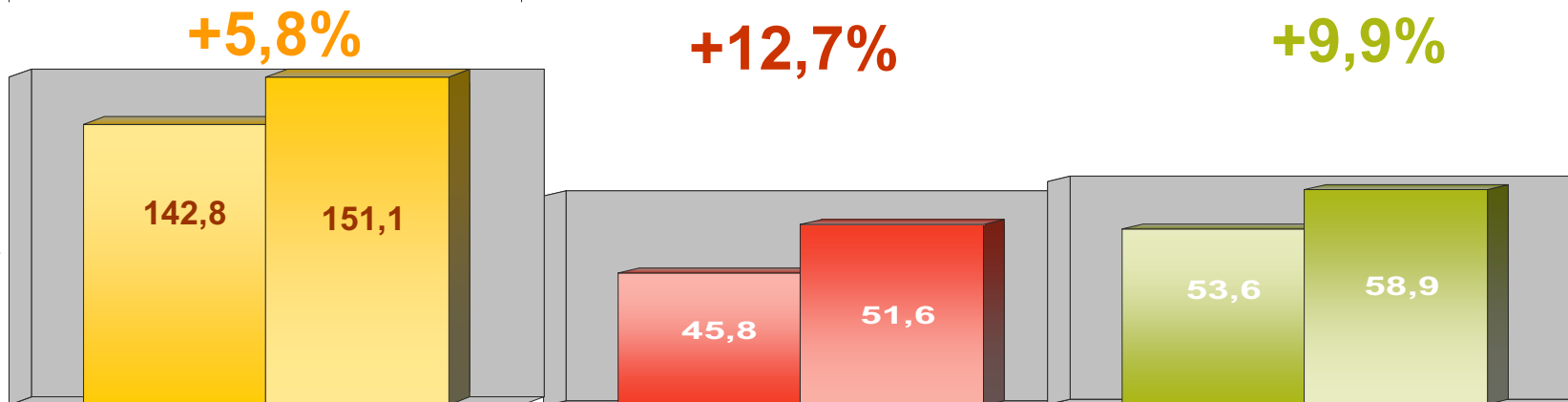
**+26,3%**

+ 7,5% sin incluir impacto del perímetro de consolidación

Ventas Económicas



Ebitda





## *Reestructuración y Sinergias mejoran los costes en € 164 millones*

### **LA REESTRUCTURACIÓN APORTARÁ BENEFICIOS DE 83 MILLONES DE EUROS**

- † **2001 - 2002: Implementación de una importante reestructuración en España**
- † **Reducción total de plantilla de alrededor de 2.000 empleados para finales del año 2002. La reducción asciende a 1.604 a finales de octubre.**
- † **Coste total de 316 millones de euros, totalmente provisionado a principios del año 2000**
- † **Beneficios recurrentes totales de a partir de 83 millones de euros  
(2001: 24; 2002e: 52; 2003e: 83)**

### **LAS SINERGIAS APORTARÁN BENEFICIOS DE 81 MILLONES DE EUROS**

- † **Ahorros recurrentes estimados totales de 81 millones de euros a partir de 2003 (2000: 33; 2001: 48; 2002e: 67; 2003e: 81).**
- † **Resultados previstos en línea con las estimaciones iniciales**
- † **2000-2001: Fusión de las compañías en EEUU, compras y procesos, infraestructuras comerciales y de oficinas centrales**
- † **2002: Sistemas informáticos, otros beneficios procedentes de las compras y procesos y optimización de las infraestructuras organizativas**



## CIGARRILLOS

**El negocio de cigarrillos combina el desarrollo de las principales marcas, internacionalización y capacidad de incrementar precios**

**53% de las ventas económicas del Grupo**

**57% del Ebitda del Grupo**

**Margen de Ebitda: 33,6% de las ventas económicas (+0,6 puntos)**

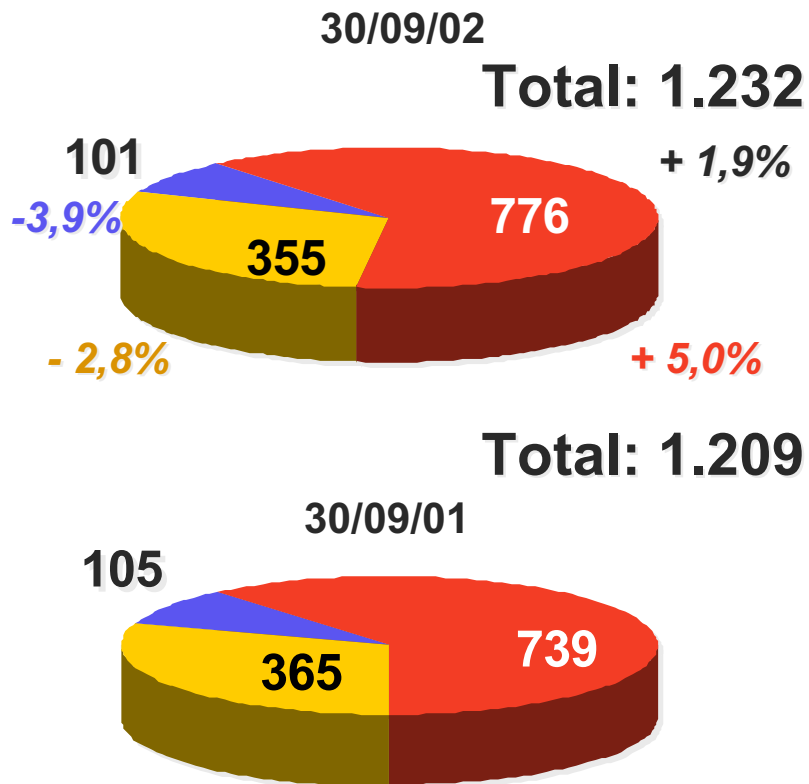
- Globalización de Gauloises Blondes en el segmento *sub-premium*.
- Desarrollo regional de Fortuna en el segmento de valor (España, Francia, Italia).
- Uso táctico de las marcas locales (News, Nobel, Fox, Spike, Fine, Gitanes, ...).
- Estrategia de rentabilización «cash cow» de los cigarrillos negros (Gauloises Dark, Ducados).
- Atentos a nuevas oportunidades de adquisición.



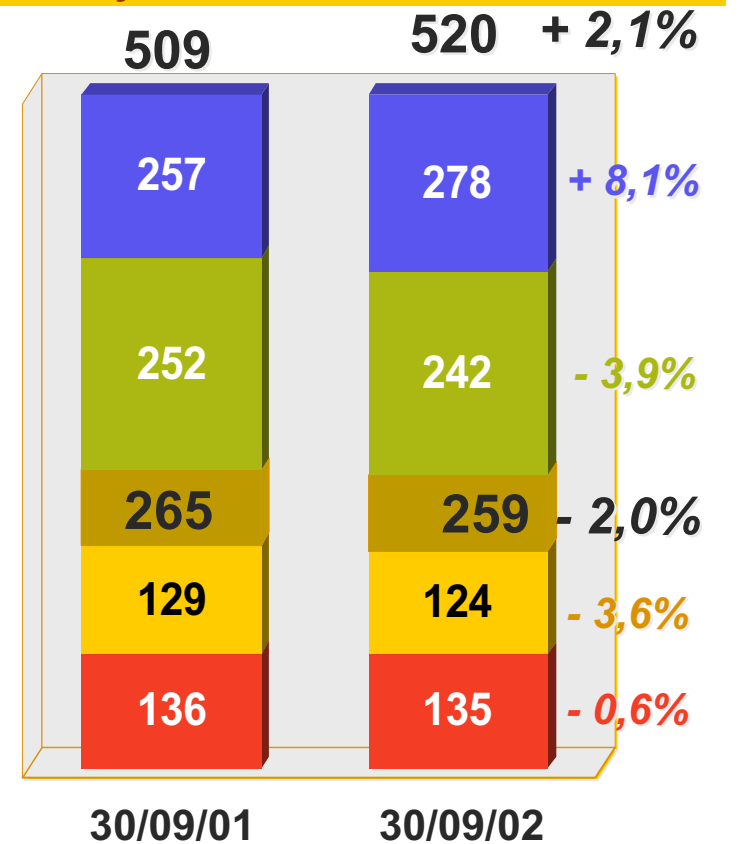
# CIGARRILLOS

## Crecimiento de las ventas económicas del 1,9%

Segmentos (€mn)  
y Crecimiento 2001-2002



Principales Marcas (€mn)  
y Crecimiento 2001-2002



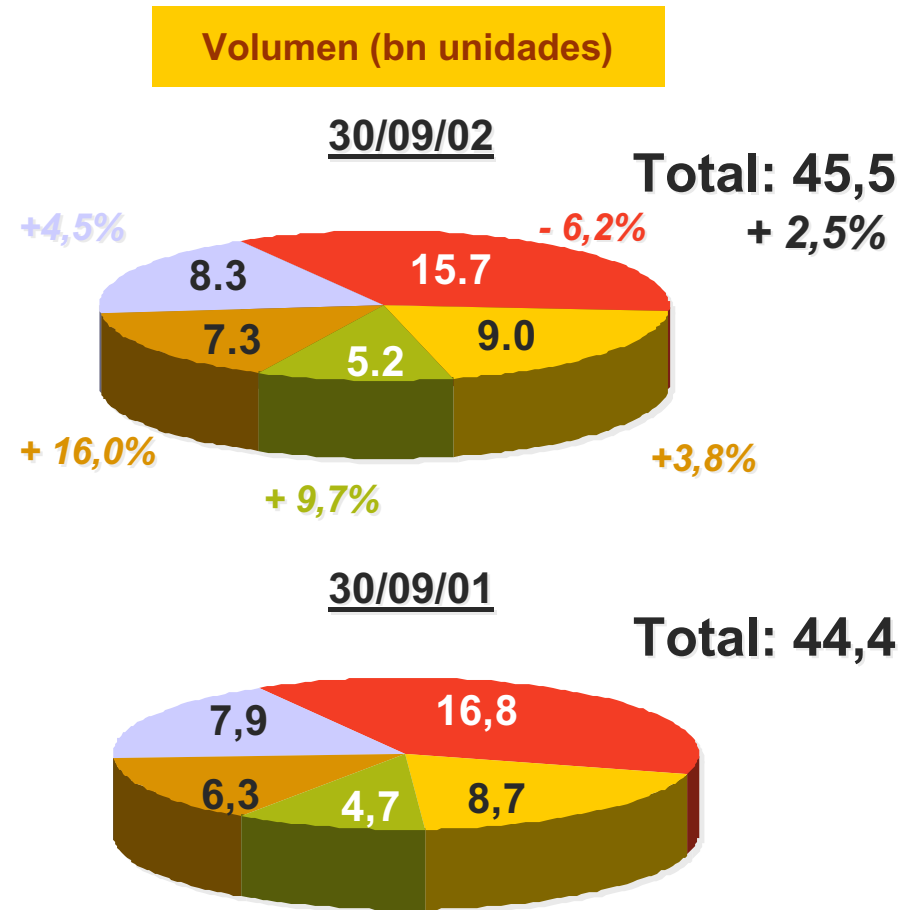
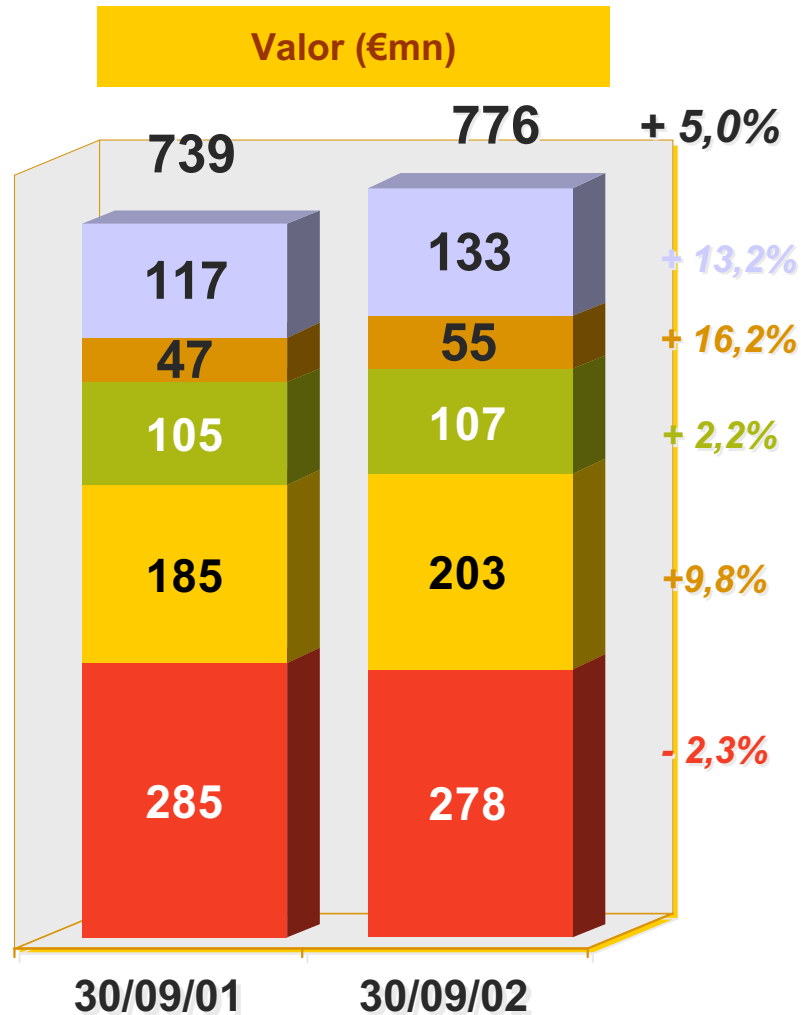
■ Rubio      ■ Picaduras (RYO) y otras ventas  
■ Negro      ■

■ Gauloises Blondes      ■ Ducados  
■ Fortuna      ■ Gauloises Brunes



# CIGARRILLOS

## Crecimiento de las ventas de rubio del 5,0%



## CIGARRILLOS

# Gauloises Blondes: + 11,5% en volumen (2002)

(Volumen en millones de cigarrillos)  
(Ventas en €mn)

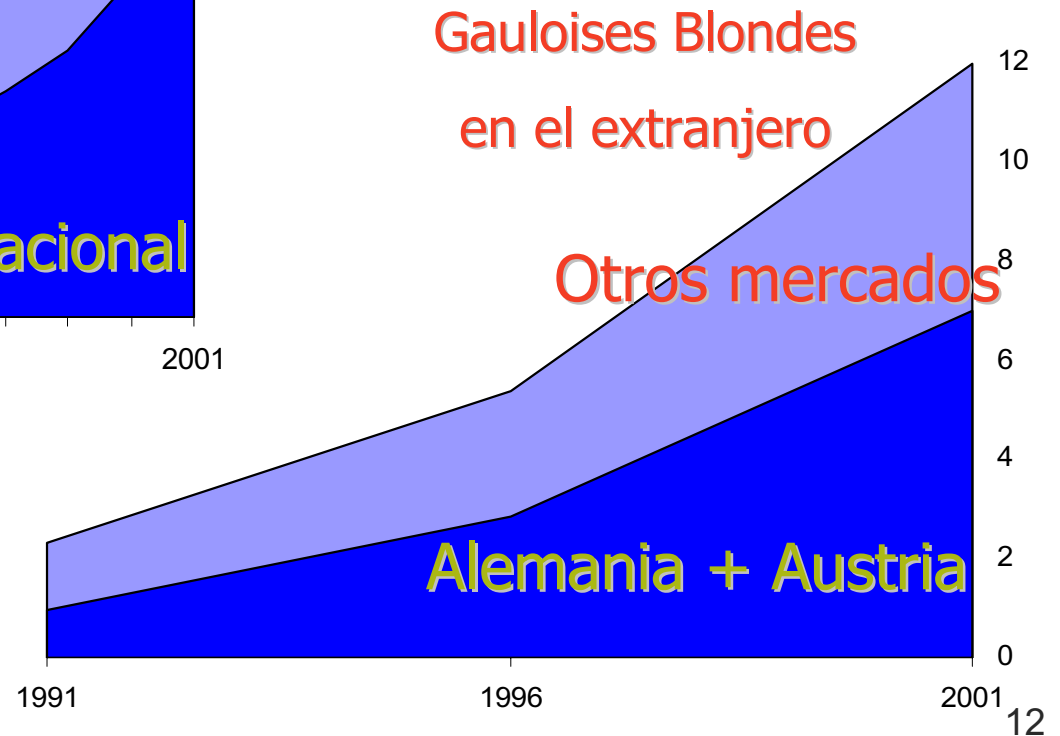
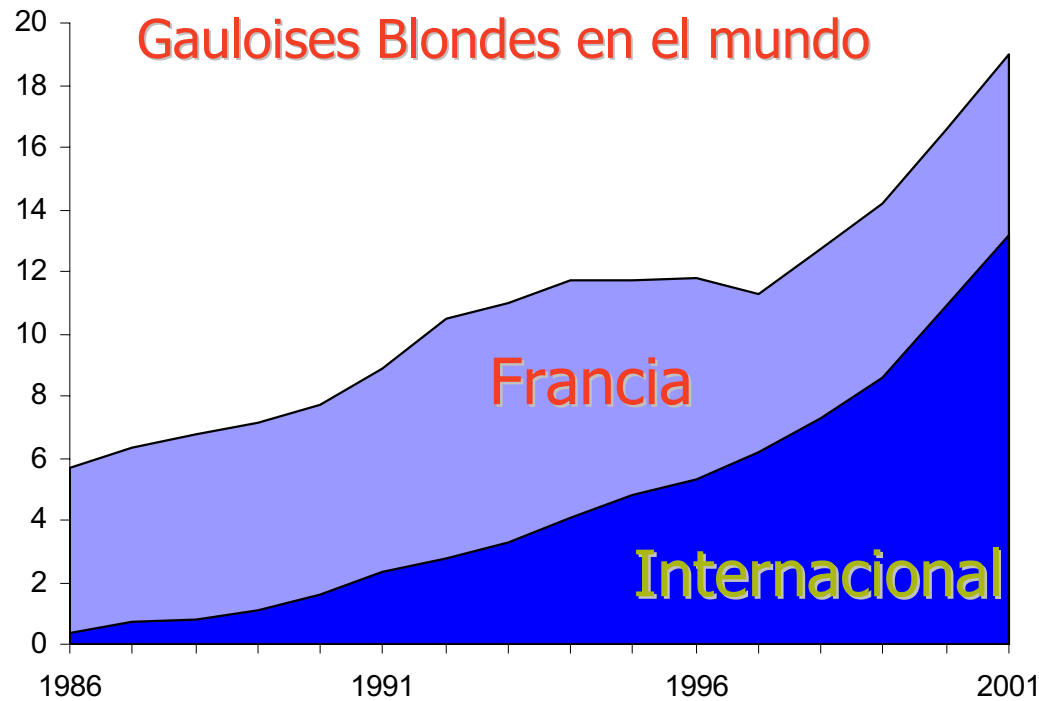
9 Primeros Meses

	1999	2000	2001	2002	TAM (99-02)
<b>Alemania</b>					
Volumen	3.216	3.908	4.632	5.091	16,5%
Ventas	64,75	85,04	103,76	106,10	17,9%
<b>Austria</b>					
Volumen	391	658	769	780	25,8%
Ventas	6,62	11,79	13,92	14,84	30,9%
<b>Bélgica/Luxemburgo</b>					
Volumen	354	362	425	498	12,0%
Ventas	6,58	6,98	8,82	11,10	19,0%
<b>Resto del mundo</b>					
Volumen	2.140	2.649	2.647	3.007	12,0%
Ventas	28,20	36,51	39,12	49,02	20,2%
<b>Total (sin incluir Francia)</b>					
Volumen	6.102	7.577	8.473	9.447	15,7%
Ventas	106,16	140,33	165,63	181,05	19,5%



CIGARRILLOS

# GAULOISES BLONDES: ahora una marca europea estratégica



# GAULOISES BLONDES

## Valor intrínseco y mix exitoso

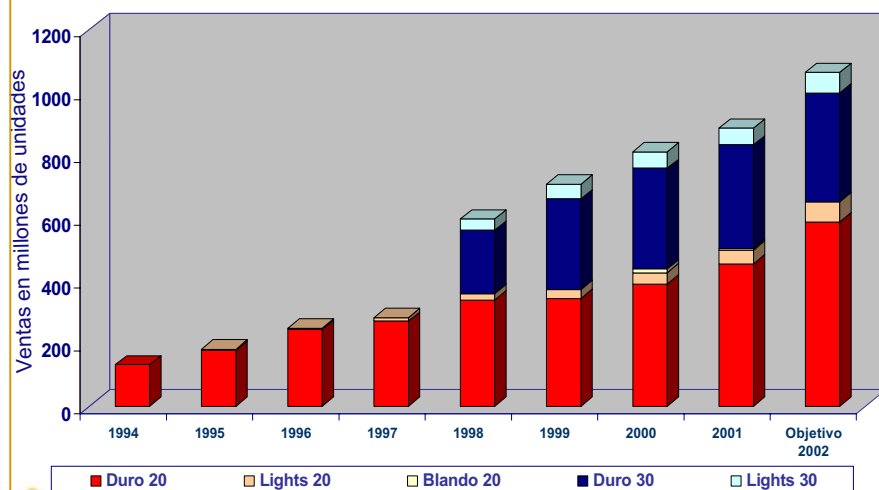
- Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora de la marca.
- Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia.
- « Liberté toujours » (Libertad para siempre) fundamento de la marca.
- Precio nivel *sub-premium*
- Diseño que busca la estética y originalidad
- Objetivo prioritario en mercados maduros donde la marca y el *mix* tienen un mayor atractivo
- Estrategia de comunicación coherente
- Distribución realizada por importantes socios

1 España: importante punto de partida

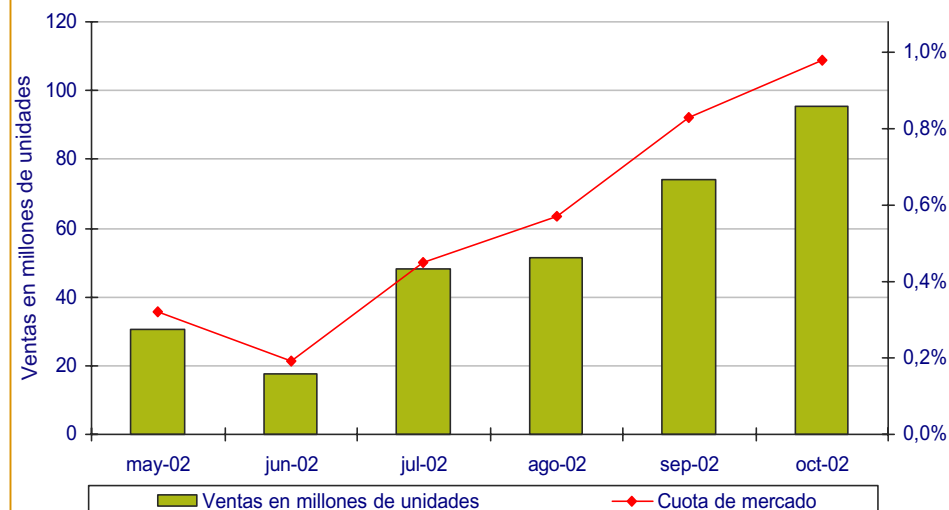
- Marca líder en Spain
- Cuota de mercado del 23,3%
- Atractivo para adultos jóvenes fumadores urbanos



2 Francia: crecimiento desde 1994



3 Italia: lanzamiento mayo 2002





CIGARRILLOS

## *FORTUNA: potencial para crecer*

- Capitalizar las raíces españolas y latinas: de manera universal y ambiciosa.
- Fuerte potencial frente a otras marcas internacionales con imágenes de menos fuerza y frente a marcas locales populares, a menudo poco ambiciosas.
- Precio medio.
- Oferta atractiva de valor añadido a su principal *target*: 18/25 años, hombre/mujer urbano.

# Buena evolución de la cuota de rubio en la mayoría de los mercados

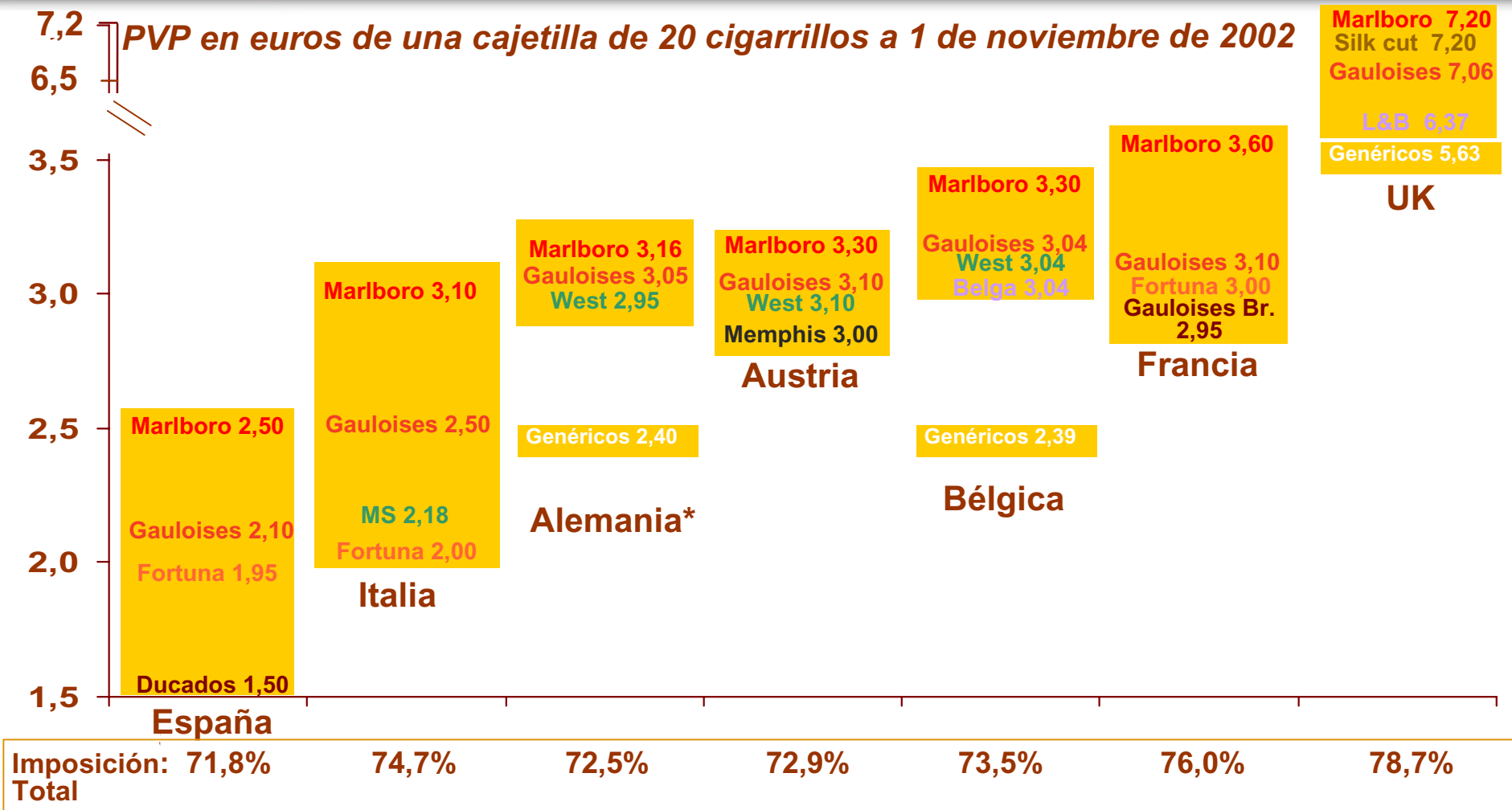
(Volumen en millones de unidades\*)

	30/09/01	30/09/02	Var.
<b>España</b>			
• Volumen	16,7	16,2	-3,4%
• Cuota de Mercado	30,7%	29,7%	-1,0
<b>Francia</b>			
• Volumen	8,7	9,0	+3,8%
• Cuota de Mercado	16,2%	17,5%	+1,3
<b>Alemania</b>			
• Volumen	4,7	5,2	+9,7%
• Cuota de Mercado	4,4%	4,9%	+0,5
<b>Austria</b>			
• Volumen	0,8	0,8	+1,4%
• Cuota de Mercado	6,4%	7,4%	+1,0
<b>Bélgica/Luxemburgo</b>			
• Volumen	0,4	0,5	+14,2%
• Cuota de Mercado	3,4%	3,5%	+ 0,1
<b>Polonia</b>			
• Volumen	6,3	7,3	+16,0%
• Cuota de Mercado	11,4%	13,0%	+1,6



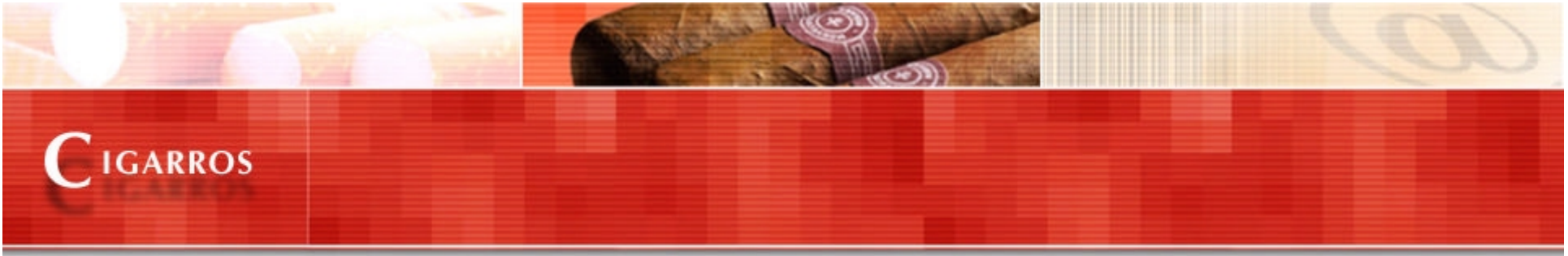
# CIGARRILLOS

## Alto potencial de subida de precios, especialmente en España



Imposición total (Impuesto Especial + IVA) de la MPPC (Categoría de Precio Más Vendida)

\* PVP para un paquete de 20 cigarrillos. Para el paquete de 19 cigarrillos (paquete estándar) el precio es de 3,00, 2,90 y 2,80 euros, respectivamente



## Liderazgo mundial

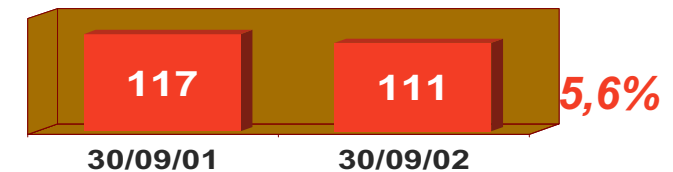
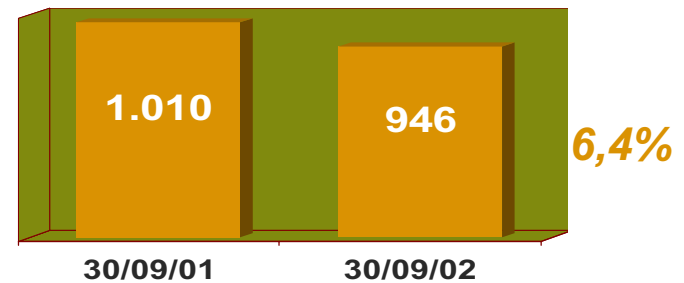
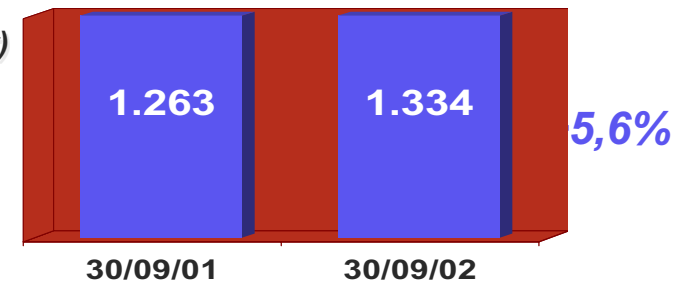
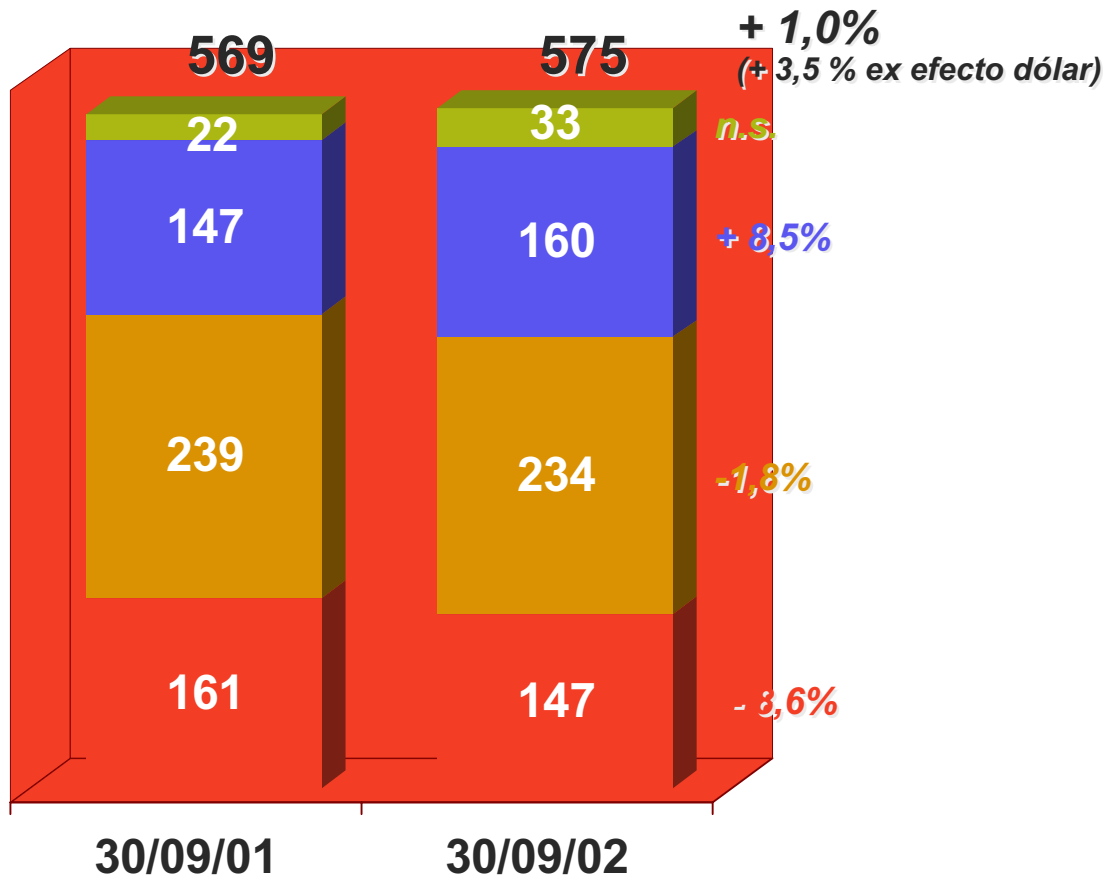
**25% de las ventas económicas del Grupo**  
**19% del Ebitda del Grupo**  
**Margen de Ebitda: 23,5% de las ventas económicas (+2,8 puntos)**

- **Mantener el liderazgo en EE.UU., con la correspondiente capacidad de tomar la iniciativa con respecto al lanzamiento de productos, política de precios, ...**
- **Mayor expansión del prestigio de los cigarros cubanos, aprovechando el potencial de las marcas más importantes del mundo**
- **Unificar posiciones de liderazgo (EE.UU., marcas cubanas, España y Francia) para desarrollar una presencia mundial que incluya mercados aún sin explorar**
- **Simultáneamente, concentrarse en los costes y márgenes**

# Crecimiento de las ventas del 1,0%

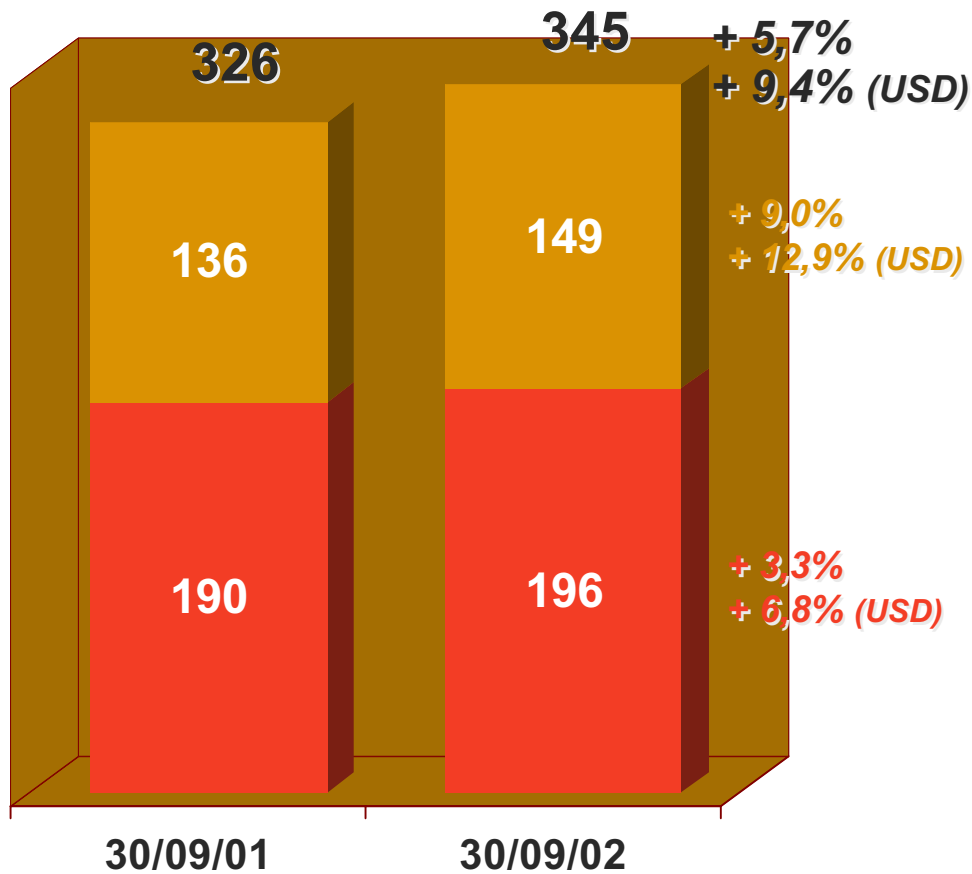
Ventas Económicas (€mn) y Crecimiento 2001-2002

Volumen (mn de unidades)

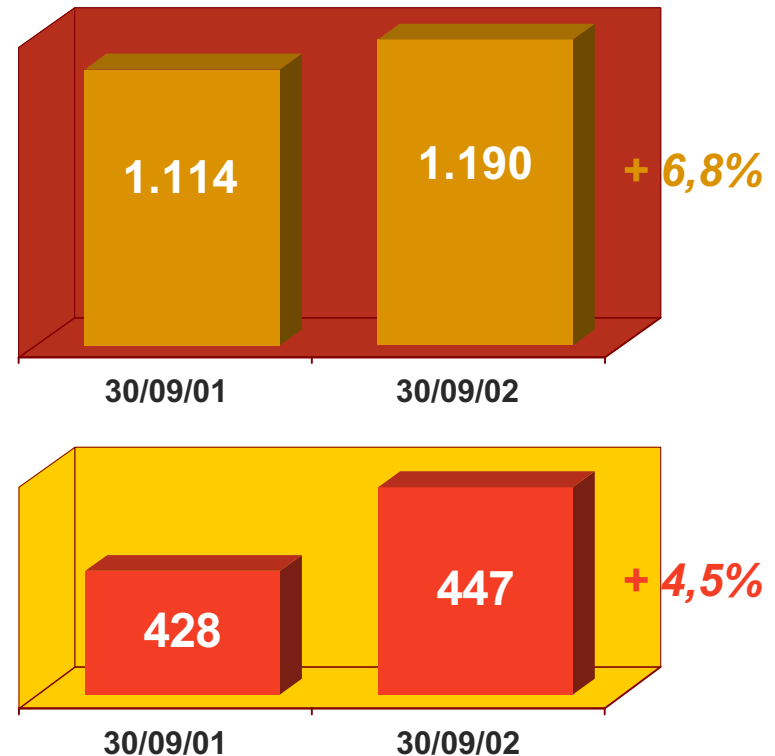


# Crecimiento de las ventas del 5,7% en EEUU, el mercado más rentable

Valor (€mn) y Crecimiento (€ y USD)  
2001-2002



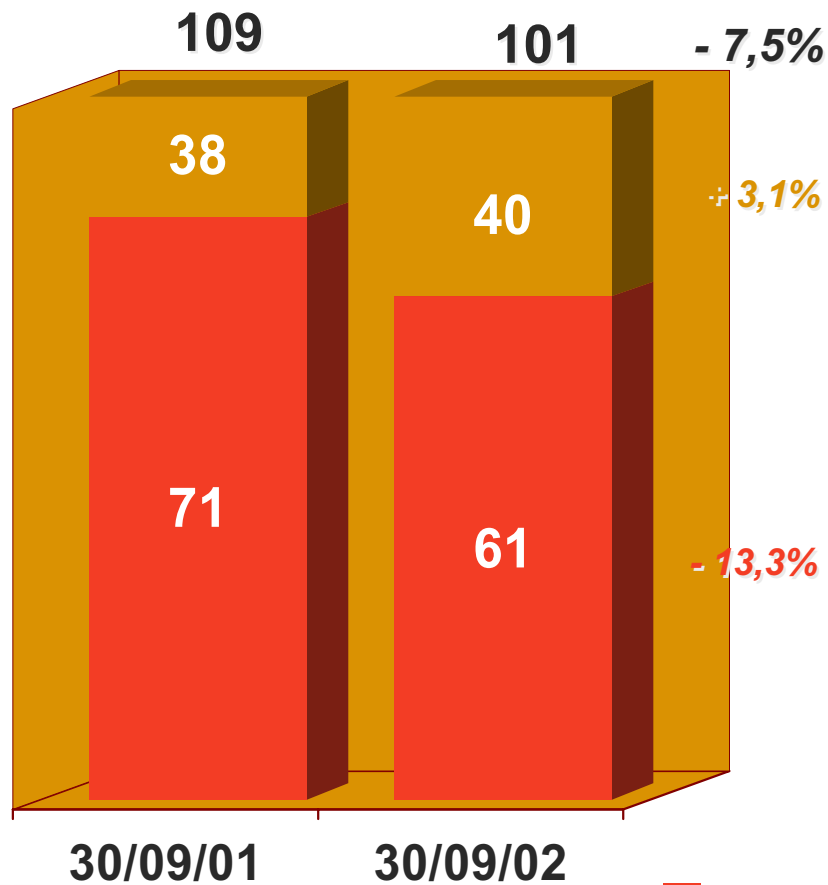
Volumen (mn de unidades)



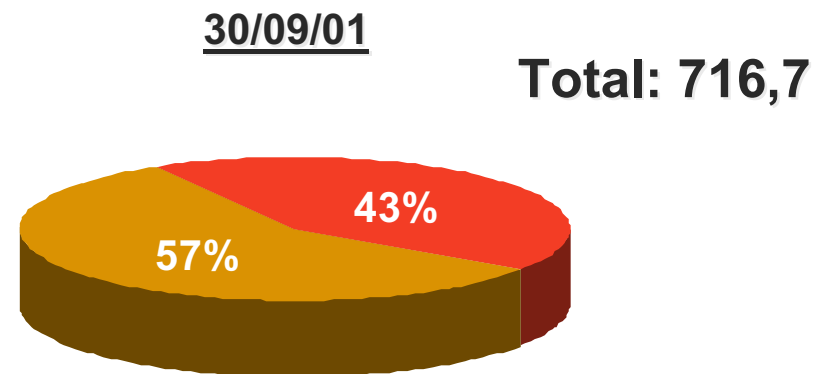
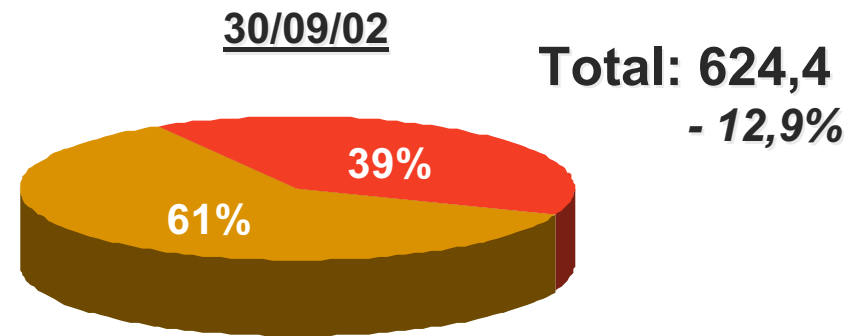
- Debido a la inestabilidad del sector de artículos de lujo, las ventas de Habanos fueron de € 79 millones, lo que representa un descenso del 15,5% (12% sin incluir el impacto del tipo de cambio)
- Positivo lanzamiento de los minis cubanos - Cohiba, Partagás y Montecristo - alcanzando cerca de 10 millones de unidades
- Mejora de los márgenes: crecimiento del margen de Ebitda de 1,5 puntos

# Europa: continúa la inestabilidad del mercado español

Valor (€mn)  
y Crecimiento 2001-2002



Volumen (mn de unidades)



■ España

■ Francia

## Mejora de la eficiencia de las actividades vinculadas al tabaco e importante crecimiento de las no tabaqueras

23% de las ventas económicas del Grupo

23% del Ebitda del Grupo

Margen de Ebitda: 31,2% de las ventas económicas (-3,6 puntos)

- **Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España y Francia a la vez que se optimizan costes**
- **Mayor desarrollo de la especialización aplicada con éxito a los productos distintos al tabaco**
- **Concentrarse sobre servicios logísticos para nichos de mercado con márgenes por encima de la media**
- **Interés en adquisiciones coherentes con todo lo anterior**

# Las ventas económicas de la actividad tabaquera crecen un 7,7%

Número de puntos de venta

50.000

Ventas económicas (€mn)	30/09/01	30/09/02	Variación
España y Portugal	113,1	120,5	+ 6,5%
Francia	128,3	130,0	+ 1,3%
Eliminación (operaciones entre compañías)	-9,5	-0,8	
<b>TOTAL</b>	<b>231,9</b>	<b>249,7</b>	<b>+ 7,7%</b>

## *Ventas no-tabaqueras: + 44,2% impulsadas por la compra de Burgal*

Número de puntos de venta

150.000

Ventas económicas (€mn)	30/09/01	30/09/02	Variación
España y Portugal	101,3	170,4	+ 68,2%
Francia	95,9	114,0	+ 18,9%
<b>TOTAL</b>	<b>197,2</b>	<b>284,4</b>	<b>+ 44,2%</b>

- **El *know-how* logístico de Altadis combina:**
  - La capacidad de implementar un servicio logístico integral en un gran número de productos y clientes
  - Un servicio a redes minoristas de gran capilaridad
  - Una gama de productos y servicios acorde a lo anterior
- **Un servicio logístico integral incluye una completa cadena de valor**
- **Ejemplos habituales de redes minoristas de gran capilaridad son:**
  - Estancos, librerías, quioscos
  - Gasolineras, papelerías, ...
- **La gama de productos y servicios comprende:**
  - Productos tabaqueros, productos varios para estancos y minoristas similares
  - Revistas y libros, sellos y formularios, productos de papelería, ...



# MAGNITUDES FINANCIERAS

# Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad

(9 Meses 2002 vs. 2001)  
(€mn)

**Ventas económicas: + 91**

Crecimiento orgánico: + 36

 Precios, diferentes evoluciones en volúmenes, cambios en el mix de productos

Perímetro: + 77

 Compra del Grupo Burgal principalmente

Tipo de cambio: - 20

 Evolución desfavorable del dólar

Otros: - 2

 Precios, mix, control de costes

 Reestructuración y Sinergias

 Compra del Grupo Burgal principalmente

 Evolución desfavorable del dólar

Crecimiento orgánico: + 23

Reestructuración y Sinergias: + 31

Perímetro: + 10

Tipo de cambio: - 5

Otros: - 1

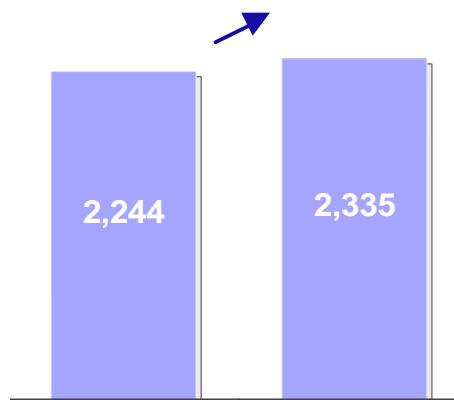
**Ebitda : + 59**

# Crecimiento del margen de Ebitda de 1,4 puntos hasta el 30,9%

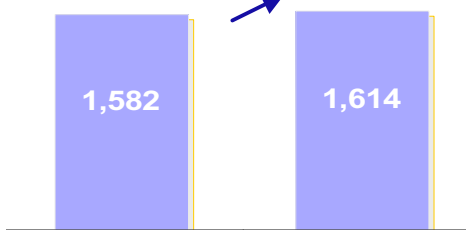
(€mn)

(Cifras de 9 Meses de 2001 y 2002)

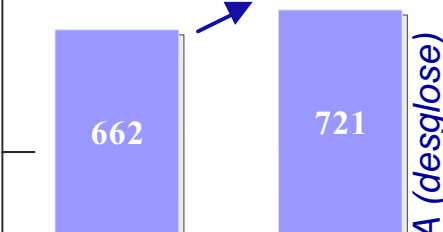
**Ventas económicas + 4,1%**



**Gastos de explotación + 2,0%**

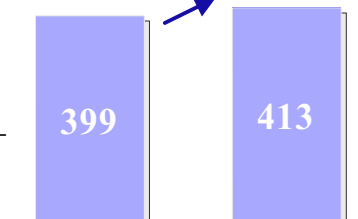


**EBITDA + 9,0%**



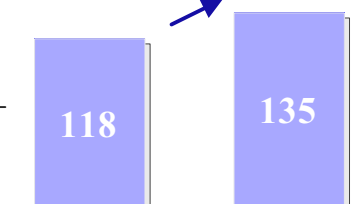
EBITDA (desglose)

**Cigarrillos + 3,6%**



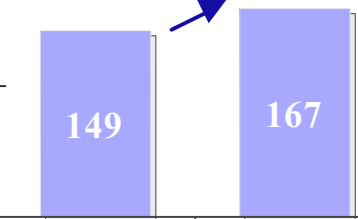
*Incremento de las ventas del 1,9%, desde 1.209 hasta 1.232 millones de Euros  
Incremento del margen Ebitda de 0,6 puntos hasta 3,6%  
Incremento de precios (España, Francia)  
Reducción de ventas por inventarios (España, Francia y Alemania)  
Impacto positivo de la reestructuración*

**Cigarros + 15,1%**



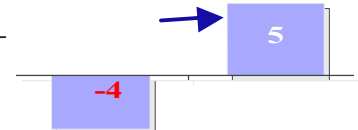
*Incremento de las ventas del 1,0% desde 575 hasta 569 millones de Euros  
Incremento del margen Ebitda de 2,8 puntos hasta 3,5%  
Incremento de las ventas en EE.UU.  
Impacto negativo del tipo de cambio Euro/dólar  
Inestabilidad de Habanos y del mercado español  
Efecto positivo de la reestructuración*

**Logística + 11,8%**



*Incremento de las ventas del 24,5% desde 429 hasta 534 millones de Euros  
Disminución del margen Ebitda de 3,6 puntos hasta 3,2%  
Adquisiciones (Grupo Burgal,...)  
Crecimiento orgánico  
Efecto existencias (Francia)  
Optimización de costes generales*

**Otros y ajustes n.s.**



*Cierre de ViaPlus*

## EBITDA 9 Meses 2002: € 720,9 millones (+ 9,0%)

9 Primeros Meses	(€mn)	2001	2002	Variación
Ventas económicas		2.243,5	2.334,5	+ 4,1%
<b>EBITDA</b>		<b>661,6</b>	<b>720,9</b>	<b>+ 9,0%</b>
EBITA		580,2	639,1	+10,2%
<b>Beneficio de explotación</b>		<b>546,9</b>	<b>606,7</b>	<b>+ 10,9%</b>
Resultados financieros		(34,3)	(27,3)	- 20,4%
Amortización del fondo de comercio		(63,4)	(71,0)	+ 12,0%
Empresas filiales por puesta en eq.		11,2	21,0	+ 87,5%
Resultados extraordinarios		8,2	(15,1)	n.s.
Beneficios antes de impuestos		468,6	514,3	+ 9,8%
Impuesto sobre sociedades		(176,5)	(160,1)	- 9,3%
Intereses minoritarios		(23,1)	(27,3)	+ 18,2%
<b>Beneficio neto del Grupo</b>		<b>268,9</b>	<b>326,9</b>	<b>+ 21,6%</b>
Beneficio por acción (céntimos de euro)		88	109	+ 23,4%
Número medio de acciones (millones)*		305,5	301,1	- 1,4%

# Un flujo de caja alto y recurrente

(€mn)

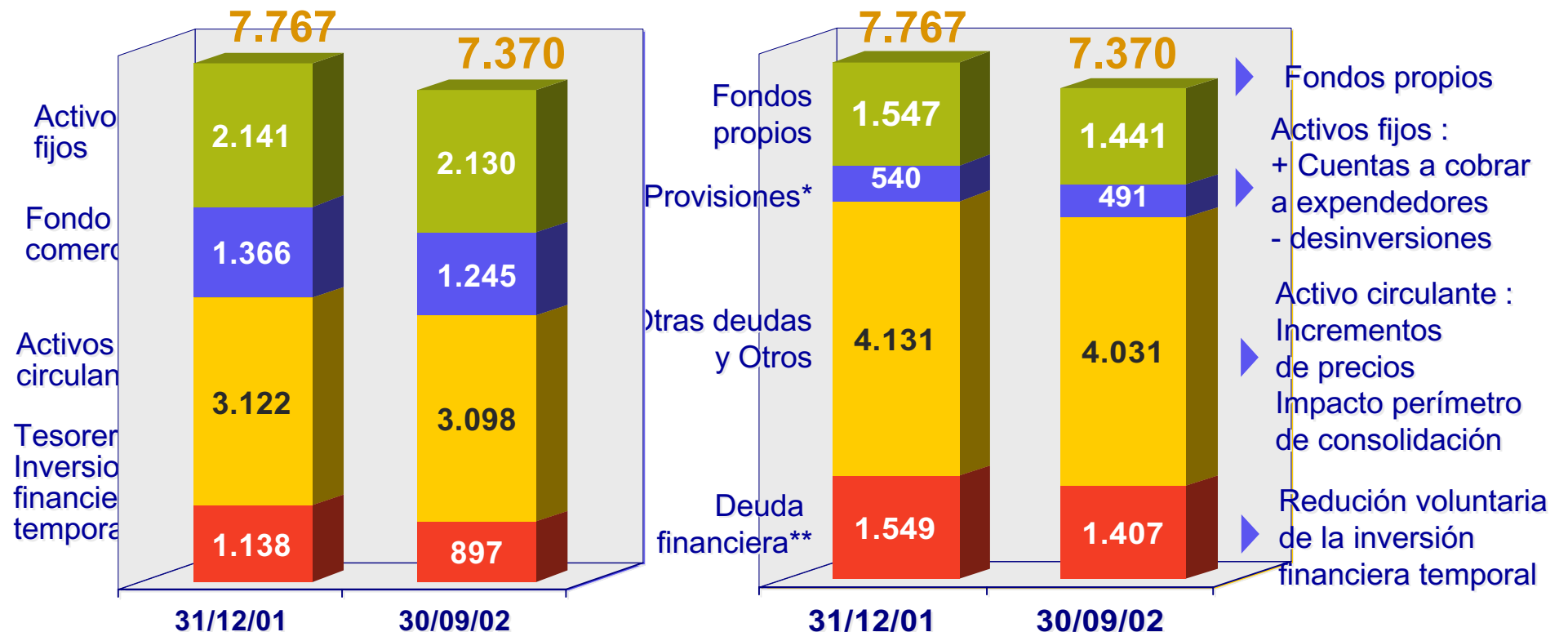
<b>9 Primeros Meses</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Flujo operativo (Ebitda + Var. capital circulante)	601	541
Pago por impuesto de sociedades	(64)	(155)
Pagos por reestructuración	(258)	(45)
<b><i>Flujo de caja de las actividades ordinarias</i></b>	<b>279</b>	<b>341</b>
Pagos por inversiones	(77)	(195)
Ingresos por desinversiones	45	93
Flujo de caja de las actividades de inversión	(32)	(102)
Pagos por los intereses financieros	(30)	(28)
Dividendos netos	(167)	(185)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(158)	(137)
Flujo de caja actividades de financiación	(355)	(350)
<b><i>Cambio neto en caja y equivalentes</i></b>	<b>(108)</b>	<b>(112)</b>
Posición financiera neta inicial	(807)	(948)
Cambio neto de caja	(108)	(112)
Impacto por fluctuación del tipo de cambio	(13)	14
<b><i>Posición financiera neta final</i></b>	<b>(928)</b>	<b>(1.046)</b>

# Balance de situación

(€mn)

Activos

Pasivos y Fondos propios



Deuda financiera neta	411	509
Titulización de cuentas a cobrar a expendedores (€mn)	537	537
<b>Posición financiera neta</b>	<b>948</b>	<b>1,046</b>

► Crecimiento limitado del endeudamiento



# CONCLUSIONES



# Perspectiva y estrategia

## Perspectiva:

- ✍ **Nivel de actividad positivo con un crecimiento extraordinario de Gauloises Blondes**
- ✍ **Buen crecimiento del Ebitda, en línea con el objetivo para 2002, del 8% al 10%, que se confirma plenamente**

## Estrategia:

**El compromiso de Altadis es maximizar el valor para sus accionistas y desarrollar una estrategia de crecimiento rentable en cada una de sus tres líneas de negocio fundamentales: cigarrillos, cigarros y logística**

- ✍ **Cigarrillos: acelerar la internacionalización**
- ✍ **Cigarros: optimizar el liderazgo**
- ✍ **Logística: ampliar las actividades relacionadas con productos distintos al tabaco**
- ✍ **Análisis riguroso de nuevas adquisiciones**
- ✍ **Continuar mejorando el control de gastos**
- ✍ **Optimizar la estructura financiera y la gestión del endeudamiento y de la tesorería**



## *Proporcionar valor a nuestros accionistas*

- **Potencial de crecimiento, en ventas y resultados**
- **Transparencia e información relevante para el mercado**
- **Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo con una política de distribución de resultados de alrededor del 50%, como referencia (62 centimos de Euro por acción pagados en el primer semestre de 2002)**
- **Mejora del apalancamiento financiero**
- **Recompra y amortización de acciones de compañías del Grupo, la Junta General de Accionistas autorizó una nueva recompra hasta el 5%**
- **Potencial para adquisiciones: conocimiento y capacidad financiera para realizar adquisiciones de importancia estratégica y creación de valor**



 **Altadis**

[www.altadis.com](http://www.altadis.com)

- **Calendario corporativo / Contactos**
- **Gobierno corporativo**
- **Fábricas en España y Francia para finales de 2002**
- **Ventas por segmentos y mercados**
- **Mercados totales de cigarrillos español y francés: más valor a pesar de menor volumen**
- **Los precios compensan la mayor parte del descenso de ventas de negro**
- **Ventas de picaduras de Altadis**
- **Normativa fiscal en la UE**
- **Ventas económicas de cigarros por mercados: crecimiento del 1,0%**
- **Escasas contingencias no recogidas en el balance**
- **El riesgo de litigios es limitado**
- **Datos trimestrales 2002**
- **Datos trimestrales 2001**

# Calendario corporativo / Contactos

## Calendario

<b>27 de febrero de 2003</b>	<b>Resultados año completo 2002</b>
<b>14 de mayo de 2003</b>	<b>Resultados primer trimestre 2003</b>
<b>Por determina(1<sup>er</sup> Trimestre)</b>	<b>Pago de dividendo a cuenta</b>
<b>Por determina(2<sup>do</sup> Trimestre)</b>	<b>Junta General de Accionistas</b>
<b>Por determina(2<sup>do</sup> Trimestre)</b>	<b>Pago de dividendo complementario</b>
<b>1 de septiembre de 2003</b>	<b>Resultados primer semestre de 2003</b>
<b>13 de noviembre de 2003</b>	<b>Resultados nueve primeros meses 2003</b>

## Contactos

**Stanislas VRLA**  
**Director Relaciones con Inversores**  
Teléfono: 33 1 44 97 62 21  
Fax: 33 1 44 97 66 27  
E-mail: [stanislas.vrla@altadis.com](mailto:stanislas.vrla@altadis.com)

**Aurelio LOPEZ-BARAJAS**  
**Director Adjunto Relaciones con Inversores**  
Teléfono : 34 91 360 92 47  
Fax: 34 91 360 92 91  
E-mail: [alopez-barajas@altadis.com](mailto:alopez-barajas@altadis.com)

## Desde la creación de Altadis

- † Comisión de Auditoría
- † Comisión de Retribuciones
- † Código ético de conducta

## Auditores

- † Altadis, Altadis USA y Logista: Deloitte & Touche
- † Seita: Mazars et Guérard, BSA (Ernst and Young)
- † Habanos: Price Waterhouse Coopers
- † Altadis Polska: Mazars et Guérard

 Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales

 Calificación financiera por Moody's: A3 y Standard & Poors: A-

 IFRS (International Financial Reporting Standards): proyecto de adaptación a las nuevas normas contables efectivo a partir del 31 de diciembre de 2004

# Fábricas en España y Francia para finales de 2002




Francia, después del plan de reestructuración 1998-2001:

-  3 fábricas
-  2 fábricas
-  1 fábricas
-  1 fáb. picadura

**Total: 7 fábricas**



España: 14 antes del plan de reestructuración.  
Después del plan de reestructuración 2001-02:

-  4 fábricas
-  2 fábricas
-  2 fábricas

**Total: 4 fábricas principales y 4 de apoyo**

## VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)

	<u>30/09/01</u>	<u>30/09/02</u>	<u>Var.%</u>
Rubio	44,4	45,5	+2,5%
Negro	24,0	21,1	-12,4%
Picaduras	2,9	2,8	-4,3%
<b>Total</b>	<b>71,4</b>	<b>69,4</b>	<b>-2,8%</b>

## VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)

	<u>30/09/01</u>	<u>30/09/02</u>	<u>Var.%</u>
España	29,8	27,3	-8,3%
Francia	20,6	19,4	-6,0%
Resto de Europa	16,7	17,6	+5,0%
Resto del Mundo	4,2	5,1	+20,3%
<b>Total</b>	<b>71,4</b>	<b>69,4</b>	<b>-2,8%</b>

## MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)

	<u>30/09/01</u>	<u>30/09/02</u>	<u>Var.%</u>
Ducados	11,4	10,2	-10,4%
Gauloises Brunes	7,4	6,4	-13,8%
<b>Negro</b>	<b>18,7</b>	<b>16,5</b>	<b>-11,8%</b>
Gauloises Blondes	12,6	13,7	+8,8%
Fortuna	14,6	13,6	-6,8%
<b>Rubio</b>	<b>27,2</b>	<b>27,3</b>	<b>+0,4%</b>

## VENTAS POR MERCADOS (€mn)

	<u>30/09/01</u>	<u>30/09/02</u>	<u>Var.%</u>
España	435	422	-2,9%
Francia	408	425	+4,2%
Resto de Europa	247	259	+5,1%
Resto del Mundo	60	75	+25,3%
Otras ventas	59	50	n/s
<b>Total</b>	<b>1.209</b>	<b>1.232</b>	<b>+1,9%</b>

*Mercados totales español y francés:  
más valor a pesar de menor volumen*

**MERCADO TOTAL ESPAÑOL**

		30/09/01	30/09/02	Var. %
<b>Volumen</b> (€ mn)	Rubio	54,6	54,5	-0,1%
	Negro	14,8	13,6	-8,2%
	<b>Total</b>	<b>69,4</b>	<b>68,1</b>	<b>-1,8%</b>
<b>Valor</b> (bn unid.)	Rubio	1,052	1,079	+2,6%
	Negro	166	165	-0,8%
	<b>Total</b>	<b>1,218</b>	<b>1,243</b>	<b>+2,1%</b>

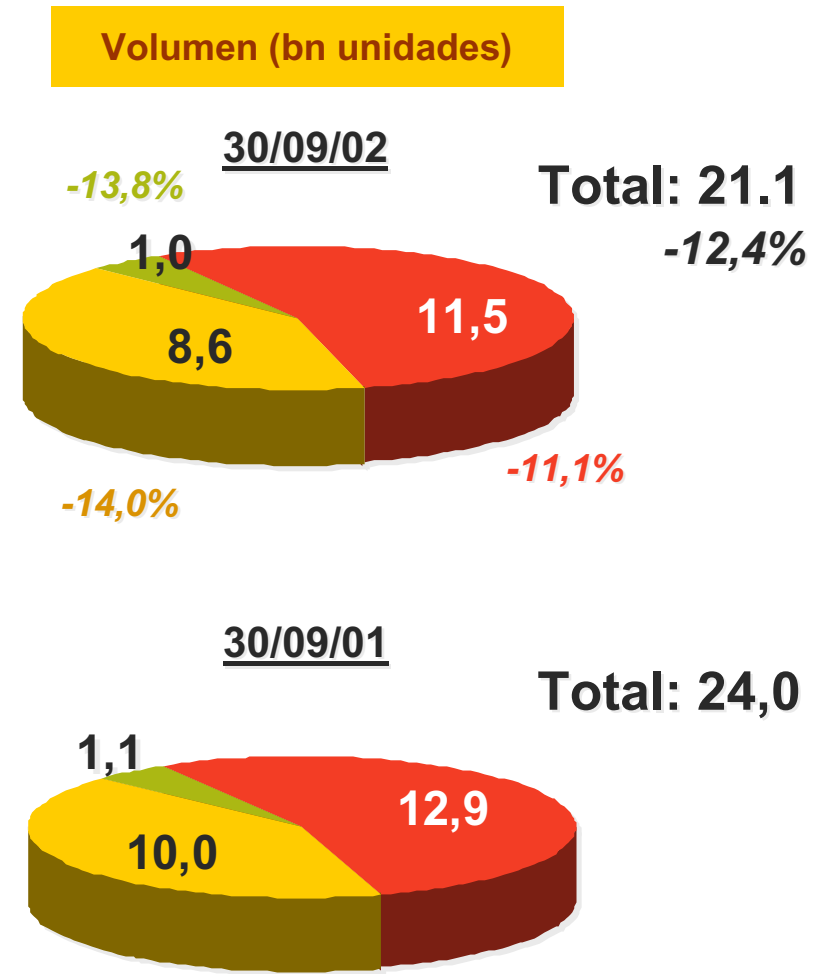
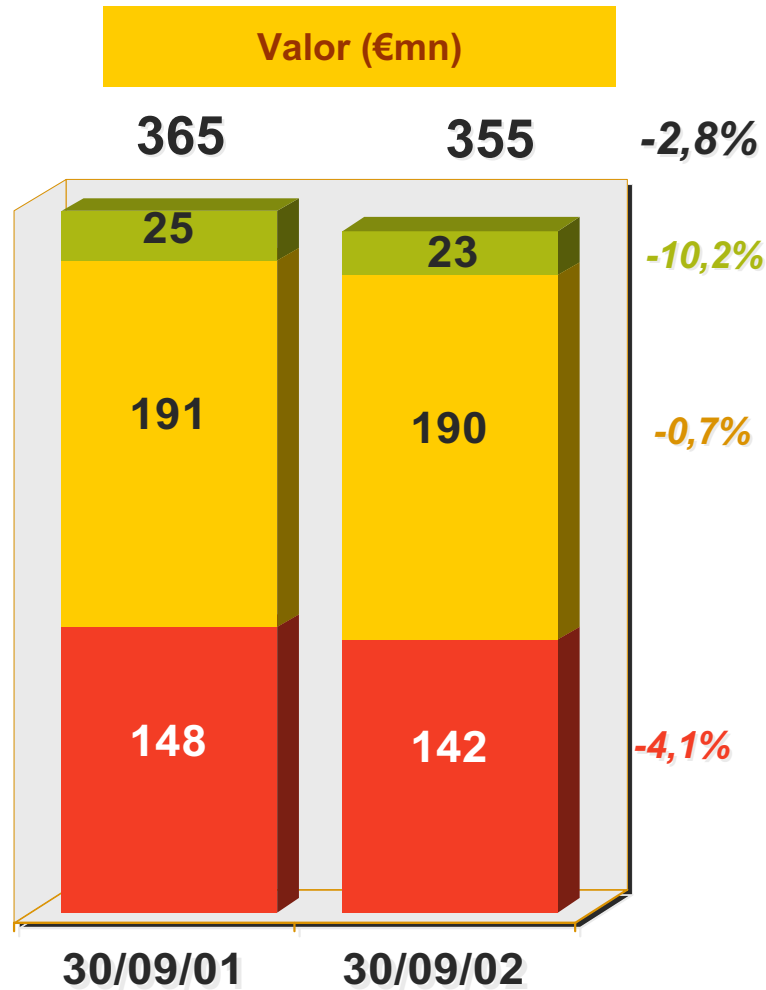
**MERCADO TOTAL FRANCÉS**

		30/09/01	30/09/02	Var. %
<b>Volumen</b> (€ mn)	Rubio	52,4	51,5	-1,6%
	Negro	10,0	8,6	-13,9%
	Picaduras	5,3	5,2	-2,2%
	<b>Total</b>	<b>67,6</b>	<b>65,3</b>	<b>-3,4%</b>
<b>Valor</b> (bn unid.)	Rubio	1,293	1,363	+5,4%
	Negro	189	188	-0,3%
	Picaduras	95	102	+7,0%
	<b>Total</b>	<b>1,578</b>	<b>1,654</b>	<b>+4,8%</b>



# CIGARRILLOS

## Los precios compensan la mayor parte del descenso de ventas de negro

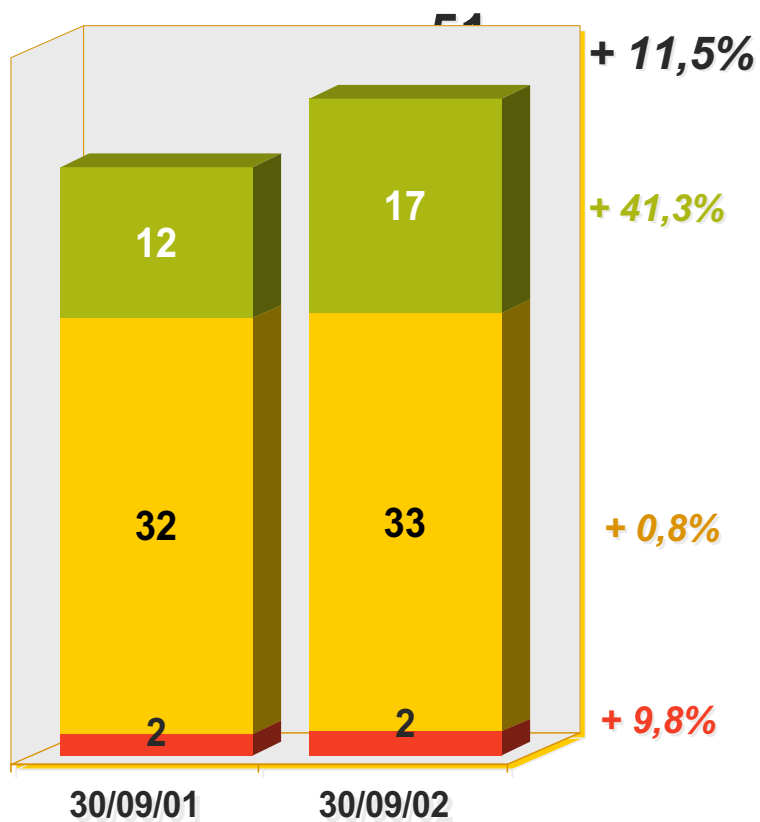




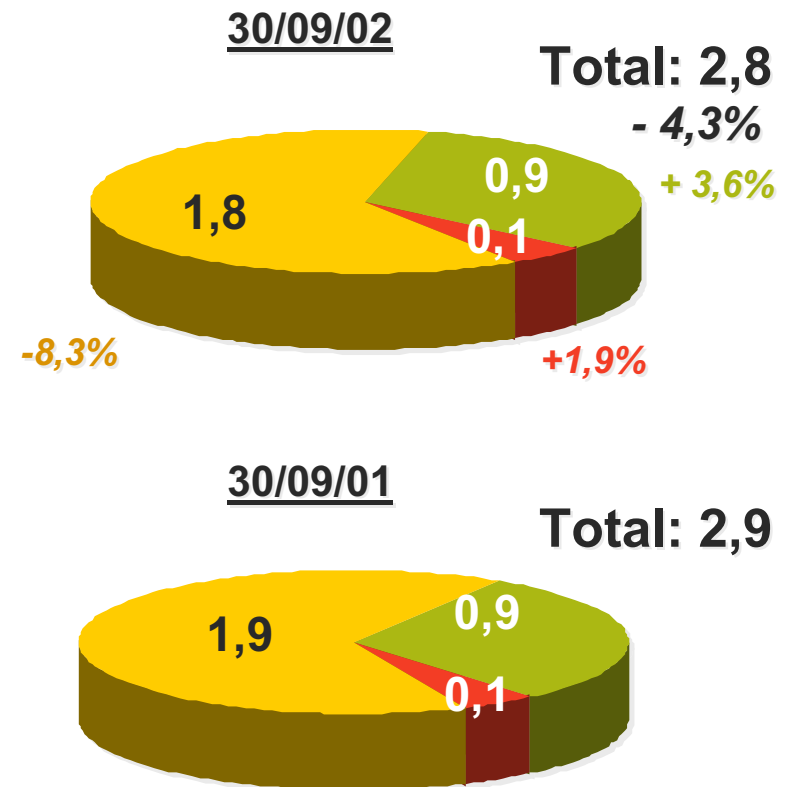
# CIGARRILLOS

## Ventas de picaduras de Altadis

Valor (€ mn)



Volumen (bn unidades)



## Situación a noviembre de 2002

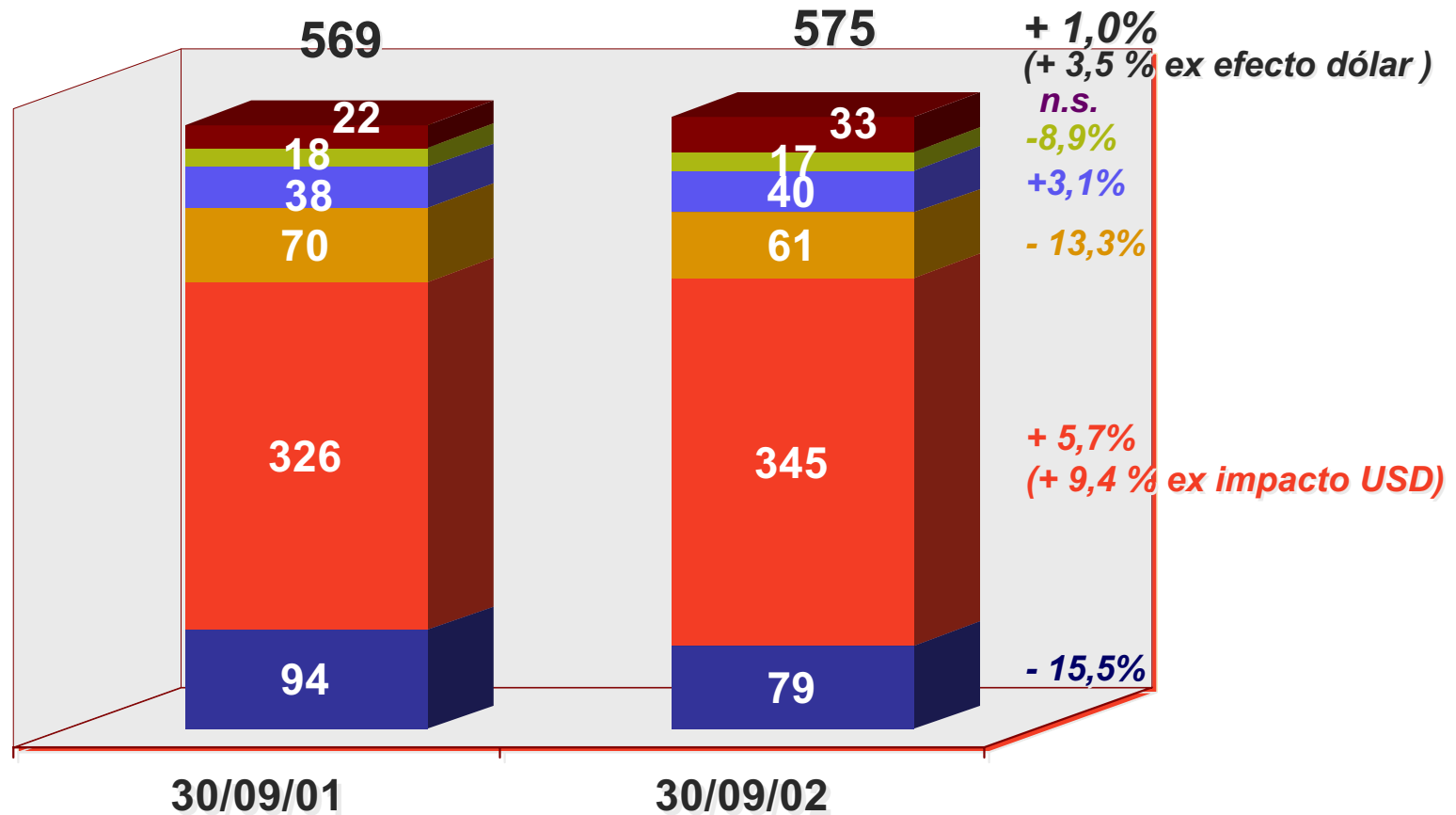
	Fortuna (MPPC*)	Marlboro	Marlboro (MPPC*)
PVP (Euros)	1,95	2,50	3,60
Impuesto especial (% s/PVP)	57,95%	57,20%	59,01%
Impuesto (Euros / 1.000 cigarrillos)	56,50	71,50	106,21

## Directiva de la UE

- Impuesto especial mínimo sobre la MPPC por cada 1.000 cigarrillos : 60 euros (a partir de Julio de 2002, enero de 2005 para España) y 64 euros (a partir de Julio de 2006, enero de 2008 para España).
- Los nuevos requisitos fiscales están en línea y corroboran la política de precios proyectada por Altadis.
  - España:
    - † El mínimo de 60 euros supone un incremento promedio anual del 2,8% sobre la MPPC\* (Fortuna) en el periodo 2003-2004.
    - † El mínimo de 64 euros supone un incremento promedio anual del 2,4% en el periodo 2005-2007.
  - No afecta a ningún otro país (Francia, Alemania).

# Ventas económicas por mercados: crecimiento del 1,0%

Ventas económicas (€ mn) y crecimiento 2001-2002





## *Escasas contingencias no recogidas en el balance*

- Titulización de cuentas a cobrar a expendedores por un máximo de € 537 millones, incluido dentro de la posición financiera neta
- Provisión (*equity swap*) para el plan de *stock-options* por € 160 millones
- Tipos de interés (*swap*): 3,44% para € 697 millones (2003)
- Tipos de interés (*hedge*): 2,99% para USD 100 millones (2002)  
1,73% para USD 84 millones (2003)
- Aval (*comfort letter*) por un crédito concedido a Habanos de € 120 millones, del cual el 50% está incluido en el balance de situación de Altadis
- Ningún acuerdo de *leasing*
- Contrato de arrendamiento a largo plazo de oficinas centrales
- La mayoría de los planes de pensiones se basan en contribuciones



# El riesgo de litigios es limitado

## Situación de Altadis:

### 6 demandas individuales en curso + 4 de asociaciones de enfermos de cáncer de laringe + Junta de Andalucía

- ✍ 9 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- ✍ En la demanda de la Junta de Andalucía, se ha resuelto la falta de jurisdicción de la vía Civil (a favor de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa)
- ✍ Las sentencias favorables son a menudo tajantes, como la del caso Gurlain, del 10 de septiembre de 2001, o más recientemente, el caso Loupias

### Factores clave y, concretamente, la ausencia de:

- ✍ *class actions*
- ✍ *punitive damages* (condenas ejemplarizantes)
- ✍ *cuota litis* (porcentaje de la condena)
- ✍ jurados populares

distinguen de manera fundamental la legislación en Europa Continental y EEUU, lo que conduce a un nivel de riesgo significativamente inferior

# Datos trimestrales 2002

(€mn)

## VENTAS ECONÓMICAS 2002

	Q1	Q2	Q3
Cigarrillos	374,4	438,3	419,1
Cigarros	173,5	201,3	199,8
Logística	156,1	194,1	184,0
Otros y ajustes	1,8	-0,8	-7,1
<b>Total</b>	<b>705,8</b>	<b>833,0</b>	<b>795,6</b>

## EBITDA 2002

	Q1	Q2	Q3
Cigarrillos	119,3	143,0	151,1
Cigarros	35,4	48,3	51,6
Logística	50,5	57,4	58,9
Otros y ajustes	5,0	-1,6	2,0
<b>Total</b>	<b>210,2</b>	<b>247,1</b>	<b>263,5</b>

## Datos trimestrales 2001

(€mn)

### VENTAS ECONOMICAS 2001

	<b>Q1</b>	<b>Q2</b>	<b>Q3</b>	<b>Q4</b>	<b>Total año</b>
Cigarrillos	384,2	411,3	413,6	410,3	1,619,4
Cigarros	153,4	213,7	202,0	211,6	780,7
Logística	140,1	143,4	145,7	172,0	601,2
Otros y ajustes	7,2	11,7	17,0	39,5	75,5
<b>Total</b>	<b>685,0</b>	<b>780,1</b>	<b>778,3</b>	<b>833,4</b>	<b>3.076,9</b>

### EBITDA 2001

	<b>Q1</b>	<b>Q2</b>	<b>Q3</b>	<b>Q4</b>	<b>Total año</b>
Cigarrillos	123,9	132,1	142,8	119,6	518,5
Cigarros	26,0	45,8	45,8	42,1	159,7
Logística	47,2	48,4	53,7	56,3	205,5
Otros	0,9	2,3	-7,2	7,0	2,9
<b>Total</b>	<b>198,0</b>	<b>228,5</b>	<b>235,1</b>	<b>225,0</b>	<b>886,6</b>