



D. Michel Favre, Director Financiero de Altadis, S.A., a los efectos del procedimiento de verificación por la Comisión Nacional de Mercado de Valores del folleto informativo continuado (modelo RFV) depositado en el citado organismo,

CERTIFICA

Que la versión impresa del referido folleto continuado de Altadis, S.A. se corresponde con la versión en soporte informático que se adjunta.

Y para que así conste y surta los efectos oportunos se expide la presente certificación en Madrid, a 29 de septiembre de 2004.

Altadis, S.A.
P.P.

Fdo: D. Michel Favre
Director Financiero



ALTADIS, S.A.

FOLLETO INFORMATIVO CONTINUADO MODELO RFV

INDICE

PAGINAS

CAPÍTULO I: PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DE SU CONTENIDO Y ORGANISMOS SUPERVISORES DEL FOLLETO	1
I.1 PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO DEL FOLLETO	1
I.2 ORGANISMOS SUPERVISORES.....	1
I.3 VERIFICACIÓN Y AUDITORÍA DE LAS CUENTAS ANUALES	1
CAPÍTULO III: EL EMISOR Y SU CAPITAL	3
III.1 IDENTIFICACIÓN Y OBJETO SOCIAL	3
III.1.1 DATOS DEL EMISOR.....	3
III.1.2 OBJETO SOCIAL.....	3
III.2 INFORMACIONES LEGALES.....	3
III.2.1 FECHA Y FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD EMISORA	3
III.2.2 FORMA JURÍDICA Y LEGISLACIÓN ESPECIAL QUE LE SEAN DE APLICACIÓN.....	4
III.3 INFORMACIONES SOBRE EL CAPITAL	7
III.3.1 IMPORTE NOMINAL DEL CAPITAL SUSCRITO Y DESEMBOLSADO	7
III.3.2 DIVIDENDOS PASIVOS PENDIENTES	7
III.3.3 DERECHOS Y FORMA DE REPRESENTACIÓN DE LAS ACCIONES	7
III.3.4 CUADRO ESQUEMÁTICO DE LA EVOLUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL.....	8
III.3.5 EMPRÉSTITOS DE OBLIGACIONES CONVERTIBLES, CANJEABLES O CON WARRANTS	9
III.3.6 VENTAJAS ATRIBUIDAS A FUNDADORES Y PROMOTORES Y BONOS DE DISFRUTE.....	9
III.3.7 CAPITAL AUTORIZADO.....	9
III.3.8 CONDICIONES A LAS QUE LOS ESTATUTOS SOCIALES SOMETEN LAS MODIFICACIONES DEL CAPITAL Y DE LOS RESPECTIVOS DERECHOS DE LAS DIVERSAS CATEGORÍAS DE ACCIONES	10
III.4 ACCIONES PROPIAS	11
III.5 BENEFICIOS Y DIVIDENDOS POR ACCIÓN DE LOS EJERCICIOS 2001, 2002 Y 2003	14
CAPÍTULO IV: ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR.....	19
IV.1 ANTECEDENTES	19
IV.1.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA	19
IV.1.2 ACTIVIDADES ACTUALES DEL EMISOR.....	20
IV.2 ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR.....	20
IV.2.1 DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTIVIDAD.....	21
IV.2.1.1 ACTIVIDAD COMERCIAL DE CIGARRILLOS	24
IV.2.1.2 ACTIVIDAD COMERCIAL DE CIGARROS	31
IV.2.1.3 ACTIVIDAD DE LOGÍSTICA.....	37
IV.2.1.4 ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN.....	42
IV.2.2 PRINCIPALES COSTES	46
IV.2.3 COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO	48
IV.2.3.1 CIGARRILLOS.....	48
IV.2.3.2 CIGARROS.....	53
IV.3 CIRCUNSTANCIAS CONDICIONANTES	56
IV.3.1 GRADO DE ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO O NEGOCIOS DEL EMISOR	60
IV.3.2 DEPENDENCIA RESPECTO DE PATENTES Y MARCAS.....	61
IV.3.3 POLÍTICA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (I+D) Y DE CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE	62
IV.3.4 INDICACIÓN DE CUALQUIER LITIGIO O ARBITRAJE QUE PUEDA TENER O HAYA TENIDO, EN UN PASADO RECIENTE, UNA INCIDENCIA IMPORTANTE SOBRE LA SITUACIÓN FINANCIERA DEL EMISOR O SOBRE LA ACTIVIDAD DE LOS NEGOCIOS.....	64

IV.3.5	INDICACIÓN DE CUALQUIER INTERRUPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE ALTADIS, S.A. QUE PUEDA TENER O HAYA TENIDO EN UN PASADO RECIENTE UNA INCIDENCIA IMPORTANTE SOBRE LA SITUACIÓN FINANCIERA DEL EMISOR.....	64
IV.4	INFORMACIONES LABORALES.....	64
IV.4.1	PERSONAL EMPLEADO Y SU EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS.....	64
IV.4.2	NEGOCIACIÓN COLECTIVA	65
IV.4.3	POLÍTICA DE FORMACIÓN DEL PERSONAL.....	65
IV.4.4	POLÍTICA SEGUIDA POR EL GRUPO (ALTADIS, S.A., LOGISTA Y SEITA) EN MATERIA DE VENTAJAS AL PERSONAL Y, EN PARTICULAR, EN MATERIA DE PENSIONES DE TODA CLASE.....	66
IV.5	POLÍTICA DE INVERSIONES.....	68
IV.5.1	PRINCIPALES INVERSIONES MATERIALES, INMATERIALES Y FINANCIERAS DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS	68
IV.5.2	PRINCIPALES INVERSIONES.....	68
IV.5.3	PLAN DE INVERSIONES PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS	69
CAPÍTULO V: EL PATRIMONIO, SITUACIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS DEL EMISOR		70
V.1	INFORMACIONES CONTABLES DE ALTADIS, S.A.	70
V.1.1	BALANCES DE SITUACIÓN DE ALTADIS, S.A. A 31 DE DICIEMBRE DE 2003, 2002 Y 2001.....	70
V.1.2	CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE ALTADIS, S.A. CORRESPONDIENTES A LOS EJERCICIOS 2003, 2002 Y 2001	73
V.2	INFORMACIONES CONTABLES CONSOLIDADAS	75
V.2.1	BALANCES DE SITUACIÓN CONSOLIDADOS DEL GRUPO ALTADIS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003, 2002 Y 2001.....	75
V.2.2	CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADAS DEL GRUPO ALTADIS CORRESPONDIENTES A LOS EJERCICIOS 2003, 2002 Y 2001	78
V.2.3	FLUJOS DE CAJA DEL GRUPO ALTADIS DE LOS EJERCICIOS 2003,2002 Y 2001 (NO AUDITADO)	81
V.2.4	DESGLOSE DE LAS PRINCIPALES PARTIDAS DE LAS CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS	81
V.2.4.3	DESGLOSE DE LAS PRINCIPALES PARTIDAS DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	84
V.2.4.4	BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES Y PRINCIPIOS CONTABLES DE CONSOLIDACIÓN APLICA DOS.....	84
CAPÍTULO VI: LA ADMINISTRACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL DEL EMISOR		92
VI.1	IDENTIFICACIÓN Y FUNCIÓN EN LA SOCIEDAD EMISORA DE LAS PERSONAS QUE SE MENCIONAN	92
VI.1.1	MIEMBROS DEL ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN	92
VI.1.2	DIRECTORES QUE ASUMEN LA GESTIÓN DE LA SOCIEDAD AL NIVEL MÁS ELEVADO	98
VI.2	CONJUNTO DE INTERESES EN LA SOCIEDAD EMISORA DE LAS PERSONAS ALUDIDAS EN EL APARTADO VI.1.1	98
VI.2.1	ACCIONES CON DERECHO DE VOTO Y OTROS VALORES QUE DEN DERECHO A SU ADQUISICIÓN DE LOS QUE DICHAS PERSONAS SEAN TITULARES	98
VI.2.2	PARTICIPACIÓN EN TRANSACCIONES INHABITUALES Y RELEVANTES DE LA SOCIEDAD.....	100
VI.2.3	IMPORTE DE LOS SUELDOS, DIETAS Y REMUNERACIONES DE CUALQUIER CLASE DEVENGADAS POR ESTAS PERSONAS.....	101
VI.2.4	OBLIGACIONES EN MATERIA DE PENSIONES Y SEGUROS DE VIDA	102
VI.2.5	ANTICIPOS, CRÉDITOS Y GARANTÍAS	103
VI.2.6	ACTIVIDADES SIGNIFICATIVAS EJERCIDAS FUERA DE LA SOCIEDAD.....	103
VI.3	CONTROL DE LA SOCIEDAD EMISORA.....	104
VI.4	RESTRICCIONES ESTATUTARIAS A LA ADQUISICIÓN POR TERCERAS PERSONAS DE PARTICIPACIONES EN LA SOCIEDAD EMISORA.....	104
VI.5	PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS EN EL CAPITAL DE LA SOCIEDAD EMISORA.....	105
VI.6	NÚMERO DE ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD EMISORA	105

VI.7	PRESTAMISTAS EN MÁS DEL 20% DE LA DEUDA A LARGO PLAZO DEL GRUPO ALTADIS.....	105
VI.8	EXISTENCIA DE CLIENTES O SUMINISTRADORES CUYAS OPERACIONES CON LA SOCIEDAD SEAN SIGNIFICATIVAS	105
VI.9	RETRIBUCIÓN DE LOS AUDITORES DE LA SOCIEDAD	106
	CAPÍTULO VII: EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL EMISOR	105
VII.1	INDICACIONES GENERALES SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL EMISOR CON POSTERIORIDAD AL CIERRE DEL ÚLTIMO EJERCICIO.	107
VII.1.1	EVOLUCIÓN PREVISIBLE DEL GRUPO ALTADIS EN EL 2004.....	108
VII.1.2	RESULTADOS DE LOS TRES PRIMEROS MESES DE 2004.....	109
VII.2	PERSPECTIVAS DEL EMISOR.....	114
VII.2.1	ESTIMACIÓN DE LAS PERSPECTIVAS COMERCIALES, INDUSTRIALES Y FINANCIERAS DEL EMISOR	114
VII.2.2	POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN DE RESULTADOS, DE INVERSIÓN, DE DOTACIÓN DE LAS CUENTAS DE AMORTIZACIÓN, DE AMPLIACIONES DE CAPITAL, DE EMISIÓN DE OBLIGACIONES Y DE ENDEUDAMIENTO GENERAL A MEDIO Y LARGO PLAZO	115

CAPÍTULO I: PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DE SU CONTENIDO Y ORGANISMOS SUPERVISORES DEL FOLLETO

I.1 PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO DEL FOLLETO

I.1.1 D. Michel Favre, con pasaporte nº 751597037013, en su calidad de Director Financiero de Altadis, S.A., (en lo sucesivo, indistintamente, “**Altadis**”, la “**Sociedad**” o la “**Compañía**”), domiciliada en Madrid, calle Eloy Gonzalo, nº 10, con CIF A-28/009033, CNAE nº 0016 asume en nombre y representación de la misma la responsabilidad del contenido del presente folleto informativo (en adelante, el “**Folleto**”).

I.1.2 D. Michel Favre confirma la veracidad del contenido del Folleto y que en el mismo no se omite ningún dato relevante ni induce a error.

I.2 ORGANISMOS SUPERVISORES

I.2.1 El Folleto ha sido objeto de inscripción en los registros oficiales de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (en adelante, la “**CNMV**”) con fecha constituyendo un folleto continuado modelo RFV, de conformidad con lo dispuesto en el *Real Decreto 291/1992, de 27 de marzo, sobre emisiones y ofertas públicas de venta de valores* y en la *Circular 2/1999, de 22 de abril, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, por la que se aprueban determinados modelos de folletos de utilización en emisiones u ofertas públicas de valores*.

Se hace constar que el registro del Folleto por la CNMV no implica recomendación de la suscripción o compra de los valores que se emitan con cargo al mismo, ni pronunciamiento en sentido alguno sobre la solvencia de la entidad emisora o la rentabilidad de los valores que puedan emitirse.

I.2.2 El Folleto no precisa de autorización ni pronunciamiento administrativo previo, distinto de su registro en la CNMV.

I.3 VERIFICACIÓN Y AUDITORÍA DE LAS CUENTAS ANUALES

Las cuentas anuales individuales de Altadis, S.A. (antes Tabacalera, S.A. hasta su cambio de denominación social el 9 de diciembre de 1999) y las cuentas anuales consolidadas del grupo de sociedades del que Altadis, S.A. es sociedad dominante (en adelante, el “**Grupo Altadis**”) correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2001 han sido auditadas por la firma Arthur Andersen, el 2002 y 2003 por la firma Deloitte & Touche, España S.L. que figura actualmente inscrita en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas (ROAC) con idéntico número, es decir S-0692, tras el cambio de razón social efectuado por Arthur Andersen. El domicilio está situado en la calle Raimundo Fernández Villaverde 65, de Madrid.

Asimismo las cuentas anuales individuales y consolidadas del año 2003 han sido aprobadas por la Junta General de Accionistas ordinaria celebrada el 15 de junio de 2004.

Las cuentas anuales individuales y consolidadas correspondientes a los ejercicios 2001, 2002 y 2003 junto con sus respectivos informes de gestión e informes de auditoría, se hallan depositados en la CNMV. Dichas cuentas anuales han sido auditadas con informes favorables sin salvedades.

Se adjuntan al Folleto como Anexo I, las cuentas anuales, individuales y consolidadas, y los respectivos informes de gestión y de auditoría correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2003.

CAPÍTULO III: EL EMISOR Y SU CAPITAL**III.1 IDENTIFICACIÓN Y OBJETO SOCIAL****III.1.1 Datos del Emisor**

Denominación social: Altadis, S.A.

Domicilio social: C/ Eloy Gonzalo, nº 10, Madrid.

CIF: A-28/009033

CNAE: 0016

III.1.2 Objeto social

De acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 2º de los Estatutos Sociales, la Sociedad tiene por objeto:

“Artículo 2º.- Objeto

1.- Constituye el objeto fundamental de la Sociedad la fabricación y comercio, incluso la importación y exportación, de labores de tabaco. Será también objeto de la Sociedad la distribución de efectos timbrados, signos de franqueo y otros documentos similares bajo la autoridad del Ministerio de Economía y Hacienda, así como cualesquiera otros documentos, impresos y certificados expedidos por entidades públicas o privadas. Constituye igualmente su objeto la distribución de otros productos a los Expendedores de Tabaco y Timbre y a los diferentes canales de comercialización y la fabricación y comercio de materias auxiliares y otros productos accesorios y complementarios de las labores de tabaco. También constituye su objeto la adquisición, tenencia, disfrute y disposición de acciones o participaciones en otras sociedades, cualquiera que sea el objeto de éstas, por cuenta propia.

2.- Las actividades integrantes del objeto señalado podrán ser desarrolladas, total o parcialmente, mediante la titularidad de acciones o participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo.”

III.2 INFORMACIONES LEGALES**III.2.1 Fecha y forma de constitución de la sociedad emisora**

La Sociedad fue constituida por tiempo indefinido en escritura pública autorizada por el Notario D. Luis Ávila Plá, en fecha 5 de marzo de 1945. Los Estatutos Sociales fueron adaptados a la vigente Ley de Sociedades Anónimas por escritura de 22 de diciembre de 1990, otorgada ante el notario de Madrid, D. Ignacio Solís Villa, e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al tomo 655 de Sociedades, folio 1, Hoja nº M-13631, inscripción 128.

La denominación social de la Sociedad pasó a ser Altadis, S.A. por escritura de 9 de diciembre de 1999, otorgada ante el notario de Madrid, D. Carlos Rives Gracia e

inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al tomo 11.967 de Sociedades, folio 206, Hoja nº M-13631, inscripción 221.

Cualquier persona interesada podrá consultar los Estatutos Sociales y los estados contables y económico-financieros en el domicilio social de la Sociedad, sito en la calle Eloy Gonzalo, nº 10 de Madrid así como en la página *web corporativa de Altadis, S.A.* (<http://www.altadis.com>).

III.2.2 Forma jurídica y legislación especial que le sean de aplicación.

Altadis, S.A. está sujeta al régimen jurídico de las sociedades anónimas, rigiéndose por el *Real Decreto 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas*, la *Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores*, modificada por la *Ley 37/1998, de 16 de noviembre, de reforma de la citada ley*, la *Ley 50/1998, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social*, y por la *Ley 44/2002 de Medidas de Reforma del Sistema Financiero (Ley Financiera)*.

Asimismo durante el año 2003, ha entrado en vigor la *Ley 26/2003, de 17 de julio (Ley de Transparencia)*, desarrollada por la *Orden del Ministerio de Economía y Hacienda ECO/3722/2003, de 26 de diciembre* que viene a ser la culminación del proceso de armonización en la Unión Europea para la introducción en los ordenamientos nacionales del principio de transparencia para el correcto funcionamiento de los mercados financieros. A fecha del Folleto Altadis tiene adaptada su Regulación interna a dicha normativa.

La actividad de Altadis viene regulada por la *Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria*, desarrollada por el *Real Decreto 1199/1999, de 9 de julio*, en el que también se regula el estatuto concesional de la red de expendedorías de tabaco y timbre. Esta Ley es modificada por el *Real Decreto-Ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios* y por la *Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden social*.

Esta normativa derogó la *Ley 38/1985, de 22 de noviembre, del Monopolio Fiscal de Tabacos*, que adaptó el régimen de fabricación y distribución de tabaco a la normativa europea.

El *Real Decreto 1079/2002, de 18 de octubre, por el que se regulan los contenidos máximos de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono de los cigarrillos, el etiquetado de los productos de tabaco, así como las medidas relativas a ingredientes y denominaciones de los productos de tabaco*, tiene por objeto la incorporación al Ordenamiento jurídico español de la *Directiva 2001/37/CE de 5 de junio* (Directiva Byrne), que afecta al sector tabaquero en materia de fabricación, presentación y venta de los productos del tabaco.

La *Orden Ministerial 127/2004, de 22 de enero*, desarrolla los Artículos 4 y 6 del RD citado en el párrafo anterior relativo a los métodos y laboratorios de medición de los contenidos de alquitrán, nicotina y monóxido de carbono de los cigarrillos, así como a la lista de ingredientes.

En el análisis general de esta normativa, han de señalarse las peculiaridades que tienen una mayor repercusión en el sector del tabaco en España por resultar novedosas.

- En cuanto a los contenidos máximos, establece las cantidades de alquitrán (10 miligramos), nicotina (1 miligramo) y monóxido de carbono (10 miligramos) de cada cigarrillo a partir del 1 de enero del 2004, excepto para los cigarrillos exportados fuera de la Comunidad Europea que será a partir del 1 de enero del 2007. Dichos contenidos serán medidos por los métodos, regulados por las normas de la “Internacional Organization for Standardization” (ISO), y serán verificados por laboratorios autorizados por el Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Por lo que afecta al etiquetado, todas las unidades de envasado de los productos del tabaco, llevan desde el 30 de septiembre del 2003 para los cigarrillos y un año más tarde para los demás productos del tabaco obligatoriamente unas advertencias determinadas que deberán ocupar el 30% de la superficie de la cara más visible y 40% de la cara posterior. Así aparece en cada cajetilla de tabaco una advertencia general (“Fumar mata” o “Fumar puede matar” y “Fumar perjudica seriamente la salud” que se alternan) y otra adicional, excepto en el tabaco sin combustión que llevará una advertencia específica.

Todas estas advertencias van precedidas de la mención “Las autoridades sanitarias advierten”

- Otro aspecto a destacar es la relativa a la lista de los ingredientes que tienen que remitir los fabricantes, importadores y marquistas de productos de tabaco, anualmente, antes del 1 de noviembre de cada año. La lista ha de ir acompañada de una declaración motivada de la inclusión de tales ingredientes y de los datos toxicológicos acerca de los mismos.
- Asimismo se prohíbe la utilización de nombres, marcas e imágenes que den la impresión de que un determinado producto del tabaco es menos nocivo que otros, como por ejemplo las denominaciones light, ultra light... que han sido suprimidas.

Existen legislaciones semejantes en otros países europeos en los que opera el Grupo Altadis (Francia, Alemania, Italia Austria, Polonia, Finlandia, etc.). La norma que se aplica en Marruecos obliga igualmente a imprimir los niveles de nicotina y alquitrán en las cajetillas así como una advertencia general de salud.

En cuanto a la publicidad del tabaco en España, su práctica en televisión ya viene estando prohibida desde la incorporación al ordenamiento jurídico español, en julio de 1994, de la directiva europea denominada “Televisión sin Fronteras”. Posteriormente, en 1998, el Parlamento Europeo aprobó una Directiva relativa a la aproximación de las disposiciones legales de los Estados miembros en materia de publicidad y patrocinio de los productos del tabaco; sin embargo esta directiva fue anulada por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas. Con fecha 26 de mayo de 2003, se publicó en el Diario oficial de la Unión Europea una nueva Directiva que viene a sustituir a la anterior y en la que se han eliminado aquellos aspectos, en especial los que no tenían alcance transfronterizo, que habían sido cuestionados por el Tribunal de Luxemburgo. Esta Directiva prohíbe todo tipo de publicidad de los productos del tabaco en prensa y otras publicaciones, excepto las dedicadas exclusivamente a profesionales de este comercio, en las emisiones de radio y en los “servicios de la sociedad de información” (Internet); asimismo prohíbe el patrocinio de acontecimientos o actividades que afecten a varios Estados. Los Países miembros deberán poner en vigor estas disposiciones antes del 31 de julio de 2005. A esta fecha, el Estado español aún no ha iniciado trámite legislativo alguno para transponer esta Directiva al ordenamiento

español. En Francia, la Loi Evin de 1991 ya prohíbe todo tipo de publicidad de los productos del tabaco con lo que la transposición de la Directiva no es necesaria.

En el orden tributario, el régimen fiscal del tabaco en España viene regulado por la *Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales*, desarrollada por el *Real Decreto 1165/1995, de 7 de julio*, que aprobó el Reglamento de los Impuestos Especiales.

La evolución del Impuesto Especial sobre las Labores de Tabaco básicamente a partir de 1992, ha consistido en un proceso de armonización de estructuras y homogeneización de tipos impositivos hasta la situación actual que responde a un alto índice de maduración por lo que afecta a la fiscalidad del producto. España, con un tipo de Impuesto Especial sobre la categoría de precio más vendida (la que corresponde a la marca de cigarrillos Fortuna) del 57,72% del PVP (54% de impuesto *ad valorem* y 3,91 euros de impuesto “específico” por cada mil cigarrillos), supera el mínimo global establecido por la normativa comunitaria (57%). En lo que se refiere a los cigarros, picadura de liar y picadura de pipa, el impuesto se establece en un 12,5%, 37,5% y 22,5% del PVP respectivamente.

Con el objetivo de armonizar el mercado interior, la UE adoptó, el 12 de febrero del 2002, una nueva directiva estableciendo que el impuesto precitado para cigarrillos, es decir el 57% del PVP, debía ser como mínimo de 60 euros por 1.000 cigarrillos de la categoría de precio más vendida. Asimismo, en normas comunitarias anteriores no derogadas, se incluía que en ningún caso el tipo específico podría ser inferior al 5% ni superior al 55% de la carga fiscal total resultante de la acumulación del Impuesto Especial (proporcional más específico) y del IVA percibidos sobre la categoría de precios más solicitada de cigarrillos. Dicha norma entrará en vigor en España, en lo que afecta al mínimo de 60 euros por mil cigarrillos a más tardar el 1 de enero de 2005. A fecha de presentación del Folleto, España cumple ya con este requisito. En lo que se refiere al resto, la entrada en vigor será a partir del 1 de enero del 2008 con un incremento, hasta 64 euros por mil cigarrillos, en el monto mínimo exigido, después de aplicar el 57% del PVP sobre la categoría de precio más demandada.

En lo que se refiere a los cigarros, el porcentaje mínimo deberá ser del 5% del PVP o bien 11 euros por 1.000 unidades.

En el caso de la picadura de liar la norma entró en vigor progresivamente en tres plazos: el primero fue el 1 de julio de 2002 con unas cifras de 32% o 27 euros por kilo, el segundo el 1 de julio de 2003 con 33% o 29 euros y finalmente el 1 de enero de 2005, se aplicará 36% o 32 euros mínimo.

En cuanto a la picadura de pipa el 1 de julio de 2003 se aplicó un impuesto del 20% del PVP o 20 euros mínimo por kilo.

Dicha directiva no tendrá repercusión en las subidas normales de precio que se vienen realizando en España.

En el análisis general, ha de señalarse como peculiaridades dentro del sistema español las características de la imposición especial sobre el tabaco en Canarias, Ceuta y Melilla, sensiblemente inferior a la del resto de España.

Francia no se verá afectada por esta directiva ya que los tipos aplicados en la actualidad superan en todos los casos, los mínimos exigidos. De hecho el impuesto especial de los productos del tabaco se ha incrementado dos veces a lo largo del ejercicio 2003, la última entrando en vigor el 5 de enero de 2004. A partir de esa fecha los tipos aplicados a los cigarrillos ascienden a 57,97% del PVP de la categoría de precios más vendida al que hay que añadir 15,0723 euros de específico, con un mínimo de 128 euros por 1000 unidades. El tipo que se aplica a los cigarros es de

27,57% del PVP con un mínimo de 89 euros por 1000 unidades, siendo los porcentajes que hay que repercutir en la picadura para pipa y para liar de 52,42% (mínimo 60 euros por kilo) y 58,57% (mínimo 75 euros por kilo) respectivamente.

En lo que se refiere a algunos Países de la UE, Alemania aplica, a partir de marzo del 2004, un tipo ad valorem más reducido (24,27% PVP de la marca más vendida) frente a un específico mucho más importante (68,50 euros por 1000 unidades) y un mínimo de 135 euros por 1000 (incluido el IVA de 16%), y Polonia repercute un específico de 64 zlotis (13,44 euros) por 1000 unidades y un máximo de 26,67% del PVP a los cigarrillos.

Marruecos tiene un sistema distinto al de la UE. Los productos importados sufren un incremento de la tasa, denominada, “Derecho de Importación”, que alcanza 25% del valor declarado. Un acuerdo entre Marruecos y la Unión Europea prevé que a partir de marzo 2003 y hasta el 2012, se vaya reduciendo un 2,5% anual hasta su total desaparición. Para el resto, los cigarrillos tienen un tipo de 59,4% del PVP neto, y los cigarros 15% del PVP neto. A ello se añade un IVA (20%) así como una “viñeta palestina” que se eleva a 0,10 Dirhams (DH) por cajetilla para los productos de lujo y 0,05 DH por cajetilla para el resto.

III.3 INFORMACIONES SOBRE EL CAPITAL

III.3.1 Importe nominal del capital suscrito y desembolsado

La Junta General Ordinaria de accionistas de Altadis S.A., celebrada el día 15 de junio de 2004, ha acordado reducir el capital social de la Compañía en la cifra de cuatro millones trescientos cincuenta mil euros (4.350.000 euros), mediante la amortización de siete millones doscientas cincuenta mil (7.250.000) acciones propias.

La Escritura Pública de reducción, se ha formalizado el 26 de julio de 2004 ante el Notario de Madrid, D. Emilio Recoder de Casso al número 1124/04 de su protocolo. Ha sido inscrita en el Registro Mercantil el 8 de septiembre de 2004 con el número 302, Tomo 15.774, Libro 0, Folio 177.

A la fecha de presentación de este Folleto, después de haber formalizado su reducción, el capital social de Altadis, S.A. suscrito y totalmente desembolsado asciende a 169.932.855,60 euros, dividido en 283.221.426 acciones de 0,60 euros de valor nominal cada una.

III.3.2 Dividendos pasivos pendientes

No existen dividendos pasivos pendientes de desembolso.

III.3.3 Derechos y forma de representación de las acciones

La totalidad de las acciones integrantes del capital social de Altadis, S.A. están representadas por medio de anotaciones en cuenta. Todas las acciones gozan de iguales derechos políticos y económicos, estando admitidas a cotización en el Mercado Continuo español a través del Sistema de Interconexión Bursátil (de las

cuatro bolsas españolas–Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) y en *Le Premier Marché* de la Bolsa de París (ParisBourse^{SBF}).

No obstante los accionistas no podrán ejercitar un número de votos superior al 10% de los que, teniendo en cuenta el número de acciones con derecho a voto presentes o representadas en el Junta, sean susceptibles de ser emitidos en la misma, con independencia de que sea titular de un porcentaje superior.

La entidad encargada del registro contable de las acciones es la Sociedad Gestora de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores, S.A. (en adelante, “Iberclear”), con domicilio en Madrid, calle Pedro Teixeira, nº 8. La legitimación en la titularidad de las acciones podrá acreditarse mediante la exhibición de los certificados oportunos, expedidos por Iberclear.

Las acciones están totalmente suscritas y desembolsadas y otorgan los mismos derechos y obligaciones para los accionistas. Las acciones de Altadis, S.A. no llevan aparejada prestación accesoria alguna. De igual modo, los Estatutos Sociales de Altadis, S.A. no contienen ninguna previsión sobre privilegios, facultades ni deberes especiales dimanantes de la titularidad de las acciones.

III.3.4 Cuadro esquemático de la evolución del capital social

	<u>15/06/2004</u>	<u>31/12/2003</u>	<u>31/12/2002</u>	<u>31/12/2001</u>
Número de acciones.....	283.221.426	290.471.426	305.471.426	305.471.426
Valor nominal (en euros).....	0,60	0,60	0,60	0,60
Capital (en euros).....	169.932.855,60	174.282.855,60	183.282.855,60	183.282.855,60

En la sesión ordinaria del Consejo de Administración de Altadis, S.A. celebrado en Madrid el día 28 de marzo de 2001, se aprobó por unanimidad la redenominación del capital en euros, de forma que el capital social quedó fijado en 183.592.024,57 euros, dividido en 305.471.426 acciones de 0,601012 euros de valor nominal cada una de ellas. En la misma sesión del Consejo de Administración y con el fin de redondear el valor nominal de las acciones a 0,60 euros, se llevó a cabo una reducción de capital por importe de 309.168,97 euros mediante la creación de una reserva indisponible por el citado importe. Como consecuencia de dicha reducción de capital, el capital social de Altadis, S.A. quedó establecido en 183.282.855,60 euros. Estos acuerdos fueron elevados a escritura pública el 11 de mayo de 2001.

Posteriormente, la Junta General de Accionistas de Altadis, S.A., celebrada el día 10 de junio de 2003, acordó reducir el capital en la cifra de nueve millones de euros, mediante la amortización de quince millones de acciones propias, equivalentes al 4,91% de su capital social.

El Consejo de Administración celebrado el 10 de junio de 2003, inmediatamente después de la Junta, y al amparo de la delegación otorgada en la Junta General de Accionistas de ese mismo día, acordó ejecutar la reducción de capital de Altadis, S.A.

Con fecha 14 de julio de 2003 se otorgó escritura pública de reducción de capital, que causó la inscripción número 290 en el Registro Mercantil.

Por último, y como se ha expresado con anterioridad, la Junta General de Accionistas de Altadis, S.A. celebrada el día 15 de junio de 2004 ha acordado reducir el capital en cuatro millones trescientos cincuenta mil euros, mediante la amortización de siete millones doscientas cincuenta mil acciones propias, equivalentes al 2,50 % de su capital social.

III.3.5 Empréstitos de obligaciones convertibles, canjeables o con *warrants*

La Junta General de Accionistas de Altadis, S.A., celebrada el día 12 de mayo de 2001, autorizó al Consejo de Administración, a emitir, en una o varias veces, series numeradas de valores de renta fija, simples o garantizados, convertibles o canjeables en acciones de la Sociedad, por un importe máximo de cuatrocientos cincuenta millones de euros (450.000.000 euros) o su contravalor en otras divisas con exclusión del derecho de suscripción preferente de los accionistas de la Sociedad, por un plazo máximo de 5 años. La Junta General de Accionista fijó, asimismo, las bases y modalidades de la conversión y delegó en el Consejo de Administración la ejecución del acuerdo de emisión mediante la fijación de todos los extremos no regulados en las mismas y que correspondan a cada emisión en concreto.

A la fecha del Folleto, el Consejo de Administración no ha hecho uso de esta facultad.

III.3.6 Ventajas atribuidas a fundadores y promotores y bonos de disfrute

No existen ventajas atribuidas a fundadores o promotores de la Sociedad, ni tampoco bonos de disfrute.

III.3.7 Capital autorizado

La Junta General de Accionistas de la Sociedad celebrada el día 4 de junio de 2002 autorizó al Consejo de Administración para que, durante un plazo máximo de 5 años desde esta fecha y sin necesidad de convocatoria de la Junta ni acuerdo posterior de la misma, el Consejo pueda acordar, en una o varias veces, el aumento del capital social con o sin exclusión del derecho de suscripción preferente y hasta que éste alcance un máximo de la mitad del capital social que haya al tiempo del acuerdo de dicha Junta.

En el supuesto de que el Consejo de Administración optara por la exclusión del derecho de suscripción preferente, la emisión de las acciones lo será a un tipo que se corresponda con el valor real que resulte determinado por el Auditor de Cuentas de la Sociedad.

La Junta General de Accionistas de la Sociedad celebrada el día 4 de junio de 2002 autorizó igualmente al Consejo de Administración para aumentar el capital social de Altadis, S.A. por un importe nominal de hasta el 2% del capital social existente a fecha 4 de junio de 2002, mediante la emisión de nuevas acciones ordinarias con exclusión del derecho de suscripción preferente y que habrán de ser suscritas por empleados de las sociedades integradas en el Grupo Altadis. La Junta General fijará el procedimiento para la determinación del precio pero se delegó en el Consejo de Administración la facultad de señalar la fecha de la ampliación del capital social, en todo o en parte, en una o varias veces, o incluso de abstenerse de ejecutarla, y de fijar las condiciones de la ampliación en todo lo que no resulte determinado en el acuerdo correspondiente de la Junta General. Asimismo se delegó en el Consejo la facultad de

dar nueva redacción al Artículo 5 de los Estatutos Sociales y solicitar la admisión a cotización de las nuevas acciones.

A la fecha del Folleto, el Consejo de Administración no ha hecho uso de las facultades mencionadas anteriormente.

III.3.8 Condiciones a las que los Estatutos Sociales someten las modificaciones del capital y de los respectivos derechos de las diversas categorías de acciones

No existen condiciones ni requisitos especiales en los estatutos de la sociedad que supongan modificación del régimen jurídico establecido en la legislación sobre sociedades anónimas para el aumento o reducción del capital social.

Los Estatutos Sociales de Altadis, S.A., que han sido modificados en la Junta General Ordinaria de 15 de junio de 2004, establecen una serie de requisitos para la asistencia de los accionistas a las Juntas Generales de la Sociedad. En este sentido, el Artículo 22 de los vigentes Estatutos Sociales establece lo siguiente:

“Artículo 22.- Derecho de Asistencia

Podrán asistir a la Junta General todos los accionistas de la Sociedad, siempre que sus acciones figuren anotadas en el Registro Contable de entidad autorizada, con cinco días de antelación a la fecha de la celebración de la Junta, y conserven la titularidad en esa fecha”.

Asimismo, el Artículo 24 de los mismos Estatutos Sociales introduce restricciones al derecho de voto:

“Artículo 24.- Derecho al Voto

3.- No obstante lo dispuesto en el primer párrafo, los accionistas no podrán ejercitar un número de votos superior al 10 por 100 de los que, teniendo en cuenta el número de acciones con derecho de voto presentes o representadas en la Junta, sean susceptibles de ser emitidos en la misma, con independencia de que sea titular de un porcentaje superior.

4.- Para el cómputo del número máximo de votos que pueda emitir cada accionista y a los efectos de lo anteriormente establecido, deberán incluirse las acciones de que cada uno de ellos sea titular, no incluyéndose las que correspondan a otros titulares que hubieran delegado en aquel accionista su voto, sin perjuicio de aplicar asimismo individualmente a cada uno de los accionistas que deleguen el mismo porcentaje del 10 por 100 para los votos correspondientes a las acciones de que sean titulares.

5.- También será de aplicación la limitación establecida en los párrafos anteriores al número de votos que, como máximo, podrán emitir –sea conjuntamente, sea por separado- dos o más sociedades accionistas pertenecientes a un mismo grupo de entidades. Esta limitación se aplicará igualmente al número de votos que, como máximo, pueda emitir una persona física accionista y la entidad o entidades, también accionistas, que aquella persona física controle, tanto sean emitidos conjunta como separadamente”.

Por último, el Artículo 25 de los Estatutos Sociales establece lo siguiente:

“Artículo 25.- Quórum de Asistencia y Mayorías

1.- Las Juntas Generales de Accionistas, tanto ordinarias como extraordinarias, se considerarán válidamente constituidas cuando en primera o en segunda convocatoria, concurra a las mismas, presentes o representadas, la parte de capital social que como mínimo señale a este respecto, para cada caso, la legislación en vigor.

2.- Para que exista acuerdo es necesario que voten a favor del mismo la mitad más uno de los votos presentes o representados, salvo en los casos en que la Ley disponga una mayoría superior.

3.- El voto de las propuestas sobre puntos comprendidos en el Orden del Día de cualquier clase de Junta General podrá delegarse o ejercitarse por el accionista mediante correspondencia postal, electrónica o cualquier otro medio de comunicación a distancia, siempre que se garantice debidamente la identidad del sujeto que ejerce su derecho de voto.

III.4 ACCIONES PROPIAS

A 30 de junio de 2004, las sociedades del Grupo Altadis tenían un total de 7.520.037 acciones de Altadis, S.A., representativas del 2,59% del capital social. Parte de estas acciones (9.490) es autocartera indirecta a través de la sociedad del Grupo Altadis, Urex Inversiones, S.A. (en adelante, “Urex”).

El siguiente cuadro muestra el movimiento de la autocartera producido durante los ejercicios 2001, 2002, 2003 y el periodo enero-junio 2004:

Autocartera acciones de Altadis	Ene.- Junio 2004	Ene.- Dic. 2003	Ene.- Dic. 2002	Ene.- Dic. 2001
Saldo Acciones Final Periodo	7.520.037	3.059.013	11.491.317	4.354.335
Acciones Compradas Periodo	5.081.071	6.816.444	8.343.861	4.428.795
Acciones Enajenadas Periodo	620.047 ⁽¹⁾	248.748 ⁽¹⁾	1.206.879 ⁽²⁾	596.047 ⁽²⁾
Acciones Amortizadas Periodo	-	15.000.000	-	-
Compras Periodo (miles de euros)	128.115 ⁽³⁾	152.148	181.275	72.868
Ventas Periodo (miles de euros)	8	-	12.187	9.897
Precio Medio Ponderado Compra por acción del Periodo (euros)	25,21	22,32	21,73	16,45
Precio Medio Ponderado Venta por acción del Periodo (euros)	20,94	20,51	20,16	16,60
Porcentaje del Capital Final Periodo	2,59	1,05	3,76	1,43
Beneficio (o Pérdida) Neto Final Periodo (miles de euros)	-	-	1.952	736

(1) en el periodo enero-junio de 2004, 619.647 acciones, han sido canjeadas por 195.678 acciones de Seita como consecuencia del programa de stock options para empleados de Seita. Asimismo, en el periodo enero-diciembre de 2003, 248.748 acciones fueron canjeadas por 78.552 acciones de Seita como consecuencia del programa de stock options para sus empleados.

(2) de las 1.206.879 acciones enajenadas en el periodo enero-diciembre de 2002, 604.408 fueron vendidas al mercado por un importe de 12.187.244 euros lo que supuso una plusvalía de 1.951.885 euros. El resto, 602.471 acciones fueron canjeadas por 190.254 acciones de Seita como consecuencia del programa de stock options para sus empleados.

(3) En la Junta General de Accionistas de la Sociedad, celebrada el 15 de junio de 2004 se ha acordado la amortización de 7.250.000 acciones propias correspondiente a la Autocartera de Altadis, S.A. Dicha amortización ha sido inscrita el 8 de septiembre de 2004 en el Registro Mercantil con el número 302.

Evolución de las acciones propias durante el año 2001

La Junta General de Accionistas celebrada el día 21 de mayo de 2001, acordó renovar la autorización para la adquisición derivativa de acciones propias, directamente o a través de sociedades del Grupo Altadis, dentro de los límites y con los requisitos legales, por un plazo máximo de 18 meses, dejando sin efecto, en la parte no utilizada, la autorización concedida por la Junta General de Accionistas de 21 de junio de 2000.

En este sentido, a lo largo del año 2001, el Grupo Altadis procedió a la compra de 4.428.795 acciones de Altadis, S.A. y a la venta de 596.047 acciones, obteniendo un beneficio neto de 736 miles de euros. Durante el año 2001 no se produjo ninguna amortización de acciones.

Evolución de las acciones propias durante el año 2002

La Junta General de Accionistas celebrada el día 4 de junio de 2002, acordó renovar la autorización para la adquisición derivativa de acciones propias, directamente o a través de sociedades del Grupo Altadis, dentro de los límites y con los requisitos legales, por un plazo máximo de 18 meses, dejando sin efecto, en la parte no utilizada, la autorización concedida por la Junta General de Accionistas de 21 de mayo de 2001.

En este sentido, a lo largo del año 2002, el Grupo Altadis procedió a la compra de 8.343.861 acciones de Altadis, S.A. y a la venta de 604.408 acciones, obteniendo un beneficio de 1.952 miles de euros. Por otra parte, también canjeó 602.471 acciones de autocartera por 190.254 acciones de la Société Nationale Service d'Exploitation Industrielle des Tabacs et Allumettes (en adelante "Seita").

Evolución de las acciones propias durante el año 2003

En julio de 2003 Altadis, S.A. procedió a la amortización de 15.000.000 de acciones propias, representativas del 4,91% de su capital social, en ejecución del acuerdo adoptado por la Junta General de Accionistas celebrada el 10 de junio de 2003.

La Junta General de Accionistas celebrada el día 10 de junio de 2003, acordó renovar la autorización para la adquisición derivativa de acciones propias, directamente o a través de sociedades del Grupo Altadis, dentro de los límites y con los requisitos legales, por un plazo máximo de 18 meses, dejando sin efecto, en la parte no utilizada, la autorización concedida por la Junta General de Accionistas de 4 de junio de 2002.

En este sentido, a lo largo del año 2003, el Grupo Altadis procedió a la compra de 6.816.444 acciones de Altadis, S.A. y canjeó 248.748 acciones de autocartera por 78.552 acciones de Seita.

Evolución de las acciones propias durante el año 2004, hasta el 30 de junio.

En el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2004 y el 30 de junio del mismo año el Grupo Altadis ha procedido a la compra de 5.081.071 acciones de Altadis, S.A. Por otra parte el Grupo Altadis ha canjeado 619.647 acciones por 195.678 acciones de Seita.

La Junta General de Accionistas celebrada el pasado día 15 de junio de 2004, ha acordado renovar la autorización para la adquisición derivativa de acciones propias concedida en la Junta anterior, en los siguientes términos:

“Autorizar expresamente al Consejo de Administración, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 75 del vigente texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, la adquisición derivativa de acciones de Altadis, S.A., directamente por la propia Sociedad o indirectamente a través de sus sociedades dominadas, hasta un número máximo de acciones que represente el 5% del capital social y por un precio o valor de contraprestación que no podrá ser inferior al valor nominal de las acciones ni superior a su cotización en Bolsa.

La adquisición para la que se solicita autorización, podrá efectuarse mediante compraventa, permuta, donación, adjudicación, o dación de pago y, en general, por cualquier otra modalidad de adquisición a título oneroso de acciones en circulación e íntegramente desembolsadas, incluyendo la utilización de instrumentos financieros derivados, entre ellos particularmente todas las operaciones de opciones (Put and Calls), y por un plazo máximo de dieciocho meses a contar desde la adopción de este acuerdo.

Estas acciones que se adquieran no gozarán de ningún derecho político, ni siquiera el de voto, atribuyéndose proporcionalmente al resto de las acciones los derechos económicos que las correspondan de acuerdo con lo establecido en el Artículo 79 de la Ley.

Se autoriza al Consejo para crear en el momento de adquisición de las acciones, con carácter indisponible, una reserva especial en el pasivo de su balance cuya dotación irá con cargo a reservas de libre disposición por un importe equivalente al valor de adquisición de dichas acciones.

La presente autorización deja sin efecto lo acordado por la Junta General de Accionistas celebrada el 10 de junio de 2003.

Asimismo, y a los efectos previstos en el párrafo segundo del número 1 del Artículo 75 de la Ley de Sociedades Anónimas, se otorga expresa autorización para la adquisición de acciones de la Compañía por parte de cualquiera de las sociedades dominadas en los mismos términos resultantes del presente acuerdo.

Expresamente se hace constar que las acciones que se adquieran como consecuencia de la presente autorización podrán destinarse tanto a la enajenación como a la aplicación de los sistemas retributivos contemplados en el párrafo tercero del apartado 1 del Artículo 75 de la Ley de sociedades Anónimas.

El Consejo, en su momento, decidirá la venta, el mantenimiento o la amortización de las acciones adquiridas.

III.5 BENEFICIOS Y DIVIDENDOS POR ACCIÓN DE LOS EJERCICIOS 2001, 2002 Y 2003

(miles de euros)	2003 ⁽¹⁾	2002	2001
Beneficio Neto del Grupo Altadis ⁽¹⁾	293.151	435.163	380.168
Beneficio Neto de Altadis, S.A.	291.353	173.592	207.089
Beneficio por acción del Grupo Altadis (euros)	1,01	1,46	1,25
Beneficio por acción de Altadis, S.A. (euros)	1,00	0,58	0,68
Dividendo por acción (euros)	0,80	0,70	0,62
Dividendos Repartidos ⁽²⁾	204.003	185.639	171.064
Tasa de distribución del beneficio del Grupo Altadis (%)	79,4	47,9	49,4
Cotización a 31 de diciembre (euros) ⁽³⁾	22,50	21,74	19,10
PER	22,3	14,9	15,2
Nº Medio de Acciones del ejercicio ⁽⁴⁾	290.859.298	297.805.186	303.077.493
Nº de Acciones al 31 de diciembre	290.471.426	305.471.426	305.471.426

(1) El Beneficio neto, Beneficio por acción, Tasa de distribución del beneficio y el PER correspondientes al Grupo Altadis se ven afectados por la dotación de la provisión para los gastos del plan de reorganización que se aplicará durante los años 2004 y 2005 (240.300 miles de euros). Eliminando este importe obtenemos los múltiplos equivalentes "normalizados": Beneficio neto normalizado del Grupo Altadis 449.346 miles de euros, beneficio por acción normalizado del Grupo Altadis: 1,54 euros y PER normalizado: 14,6

(2) Las acciones propias de Altadis, S.A. en autocartera del Grupo no tienen derecho al cobro del dividendo.

(3) Cotización de la acción de Altadis, S.A. en el SIBE.

(4) El "Número Medio de Acciones" se obtiene como resultado del promedio diario de las acciones emitidas menos las acciones propias de Altadis, S.A. en autocartera.

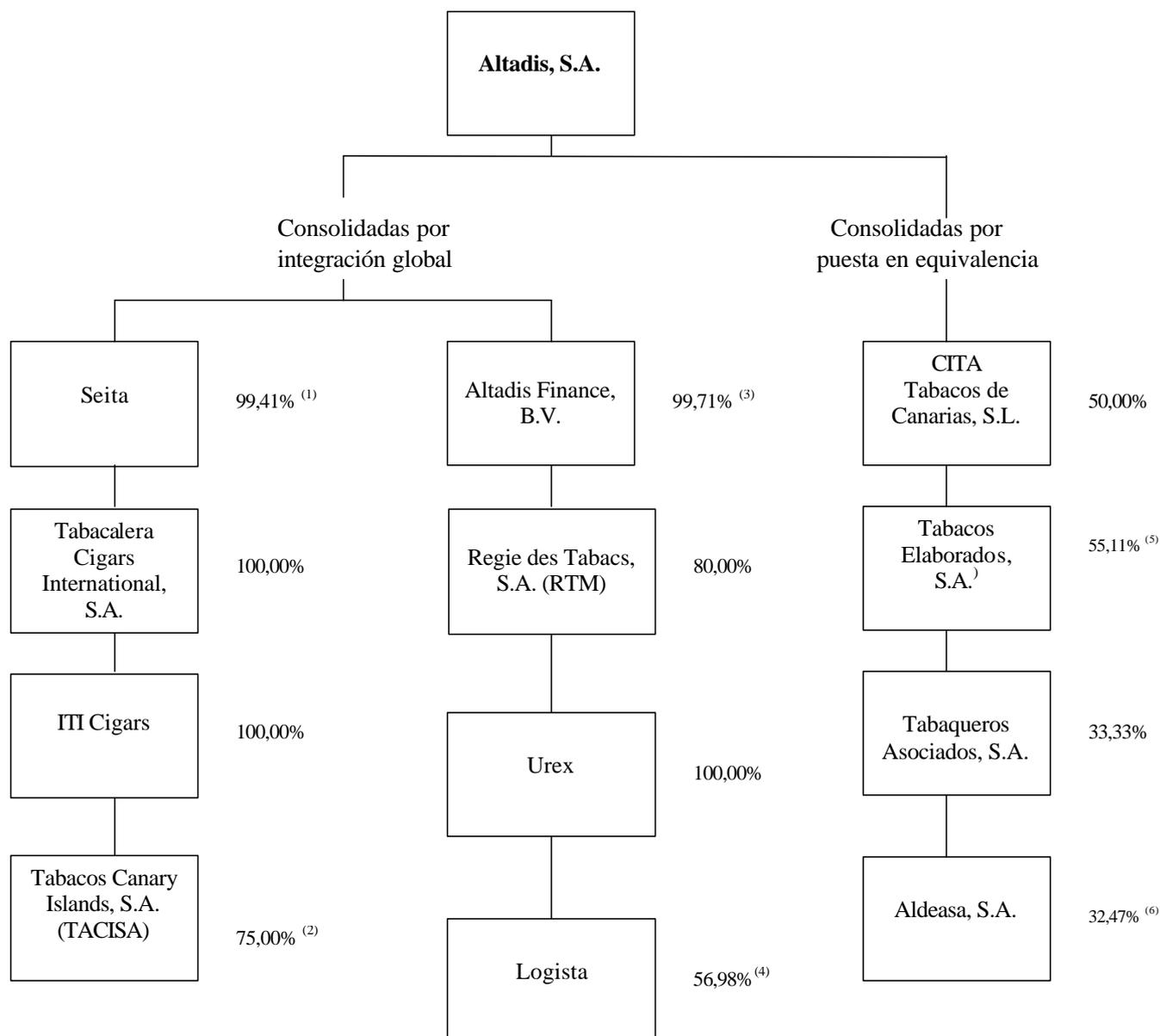
III.6 GRUPO DE SOCIEDADES DEL QUE FORMA PARTE EL EMISOR

Altadis, S.A. es cabecera de un Grupo de Sociedades cuya estructura adjuntamos a continuación.

Con posterioridad, se reproducen varios cuadros que recogen los principales datos económico-financieros a 31 de diciembre de 2003, de las sociedades participadas por Altadis, S.A.

A fecha de registro del Folleto, no existen cambios significativos en las sociedades participadas por Altadis, S.A. respecto a 31 de diciembre de 2003.

**ORGANIGRAMA DE LAS PRINCIPALES SOCIEDADES
QUE COMPONEN EL GRUPO ALTADIS A 31 DE DICIEMBRE DE 2003**
(No se incluyen las Sociedades inactivas o en proceso de liquidación)



(1) No se han incluido en este porcentaje las acciones afectas a los planes de opciones sobre acciones, cubiertas por autocartera y que suponen 0,59% del capital.

(2) Indirectamente Altadis, S.A. posee un 25% a través de CITA Tabacos de Canarias, S.L.

(3) Seita posee el 50,00% de esta participación.

(4) No se ha incluido las acciones afectas a los planes de opciones sobre acciones cubiertas por autocartera y que suponen un 1,51% del capital ni las participaciones a CP (1,65%).

(5) Indirectamente Altadis, S.A. posee el 21,78% a través de Tabaqueros Asociados, S.A.

(6) No incluidas las participaciones a CP que suponen 2,112% del capital.

DETALLE DE LAS SOCIEDADES QUE COMPONEN EL GRUPO ALTADIS A 31 DE DICIEMBRE DE 2003

Sociedad	Domicilio	Sector de Actividad	Participación directa	Participación indirecta	miles de euros				Valor en Libros (miles de euros)	
					Capital Social	Reservas	Beneficio Ejercicio	Dividendos Brutos	Valor Bruto Contable	Valor Neto Contable
Consolidadas por integración Global										
Subgrupo Seita ⁽¹⁾	182-188 Avenue de France 75639 Paris Cedex 13	Elaboración y distribución de tabaco	99,41	0,59	362.535	498.888	249.948	316.766	895.568	895.568
RTM	87, rue Ahmed El Figuigui, Casablanca	Elaboración y distribución de tabaco	80,00	-	64.410	24.198	28.865	-	1.308.801	1.295.271
Subgrupo Logista ⁽²⁾	Trigo, s/n Leganés Madrid	Logística	56,98	-	27.780	265.311	80.309	17.600	141.664	141.664
Subgrupo Tabacalera Cigars International	Eloy Gonzalo, 10 Madrid	Sociedad de cartera	100,00	-	156.262	249.480	252.449	-	157.471	155.483
Subgrupo ITI Cigars	Eloy Gonzalo, 10 Madrid	Sociedad de cartera	100,00	-	100.000	270.155	-20.648	-	490.277	349.471
Subgrupo Urex	Gta. de Quevedo, 9 Madrid	Sociedad de cartera	100,00	-	10.532	33.679	16.600	12.000	43.287	43.287
Viaplus Networks, S.A.	Madrid	Sin actividad	75,00	-	35.745	-28.711	-43	-	26.808	5.275
Tabacos Canary Islands, S.A. (TACISA) ⁽³⁾	Barriada García Escamez Santa Cruz de Tenerife	Fabricación y comercialización de cigarrillos	50,00	25,00	2.705	23.439	-3.416	-	751	751
Altadis Finance, B.V. ⁽⁴⁾	Herengracht, 545 Ámsterdam (Holanda)	Financiera	50,00	49,71	2.018	-10	55	-	1.028	1.028
Otras Sociedades sin actividad			-	-	-	-	-	-	14	14

Sociedad	Domicilio	Sector de Actividad	Participación directa	Participación indirecta	miles de euros				Valor en Libros (miles de euros)	
					Capital Social	Reservas	Beneficio Ejercicio	Dividendos Brutos	Valor Bruto Contable	Valor Neto Contable

Consolidadas por puesta en equivalencia

Aldeasa, S.A. ⁽⁵⁾	Ayala, 81 Madrid	Venta en áreas libres de impuestos	34,58	-	25.200	125.975	28.560	6.151	150.151	104.202
CITA, Tabacos de Canarias, S.L.	Juan Ravina Méndez, s/n Santa Cruz de Tenerife	Fabricación y comercialización de tabaco	50,00	-	6.010	62.698	-19.763	-	12.333	12.333
Tabacos Elaborados, S.A. ⁽⁶⁾	Ctra. de Comella, 41 Andorra	Distribución marcas de Altadis en Andorra	33,33	21,78	601	1.299	1.498	391	192	192
Tabaqueros Asociados, S.A.	Ctra. de Comella, 41 Andorra	Sociedad de cartera	33,33	-	400	905	1.009	267	138	138

Otras Sociedades que no consolidan

MTS Tobacco, S.A.	Pol. Ind. C/ N-2 Orcoyen (Navarra)	Maquinaria y repuestos de tabaco	40,00	-	962	2.521	1.235	-	391	391
-------------------	---------------------------------------	----------------------------------	-------	---	-----	-------	-------	---	-----	-----

(1) No se han incluido en este porcentaje las acciones afectas a los planes de opciones sobre acciones cuyo valor contable asciende a 13.837 miles de euros

(2) No se han incluido las participaciones a CP ni las acciones afectas a los planes de opciones sobre acciones cuyo valor contable es respectivamente de 14.805 miles de euros y 12.444 miles de euros.

(3) Indirectamente Altadis, S.A. posee un 25% a través de CITA Tabacos de Canarias, S.L.

(4) Seita posee el 49,71% de esta participación.

(5) No están incluidas las participaciones a CP cuyo valor teórico contable neto es de 8.760 miles de euros.

(6) Indirectamente Altadis, S.A. posee el 21,78% a través de Tabaqueros Asociados, S.A.

Sociedades del Grupo y Asociadas – Valor en Libros de Altadis, S.A.

31 de diciembre de 2003	miles de euros	
	Valor Bruto	Valor Neto
Participación en Empresas del Grupo	3.065.669	2.887.812
Participación en Empresas Asociadas	163.205	117.256
TOTAL	3.228.874	3.005.068

CAPÍTULO IV: ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR

IV.1 ANTECEDENTES

IV.1.1 Evolución histórica

Los antecedentes de Altadis, S.A. en España (antes, Tabacalera S.A.) se remontan a la Real Cédula de 28 de diciembre de 1636, en la que las Cortes de Castilla y León, celebradas en Madrid, acuerdan la fundación de la Institución del Estanco del Tabaco con el objetivo de obtener “cuantiosos rendimientos para la Hacienda”. Ya en 1707, el Estanco del Tabaco se había extendido al Reino de Aragón y a Canarias y en 1709 a Navarra, administrándose directamente por la Hacienda, o bien mediante arriendo por cortos períodos.

La inestabilidad política del siglo XIX afecta a la Renta de Tabaco por lo que, en abril de 1887, se promulga la ley de arrendamiento del monopolio de tabacos y se constituye (25 junio 1887) la Compañía Arrendataria de Tabacos (CAT), a la que el Banco de España -impulsor de su creación- cede el arrendamiento del monopolio que había obtenido por concurso. Tras sucesivas prórrogas se llega a 1945 en que, por indicación del Gobierno, se constituye una nueva sociedad, Tabacalera, S.A. (5 marzo 1945). Tabacalera, S.A. (actual Altadis, S.A.) es desde ese momento una empresa mixta con participación privada y pública.

Como consecuencia de la incorporación de España a la Comunidad Europea, a partir de enero de 1986 se modificó profundamente el marco tributario sobre el tabaco al eliminarse la Renta de Tabacos, sustituyéndose por una imposición especial sobre el tabaco y por el IVA. Se inicia también un proceso de armonización fiscal con los países comunitarios respecto del tabaco. Igualmente se produce una apertura del mercado, con la presencia, cada vez mayor, de productos tabaqueros procedentes del exterior, fabricados por Tabacalera mediante contratos de licencia.

El año 1998 constituye otro de los hitos históricos de Tabacalera, con la aprobación de la *Ley de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria* -Ley 13/1998, de 4 de mayo-, en la que se contempla la total liberalización del sector con la excepción del comercio minorista, y en el contexto de su marco jurídico, tiene lugar la venta de la parte propiedad del Estado y en consecuencia la privatización total de la Compañía.

Un hecho clave en la reciente historia de la Sociedad fue lo que podría denominarse el nacimiento de Altadis, S.A. El 5 de octubre de 1999, Tabacalera, S.A. (actual Altadis, S.A.) y la sociedad francesa Seita anuncian su proyecto de unión empresarial que se formalizará a través de una oferta pública de adquisición (OPA) de acciones presentada por Tabacalera, S.A. sobre las acciones de Seita, dirigida a lograr la integración de ambas entidades en igualdad de condiciones que se inició el 19 de octubre y finalizó el 23 de noviembre de 1999. La mencionada oferta concluyó con un intercambio de acciones para la creación de Altadis, S.A. que representaban el 83,07% del capital social de Seita. En la actualidad, el Grupo Altadis, tras sucesivas adquisiciones, posee la totalidad del capital social de Seita.

IV.1.2 Actividades actuales del emisor

Altadis, S.A. es el resultado de la unión empresarial de dos empresas, Seita y Tabacalera, S.A. con una tradición antigua en el mundo del tabaco. Dicha alianza se produce en un momento en el que ya se ha liberalizado el mercado de tabaco y ambas compañías han culminado el proceso de privatización.

Con anterioridad a la unión empresarial con Seita, Tabacalera, S.A. segrega su actividad de distribución en España y Portugal dando lugar a su filial Logista.

El Grupo constituido se convierte en uno de los principales grupos de la industria europea y del área mediterránea del tabaco y la logística, actuando tanto en el campo de la fabricación y comercialización de labores del tabaco como en la distribución del producto al minorista.

IV.2 ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR

EVOLUCIÓN DE LOS DATOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS SIGNIFICATIVOS DEL GRUPO CONSOLIDADO

Tabla nº 1: Datos significativos de las cuentas de resultados consolidadas correspondientes a los ejercicios 2003, 2002 y 2001.

	miles de euros		
	2003	2002	2001
Ventas netas	9.473.160	8.996.623	8.313.773
Coste de ventas	-6.736.214	-6.599.260	-5.899.140
Variación productos terminados y en curso	-6.369	145.492	-90.540
Margen comercial	2.730.577	2.542.855	2.324.093
Gastos de personal	-749.628	-732.471	-671.152
Gastos generales	-946.753	-862.519	-807.814
Amortizaciones y provisiones	-152.161	-177.364	-172.494
Otros ingresos	33.290	40.077	57.129
Beneficio de explotación	915.325	810.578	729.762
Resultados financieros	-82.924	-36.793	-44.594
Participación puestas en equivalencia	15.714	26.607	16.618
Amortización Fondo de Comercio	-117.983	-94.548	-90.833
Beneficios de las actividades ordinarias	730.132	705.844	610.953
Resultados extraordinarios	-250.728	-32.082	5.569
Beneficios antes de impuestos	479.404	673.762	616.522
Impuesto sobre Sociedades	-142.517	-196.850	-206.138
Resultados atribuibles a socios externos	-43.736	-41.749	-30.216
Beneficio neto (*)	293.151(*)	435.163	380.168

(*) El Beneficio neto de Altadis, S.A. en el año 2003 se ve afectado por la dotación de la provisión de los gastos del plan de reestructuración que se implantará durante los años 2004 y 2005, eliminando este importe (240.300 miles de euros) el Beneficio neto "normalizado" alcanza los 449.300 miles de euros.

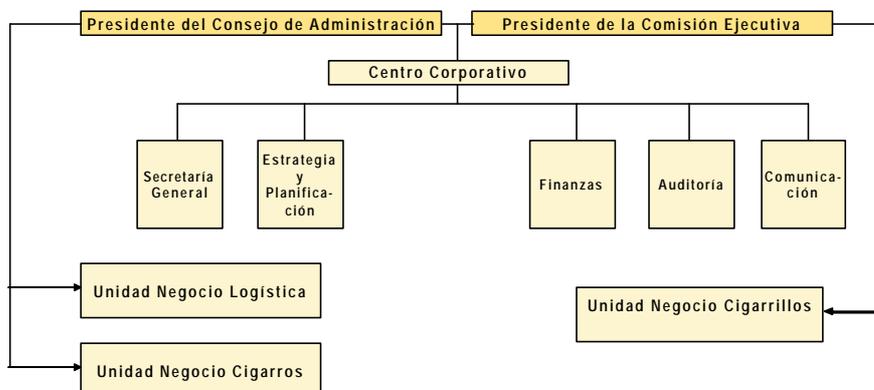
Tabla nº 2: Datos significativos de los balances consolidados correspondientes a los ejercicios 2003, 2002 y 2001.

	miles de euros		
	2003	2002	2001
Accionistas por desembolsos no exigidos	-	-	589
Inmovilizado -	2.468.421	2.148.156	2.141.351
Gastos de establecimiento	2.541	3.655	12.262
Inmovilizado inmaterial	592.375	358.588	455.146
Inmovilizado material	803.509	687.008	727.580
Inmovilizado financiero	1.069.996	1.098.905	946.363
Fondo de comercio de consolidación	1.999.200	1.179.575	1.366.226
Gastos a distribuir en varios ejercicios	16.867	2.855	3.671
Activo circulante	4.668.805	4.970.046	4.792.846
TOTAL ACTIVO	9.153.293	8.300.632	8.304.683
Fondos propios -	1.130.763	1.422.367	1.548.403
Capital	174.283	183.283	183.283
Prima de emisión	132.219	270.264	432.675
Reservas de la Sociedad Dominante	141.236	213.250	161.124
Reservas en sociedades consolidadas	669.621	410.085	234.872
Diferencias de conversión	-279.747	-89.678	156.281
Beneficios del ejercicio atribuibles a la Sociedad Dominante	293.151	435.163	380.168
Socios externos	279.111	191.931	165.839
Diferencias negativas de consolidación	43.299	36.181	36.062
Ingresos a distribuir en varios ejercicios	4.017	7.380	20.399
Provisiones para riesgos y gastos a largo plazo	507.117	135.450	220.577
Acreeedores a largo plazo	2.166.160	516.676	526.794
Acreeedores a corto plazo	5.022.826	5.990.647	5.786.609
TOTAL PASIVO	9.153.293	8.300.632	8.304.683

IV.2.1 Descripción de las principales líneas de actividad

Actualmente existen tres unidades de negocio: Cigarrillos, Cigarros y Logística, que cuentan con el apoyo de un centro corporativo encargado de las funciones comunes a todas ellas organizadas de la manera siguiente:

Estructura organizativa de Altadis, S.A.



Respecto de las funciones de cada una de estas unidades de negocio, Cigarrillos ha asumido la actividad de comercialización de las marcas propias de Altadis y la producción de cigarrillos tanto de marcas propias como licenciadas. Cigarros asume tanto la actividad comercializadora de las marcas propias de Altadis como el correspondiente proceso productivo. El 1 de febrero de 1999 Tabacalera, S.A. segregó su actividad de distribución creando su filial Logista para España y Portugal. La unidad de negocio Logística (que incluye tanto la actividad de Logista como la de Distribución Francia) asume todo el proceso de logística (largo recorrido) y distribución capilar de cualquier clase de producto, sea éste tabaquero (y, éste a su vez, marca propia, licenciada o importada) o de cualquier otra naturaleza susceptible de ser distribuido o gestionado por los medios y con la infraestructura con que cuenta.

El proceso de integración de Tabacalera, S.A. y Seita, dando lugar a la actual Altadis, S.A., ha reforzado la posición competitiva en cada uno de estos negocios, resumiéndose a continuación sus cifras claves, así como sus objetivos estratégicos:

- **Cigarrillos:** la Unidad de Cigarrillos, con una participación del 51% y 56% de las ventas económicas consolidadas y del Ebitda, respectivamente, del Grupo Altadis en el ejercicio 2003 ha logrado mantener una buena posición en sus principales mercados ostentando el tercer lugar del mercado de Europa Occidental, con un primer puesto en España, un segundo en Francia y una cuarta posición en Alemania. El volumen total de ventas del Grupo Altadis, en el ejercicio 2003 ha sido de 99.500 millones de cigarrillos¹.

Por segmentos, los rubios han seguido ganando terreno a los negros que han mantenido su descenso a lo largo del ejercicio. Las ventas de rubios se han incrementado gracias al dinamismo de sus dos principales marcas, **Gauloises Blondes** y **Fortuna**. La globalización de Gauloises Blondes en el segmento *sub-premium*, el desarrollo regional de Fortuna en el segmento medio-bajo, así como el uso táctico de marcas locales fuertes han sido las líneas maestras de la estrategia de Altadis en este segmento.

¹ no incorpora las ventas de RTM en Marruecos que vendió 5.900 millones de cigarrillos en el segundo semestre del año, pero sí incluye 6.700 millones de cigarrillos de marcas concedidas bajo licencia a terceros

En cuanto a los cigarrillos negros, Altadis ha logrado seguir rentabilizando sus principales marcas, **Gauloises Brunés** y **Ducados**, a pesar de la caída de las ventas.

Con la adquisición de la RTM en el año 2003, Altadis incorpora nuevas marcas a su portafolio, como son **Marquise**, la marca de rubios más popular del mercado y **Casa Sports** y **Olympic** en negro, segmento que representa aún el 38% del mercado en volumen.

- **Cigarros:** La unidad de negocios de cigarros de Altadis, mantiene su primer puesto a nivel mundial, así como en los mercados de EE.UU., España y Francia y alcanzando el 23% de las ventas económicas y 16% del Ebitda del Grupo.

A pesar del impacto que una depreciación del dólar próxima al 20% ha representado en un negocio en el que la mayor parte de las ventas y los resultados se producen en dólares, el crecimiento experimentado en la práctica totalidad de los mercados en que Altadis opera, ha hecho posible un aumento en el 2003 de las ventas en euros en un 0,9% y del Ebitda en un 3,2%.

Estos porcentajes, cuando se elimina el efecto dólar, se convierten en unos datos de crecimiento aún mayores. A tipo de cambio constante, las ventas económicas han aumentado un 15% en valor y el Ebitda aportado por la Unidad de Negocio de Cigarros aumentó un 24,5%.

Con carácter general, las diferentes Unidades que componen el Negocio de Cigarros de Altadis, han perseguido el objetivo común de mejorar la rentabilidad a través de la reevaluación constante del portafolio y de la eficiencia en costes.

En EE.UU. se ha seguido una clara estrategia de innovación tanto en los productos con sabor ofrecidos al mercado como en la gestión de su distribución al consumidor. En este sentido tiene su encaje la adquisición, el 10 de octubre del 2003, de una participación del 51% del capital de la sociedad 800 JR Cigar Inc. por el Subgrupo Tabacalera Cigars Internacional de la que se ha tomado, de esta forma, el control de la misma. El precio pagado por dicha adquisición ha sido de 15.789.000 dólares USA. Dicho precio se ha pactado en función de la valoración en dicha fecha de su Capital Circulante, Propiedades, Plantas y Maquinaria, así como de su Tesorería, Inversiones y Deuda consolidada, por lo que no ha generado ningún fondo de comercio. A 31 de diciembre de 2003 el valor contable de dicha sociedad ascendía a 55,4 millones de dólares USA. Para la participación del 49% restante, las partes han llegado a un acuerdo de opción de compra para el comprador y de venta para el vendedor que podrán ser ejercidas una vez transcurridos cinco años. El precio global de la operación se establecerá en función de los resultados de la empresa en los últimos ocho trimestres previos a la fecha de vencimiento de la opción de compra o de venta.

En Europa, el lanzamiento de nuevos productos en el segmento de formato pequeño ha permitido la recuperación de volúmenes en España, al mismo tiempo que la estrategia de valor ha hecho posible que en Francia, pese a la difícil situación del mercado, hayan crecido las ventas económicas.

- **Logística:** Esta unidad de negocios se ha caracterizado por una mejora en la eficiencia de las actividades vinculadas al tabaco y un importante crecimiento de la logística general. La participación de la logística en las ventas económicas del Grupo ha sido del 23% y del 22% del Ebitda del Grupo. Altadis ha logrado optimizar los costes manteniendo el primer puesto en la distribución de productos

tabaqueros en España y Francia. Asimismo se ha propuesto desarrollar su especialización en la logística general.

Durante el ejercicio 2003 las actividades y resultados de Altadis han estado marcados por algunos acontecimientos excepcionales que enunciamos a continuación:

- ??la adquisición del 80% del capital de Régie des Tabacs, S.A. (RTM), compañía marroquí dedicada a la producción, comercialización y distribución de productos de tabaco a un coste total de 1.292 millones de euros. Las cuentas del Grupo Altadis recogen la actividad de esta compañía desde el 1 de julio; con el fin de financiar esta adquisición, el 2 de octubre del 2003 el Grupo lanzó una emisión de bonos, por importe de 1.100 millones de euros;
- ??el 10 de octubre, el Subgrupo Tabacalera Cigars International adquirió el 51% del capital de la sociedad 800 JR Cigar Inc. que opera en EE.UU.
- ??en julio, el Grupo anunció un plan de reorganización de su estructura productiva en España y Francia, cuyos costes estimados por importe de 240 millones de euros han sido contabilizados en su totalidad en 2003;
- ??el 20 de octubre tuvo lugar una importante subida de impuestos y precios del tabaco en Francia, uno de los mercados fundamentales de Altadis;
- ??y, por último, la apreciación en un 20% del euro frente al dólar, que tiene un efecto directo sobre la mayor parte del negocio de cigarrillos.

Con todo, la evolución del Grupo ha sido muy positiva gracias a la contribución de sus tres líneas de negocio. Así, durante el año 2003, las ventas económicas del Grupo han crecido un 6,4% hasta 3.385 millones de euros, frente a los 3.182 millones de euros de 2002, cifra a la que RTM ha aportado 104 millones de euros. Asimismo, el flujo de caja de explotación (Ebitda) ha aumentado un 11% hasta 1.078 millones de euros de los que la RTM ha aportado 59 millones de euros. A perímetro y tipo de cambio constantes, las ventas económicas han crecido un 5,9% y el Ebitda un significativo 9,5%.

Ventas económicas por unidad de negocio ⁽¹⁾

	2003		2002		2001	
	millones euros	%	millones euros	%	millones euros	%
Cigarrillos	1.721	50,84	1.689	53,08	1.619	52,62
Cigarros	762	22,51	755	23,73	781	25,38
Logística	795	23,49	741	23,28	601	19,53
RTM, otros y ajustes	107	3,16	-3	-	76	2,47
Total Ventas	3.385	100,00	3.182	100,00	3.077	100,00

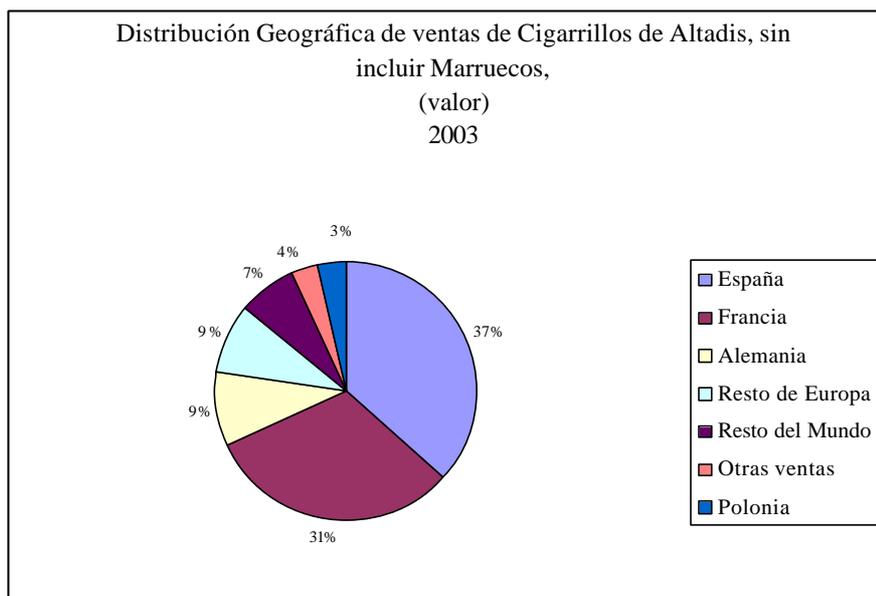
(1) Las ventas económicas se definen como los ingresos netos de impuestos y comisiones a expendedores procedentes de la venta de productos fabricados por el Grupo – fundamentalmente las marcas propias de tabaco - más el margen de distribución de todos los productos distribuidos por el Grupo, y más los ingresos por otros servicios logísticos distintos a la distribución de productos del Grupo Altadis.

IV.2.1.1 Actividad Comercial de Cigarrillos

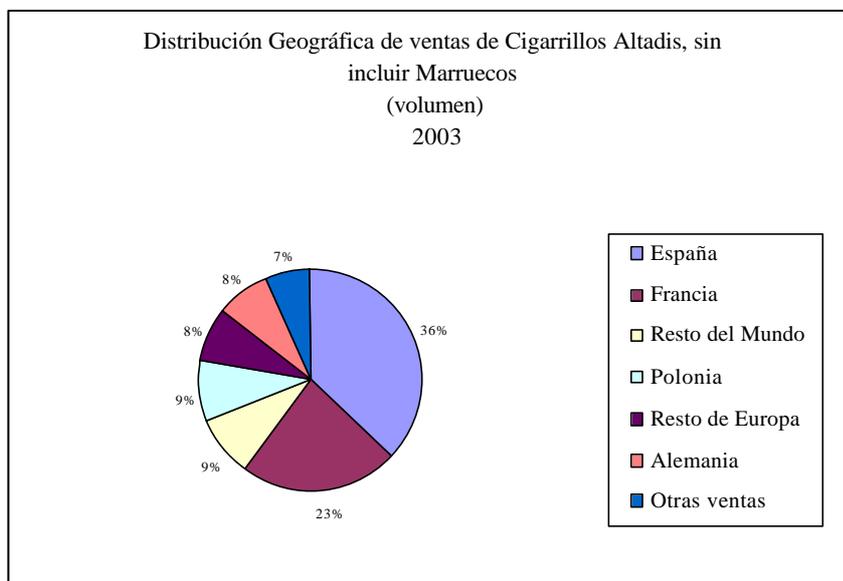
La actividad comercial de Cigarrillos del Grupo Altadis ha continuado con éxito la estrategia de internacionalización. España y Francia siguen siendo los principales mercados seguidos por Alemania, Polonia, Austria Italia, Grecia y Finlandia en la Unión Europea,

Marruecos en África del Norte. Por otro lado Altadis ha consolidado su presencia en África y Oriente Próximo.

Así las ventas de cigarrillos de Altadis en el mundo se distribuyen por áreas geográficas de la siguiente manera:



Fuente: Altadis



Fuente: Altadis

a) Principales Mercados del Grupo Altadis

1. España

En España, el mercado de cigarrillos ha crecido, en 2003 con respecto al ejercicio anterior un 1,2%, hasta alcanzar un volumen total de 92.336 millones de cigarrillos debido fundamentalmente al incremento de las ventas de los rubios en un 4,6% y un descenso más acusado de los cigarrillos negros (-12,4%). Las ventas totales de Altadis fueron de 36.003 millones de unidades en el año 2003 con un 39% del total del mercado, y supusieron 3.363 millones de euros. El volumen de ventas de rubio de Altadis alcanzó en 2003 22.173 millones de unidades y su cuota de mercado fue de 29% sobre total rubios. En valor, las ventas de cigarrillos rubios de Altadis se incrementaron un 1,5% hasta 2.158 millones de euros. El cambio de las características de mercado con un aumento de la competencia ha provocado un ligero retroceso en la cuota de mercado de cigarrillos rubios de Altadis.

En lo que se refiere a los cigarrillos negros, su caída estructural prosigue. No obstante Altadis ha logrado rentabilizar este segmento con unas ventas en valor que han alcanzado 1.205 millones de euros, un 2,7% más que durante el año 2002. En cambio, en volumen y manteniendo la primera posición en el mercado español Altadis ha registrado unas ventas de 13.830 millones de unidades, un -12,76% menos que en el ejercicio anterior.

A continuación se muestra la evolución del mercado tanto en volumen como en valor así como las ventas de Altadis en España.

Evolución del Mercado Español y de las Ventas de Altadis									
(en millones de unidades)									
	2003			2002			2001		
	Ventas	(%) s/cgllos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/cgllos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/ cgllos.	(%) s/ segm
Total Cigarrillos	92.335	100		91.227	100		90.762	100	
Cigarrillos Altadis	36.003	38,99		37.975	41,63		39.354	43,36	
Cigarrillos Rubios	76.481	82,83	100	73.133	80,17	100	71.018	78,25	100
Marcas Altadis	22.173	24,01	28,99	22.122	24,25	30,23	22.145	24,40	31,18
Cigarrillos Negros	15.854	17,17	100	18.094	19,83	100	19.743	21,75	100
Marcas Altadis	13.830	14,98	87,23	15.900	17,43	87,87	17.209	18,96	87,17

Datos referidos a Península, Baleares, Ceuta y Melilla
Fuente: Altadis

Evolución del Mercado Español y de las Ventas de Altadis (en millones de euros- a PVP)									
	2003			2002			2001		
	Ventas	(%) s/cglos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/cglos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/ cglos.	(%) s/ segm
Total	9.530	100		9.005	100		8.236	100	
Cigarrillos									
Cigarrillos Altadis	3.363	35,29		3.300	36,65		3.125	37,94	
Cigarrillos Rubios	8.170	85,73	100	7.681	85,30	100	6.947	84,35	100
Marcas Altadis	2.158	22,64	26,41	2.127	23,62	27,69	1.985	24,10	28,57
Cigarrillos Negros	1.360	14,27	100	1.324	14,70	100	1.289	15,65	100
Marcas Altadis	1.205	12,64	88,60	1.173	13,03	88,59	1.140	13,84	88,44

Datos referidos a Península, Baleares, Ceuta y Melilla
Fuente: Altadis

Por marcas, **Fortuna** sigue en el primer puesto con unas ventas totales de 17.285 millones de cigarrillos y una cuota del 22,6% de las ventas totales de cigarrillos rubios. Su ligero descenso, debido fundamentalmente al fuerte ataque de la competencia en el segmento de los rubios y al incremento del mercado turístico, se ha visto compensado por las ventas de **Nobel** que han alcanzado en volumen 4.524 millones de cigarrillos, un 6,5% más que en el año 2002.

Ventas y Cuotas de Altadis en el Segmento de Cigarrillos Rubios en España (Ventas en millones de unidades y cuota en %)			
	2003	2002	Variación
Fortuna			
Cuota de mercado	22,6	24,0	-1,4
Volumen	17.284	17.521	-1,3%
Nobel			
Cuota de mercado	5,9	5,8	+0,1
Volumen	4.523	4.245	+6,5%
Otras marcas			
Cuota de mercado	0,5	0,5	-
Volumen	366	354	+3,4%
Total			
Cuota de mercado	29,0	30,2	-1,2
Volumen	22.173	22.121	+0,2%

Fuente: Altadis

Las marcas de negro de Altadis han continuado su tendencia a la baja en volumen (-2,7%) aunque los dos incrementos de precio (en febrero y en junio) han mantenido la rentabilidad con un incremento en valor del 15%. **Ducados** permanece como tercera marca del mercado total de cigarrillos y la primera en su segmento, seguida por **BN y Habanos**.

Ventas y Cuotas de Altadis en el Segmento de Cigarrillos Negros en España (Ventas en millones de unidades y cuota en %)			
	2003	2002	Variación
Ducados			
Cuota de mercado	76,4	77,1	-0,6
Volumen	12.153	13.947	-12,9%
BN			
Cuota de mercado	5,7	5,9	-0,2
Volumen	909	1.063	-14,5%
Habanos			
Cuota de mercado	3,7	3,5	-0,2
Volumen	585	636	-8,0%
Otras marcas			
Cuota de mercado	1,1	1,4	-0,3%
Volumen	182	254	-28,3%
Total			
Cuota de mercado	87,23	87,8	-0,7
Volumen	13.830	15.900	-13,02%

Fuente: Altadis

2. Francia

Tal y como hemos mencionado, el mercado francés de cigarrillos se ha visto afectado por los fuertes aumentos de precios debidos principalmente al aumento de la fiscalidad de los cigarrillos así como por la caída estructural de las ventas de cigarrillos negros. Las ventas totales de cigarrillos han alcanzado los 69.649 millones de unidades, un 13,5% menos que en el año 2002. Las ventas totales de Altadis en Francia, se han situado en 20.026 millones de unidades frente a 25.592 el ejercicio anterior, es decir un 21,75% menos que en 2002 debido fundamentalmente a la fuerte disminución de las ventas de cigarrillos negros. En lo que se refiere a los cigarrillos rubios, su descenso ha sido menor que para el conjunto del mercado, con una disminución del 7,2% y una cuota de mercado que ha pasado de un 15,19% a un 16,29%. No así para los negros que han sufrido una caída del 23,6%.

Evolución del Mercado Francés y de las Ventas de Altadis (en millones de unidades)									
	2003			2002			2001		
	Ventas	(%) s/cglos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/cglos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/ cglos.	(%) s/ segm
Total Mercado Cigarrillos	69.649	100		80.533	100		83.456	100	
Total Altadis	20.026	28,75		25.592	31,78		24.710	29,61	
Cigarrillos Rubios	60.971	87,54	100	69.172	85,89	100	70.345	84,29	100
Marcas Altadis	11.348	16,29	18,61	12.231	15,19	17,68	11.598	13,90	16,49
Cigarrillos Negros	8.678	12,46	100	11.361	14,11	100	13.111	15,71	100
Marcas Altadis	8.678	12,46	100	11.361	14,11	100	13.111	15,71	100
Picaduras	6.995	10,04	100	6.957	8,64	100	7.087	8,49	100
Picaduras Altadis	2.195	3,15	31,38	2.340	2,91	33,63	2.599	3,11	36,67

Fuente: Altadis

Evolución del Mercado Francés y de las Ventas de Altadis (en millones de euros – a PVP)									
	2003			2002			2001		
	Ventas	(%) s/cglos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/cglos.	(%) s/ segm	Ventas	(%) s/ cglos.	(%) s/ segm
Total Mercado Cigarrillos	13.223	100		13.455	100		12.887	100	
Total Altadis	3.665	27,72		3.648	27,11		11.598	89,99	
Cigarrillos Rubios	11.605	87,76	100	11.722	87,12	100	11.123	86,31	100
Marcas Altadis	2.047	15,48	17,64	1.915	14,23		1.707	13,25	13,25
Cigarrillos Negros	1.618	12,24	100	1.733	12,88	100	1.765	13,70	100
Marcas Altadis	1.618	12,24	100	1.733	12,88	100	1.765	13,70	100
Picaduras	721	-	100	614	-	100	557	4,32	100
Picaduras Altadis	221	-	30,65	207	33,71		192	1,49	1,49

Fuente: Altadis y La Revue des Tabacs

Por marcas, en el segmento de los rubios, tenemos que destacar el buen comportamiento de **News** que ha crecido en Francia un 26,2% en volumen y **Gauloises Blondes** que sigue siendo la primera marca de Altadis en ese mercado.

Ventas y Cuotas de Altadis en el Segmento de Cigarrillos Rubios en Francia			
	2003	2002	Variación
Gauloises blondes			
Cuota de mercado (en %)	7,9	8,2	-0,3
Volumen (en millones de unidades)	4.801	5.700	-15,8%
News			
Cuota de mercado (en %)	5,0	3,5	+1,5
Volumen	3.040	2.408	+26,2%
Royale			
Cuota de mercado (en %)	2,7	2,8	-0,1
Volumen	1.652	1.944	-15,2%
Fortuna			
Cuota de mercado (en %)	1,7	1,8	-0,1
Volumen	1.009	1.249	-19,2%
Otras marcas			
Cuota de mercado (en %)	1,4	1,3	-
Volumen	846	930	-9,0%
Total			
Cuota de mercado (en %)	18,6	17,7	+0,9
Volumen	11.348	12.231	-7,2%

Fuente: La Revue des Tabacs

Gauloises sigue ostentando el primer puesto en Francia en el segmento de los cigarrillos negros seguida por **Gitanes**.

Ventas y Cuotas de Altadis en el Segmento de Cigarrillos Negros en Francia			
	2003	2002	Variación
Gauloises			
Cuota de mercado (en 0%)	67,8	67,1	+0,7
Volumen (en millones de unidades)	5.919	7.683	-22,96%
Gitanes			
Cuota de mercado	30,6	31,1	-0,5
Volumen	2.673	3.560	-24,9%
Otras marcas			
Cuota de mercado	1,0	1,1	-0,1
Volumen	87	118	-26,3%
Total Francia			
Cuota de mercado	100	100	-
Volumen	8.678	11.361	-23,6%

Fuente: La Revue des Tabacs

b) Otros mercados de fuerte presencia de Altadis

1. Alemania

Para Altadis el mercado alemán es el más importante después del español, el francés y, recientemente, el de Marruecos. No obstante, el mercado de cigarrillos alemán ha registrado en 2003 un descenso del 6,2%, debido fundamentalmente al incremento del consumo de picaduras y tabaco de liar. Además, el 10% de aumento en los impuestos aplicado a los cigarrillos no ha afectado a este segmento.

Las ventas de cigarrillos de Altadis en Alemania Han alcanzado un volumen total de 7.300 millones de unidades, de los que el 96% son rubios y el 4% negros. Ello ha supuesto un incremento del 3% con respecto al año 2002. Consecuentemente Altadis ha mejorado su posición en el mercado alemán pasando su cuota de cigarrillos de 4,9% en 2002 a 5,4% en este ejercicio. **Gauloises Blondes** ha sido la marca más dinámica con unas ventas que han representado un 5,18% de los cigarrillos rubios, pasando del sexto puesto en el año 2001 con una cuota del 4,1% al tercer puesto en el ranking de rubios.

2. Polonia

En 2003, el volumen de ventas ha descendido un 4,3% con 72.100 millones de cigarrillos vendidos frente a los 75.400 del año anterior. Sin embargo la estimación de consumo real alcanza los 84.000 millones, una diferencia causada por la venta de tabaco de contrabando. El volumen de ventas de Altadis ha sido de 8.380 millones de unidades frente a 9.686 en el ejercicio anterior. La importancia creciente de las marcas locales de formato King Size con descuentos en los precios, cuya participación ha pasado de 49,5% de las ventas totales a un 56% en el 2003 han sido el factor principal de esta evolución.

Ello ha afectado principalmente las ventas de la marca **Fox** razón por la cual tuvo lugar, en el año 2003, el lanzamiento de una versión mentolada de dicha marca.

No obstante, a pesar de estas circunstancias, Altadis ha logrado incrementar las ventas de la marca **Spike**.

3. Marruecos

Tras la compra de un 80% de la Régie des Tabacs du Maroc, Marruecos se ha convertido en uno de los principales mercados del Grupo Altadis y ello a partir del 16 de julio de 2003, fecha en la que se completa la compra.

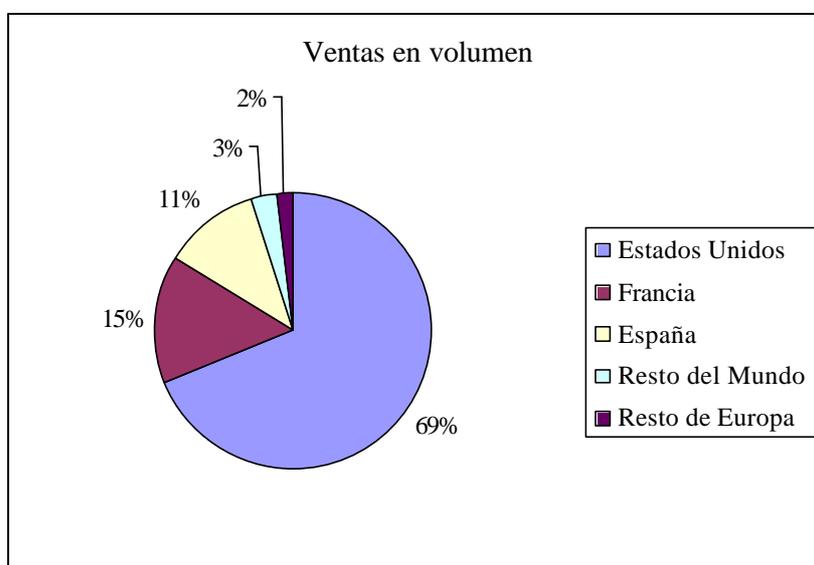
El mercado total de cigarrillos alcanzó en el año 2003, 14.175 millones de unidades, de las que el 43% ha correspondido a cigarrillos rubios marroquíes, el 41% a negros de marcas propias y el 16% restante a cigarrillos de importación

Las marcas de la Régie ostentan una cuota del 84% en volumen y de un 65,8% en valor, siendo sus principales marcas, **Marquise**, **Olympic** y **Casa Sports** que representan conjuntamente 78% del mercado en volumen de ventas y el 58% en valor.

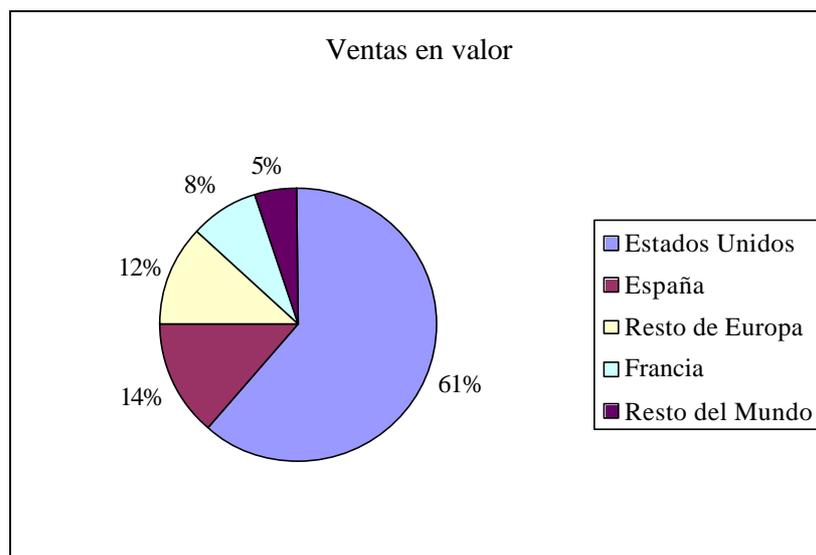
IV.2.1.2 Actividad Comercial de Cigarros

Altadis está presente en los distintos mercados tanto a través de su portafolio de marcas, como a través de las prestigiosas marcas cubanas gracias a la adquisición, a finales de 2000, del 50% de Corporación Habanos y de su red de distribución. Corporación Habanos tiene presencia en más de 90 países y extiende su política de calidad al mismo nivel en el mundo entero, Europa sigue siendo su mercado más importante con un 67% de la cuota de ventas de unidades.

Las ventas de cigarros de Altadis ⁽¹⁾ en el mundo se reparten por áreas geográficas de la siguiente manera:



Fuente: Altadis



Fuente: ALTADIS
(1) Incluye el 50% de Habanos

Principales Mercados del Grupo Altadis

1. España

Altadis redefinió a comienzos de 2003 sus líneas comerciales en España, con lo que ha logrado potenciar el desarrollo, la distribución y la visibilidad de las marcas de los segmentos más ágiles, en establecimientos de hostelería y canales emergentes como gasolineras y tiendas de conveniencia.

La actividad de las marcas de Altadis especialmente en los segmentos de cigarros más pequeños, explica en parte el crecimiento del mercado español: un 5% en unidades y un 3,8% en valor.

Dentro de este segmento hay que destacar el lanzamiento de **Dux**, en marzo, con unas ventas de 44 millones de unidades en nueve meses, así como la fuerte presencia de las marcas tradicionales **Entrefinos** y **Farias Chicos** y **Puritos**, que han posibilitado que las marcas de Altadis hayan aumentado su volumen de ventas un 21% y asciendan hasta una cuota de mercado del 30,8%.

Además, el conjunto de las marcas de Altadis se mantiene en primera posición en el sub-segmento de Minis (cigarros de menos de 1 gr.) con una cuota de mercado del 28%. Se trata de una posición especialmente valiosa porque este sector es el más dinámico y representa un 39% del mercado español en ventas de cigarros.

La compañía se mantiene en cabeza gracias a la positiva evolución de **Farias Mini** y de la familia **VegaFina**, que ha protagonizado una renovación completa de su imagen. La posición de Altadis en este segmento también se apoya en toda la gama de Minis Cubanos, liderada por las marcas **Montecristo** y **Cohiba**. El portafolio de la Unidad de Cigarros se completa con **Fleur de Savane**, marca que se asienta especialmente en las zonas Norte y Noroeste.

En el segmento de los cigarros de más de 3 gr., **Farias** continúa como buque insignia de la Unidad de Cigarros en España y mantiene su primer puesto. En la categoría Premium, la gama manual de **VegaFina** ha crecido un 24% en volumen de ventas.

En el siguiente cuadro aparecen para los tres últimos años, las ventas de cigarros en volumen en España y las correspondientes al Grupo Altadis diferenciados por su tamaño en cigarros (más de tres gramos) y en “cigarritos” (menos de tres gramos).

Ventas y cuotas de cigarros en España

(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota s/ mercado	Ventas	Cuota s/ mercado	Ventas	Cuota s/ mercado
Total mercado	1.052	100	1.002	100	1.030	100
Cigarros (>3 gr.)	347	33,0	375	37,4	442	40,9
Cigarritos (<3gr.)	705	67,0	627	62,6	608	59,1
Total Altadis	370	35,1	351	35,0	432	41,9
Cigarros Altadis (> 3gr.)	153	44,1	172	45,9	209	47,3
Cigarritos Altadis (< 3gr.)	217	30,8	179	28,6	223	36,6

Fuente: Altadis

Ventas a PVP y cuotas de cigarros en España

(Ventas en millones de euros y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota s/ Mercado	Ventas	Cuota s/ Mercado	Ventas	Cuota s/ Mercado
TOTAL Mercado	428	100,0	412	100,0	413	100,0
Cigarros (> 3 gr.)	277	64,7	278	67,4	286	69,3
Cigarritos (< 3 gr.)	151	35,3	134	32,6	127	30,7
TOTAL ALTADIS	132	30,8	131	31,9	151	36,6
Cigarros Altadis (> 3 gr.)	91	33,0	94	34,0	106	37,1
Cigarritos Altadis (< 3 gr.)	40	26,8	37	27,6	45	35,4

Fuente: Altadis

2. Francia

Después de cinco meses de caída, el mercado global se estabilizó en los meses siguientes para terminar el año con un crecimiento del 1% en volumen y un 2% en valor. Altadis ha continuado con su estrategia de concentración y revalorización del portafolio, logrando aumentar las ventas en valor en un 1% a pesar de que el volumen total de ventas haya caído en un 3,7%.

Esta situación destacada se debe, principalmente, a la buena evolución obtenida un año más por **Fleur de Savane**, que se afianza en la quinta posición del mercado gracias al crecimiento de un 7% en su cifra de negocio. Las otras marcas tradicionales del portafolio también han logrado buenos resultados: **Ninas** crece un 5% y **Havanitos** se mantiene estable. Ambas también están situadas entre las 10 primeras del mercado francés.

Por su parte, el segmento de cigarros Premium ha crecido un 12% gracias al comportamiento de las marcas **José L. Piedra**, procedente de Cuba, la dominicana **Pleiades** y, especialmente, la hondureña **Flor de Copan**. También ha contribuido a los buenos resultados del segmento Premium el lanzamiento a finales de año de

Guantanamera. La nueva marca cubana se ha extendido rápidamente a más de 8.000 puntos de venta.

La caída del 4% de las ventas en volumen de Altadis dentro del segmento de cigarros pequeños, se engloba dentro de la estrategia antes mencionada de revalorización del portafolio, concentrándose en los segmentos y marcas de mayor valor añadido como acabamos de ver.

A continuación aparecen las ventas de cigarros en volumen en Francia de los tres últimos años y las correspondientes al Grupo Altadis, diferenciados en tres segmentos: pequeños, medianos y grandes.

Ventas y cuotas de cigarros en Francia

(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Total Mercado	1.730	100	1.702	100	1.729	100
Pequeños	1.640	94,8	1607	94,4	1.632	94,4
Medianos	72	4,2	77	4,5	79	4,6
Grandes	18	1,0	19	1,1	18	1,0
Total Altadis	488	28,2	507	29,8	544	31,5
Pequeños	469	28,6	490	30,5	529	32,4
Medianos	13	17,6	13	17,0	13	16,8
Grandes	6	30,2	4	20,4	2	10,7

Fuente: Elaboración propia

Ventas y cuotas de cigarros en Francia

(Ventas en millones de euros y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota s/ Mercado	Ventas	Cuota s/ Mercado	Ventas	Cuota s/ Mercado
TOTAL Mercado	447	100,0	437	100,0	433	100,0
Pequeños	366	82,0	348	79,6	332	76,7
Medianos	43	9,7	46	10,6	48	11,1
Grandes	37	8,3	43	9,8	53	12,2
TOTAL Altadis	114	25,5	113	25,9	112	25,9
Pequeños	97	26,6	98	28,0	99	29,7
Medianos	7	17,1	7	16,0	8	15,6
Grandes	9	24,9	8	19,1	6	11,1

Fuente: Elaboración Propia

3. Estados Unidos

El año 2003 ha sido el más positivo en la historia de la compañía. El crecimiento en ventas, cuota de mercado y beneficios sobrepasó con creces los resultados de 2002, produciéndose, además, en un mercado que crece moderadamente. Esta evolución ha sido posible gracias a la combinación de los esfuerzos de toda la organización, desde el seguimiento de la recogida del tabaco a la fabricación, pasando por la distribución y la labor de los departamentos de Administración y Ventas.

Altadis USA es la única compañía del sector que participa en todos los segmentos de la industria de cigarros: desde los elitistas cigarros manuales a los cigarrillos de fabricación mecanizada.

La estrategia de Altadis USA en 2003 se ha basado en apostar por la innovación como herramienta clave, como ha demostrado la buena acogida de la variedad de **Phillies** con aroma de canela. El otro eje de la estrategia es la optimización de la calidad, lograda mediante las continuas mejoras del proceso productivo y la selección de una mano de obra experta.

La compañía mantiene su primer puesto en el segmento de capa natural gracias al comportamiento de **Backwoods**, **Dutch Masters** y **Antonio y Cleopatra**, marcas manufacturadas en el centro de producción de Puerto Rico. También esta en cabeza en volumen de ventas la categoría de capa homogeneizada, mientras que ocupa el segundo puesto en el segmento de cigarros Premium.

Todas las marcas de Altadis USA han mostrado un excelente rendimiento. **Phillies**, una de las más emblemáticas, ha superado la tendencia positiva del mercado estadounidense gracias a la política de diversificación mediante el lanzamiento de nuevos artículos y variedades y ha registrado el mayor volumen de ventas de todo el portafolio.

Por su parte, **Backwoods** es aún la marca más exportada y se ha situado a la cabeza del mercado en ventas en la categoría de cigarros elaborados con un 100% de tabaco natural. Su importancia y potencial en los mercados multinacionales es enorme, como demuestra su presencia en más de 30 países. **Dutch Masters** también ha logrado muy buenos resultados, y se sitúa como la primera marca en valor monetario de la compañía.

El mercado Premium mantiene su tendencia a la estabilidad tras el boom de los 90 y en 2003 ha crecido moderadamente. Altadis USA tiene un portafolio que incluye algunas de las marcas más prestigiosas, como **Montecristo**, **Romeo y Julieta** o **H. Upmman**, que el pasado ejercicio mostraron un comportamiento muy satisfactorio. En este sentido, la compañía reafirma su compromiso con los minoristas de todo el país para ofrecer una atención óptima a los consumidores de este tipo de cigarros. El apoyo publicitario y los programas de marketing han sido las herramientas básicas para fortalecer el valor de las marcas más estables.

Por otro lado, los mercados de exportación mantienen la tendencia favorable de los últimos cinco años para Altadis USA, que ha vuelto a impulsar su proyección como una verdadera compañía global. De esa forma, es cada vez más importante la presencia internacional de sus marcas Premium y de **Backwoods**, **Phillies** y **Havatampa**.

Se ofrecen a continuación datos de la evolución del mercado de EE.UU. y de las ventas de Altadis USA. En los mismos se puede apreciar que a pesar de la madurez del mercado americano, y en el que el segmento “Premium” después de unos años de descensos, muestra una estabilidad, Altadis se sitúa en cabeza con un 35,9% de cuota de mercado total.

Ventas y cuotas de cigarros en Estados Unidos
(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Total Mercado	6.477	100	6.222	100	6.164	100
Premium	274	4,2	265	4,3	252	4,1
Mass market	4.028	62,2	3.830	61,6	3.702	60,0
Little cigars	2.175	33,6	2.127	34,1	2.210	35,9
Total Altadis USA	2.328	35,9	2.175	35,0	2.068	33,5
Premium	37	13,6	37	14,2	40	15,7
Mass market	1.603	39,8	1.457	38,1	1.333	36,0
Little cigars	688	31,6	681	32,0	695	31,5

Fuente: Elaboración propia.

b) Otros Mercados

Las ventas fuera de los mercados domésticos han superado las expectativas de la compañía, mostrando un crecimiento de un 29,8% respecto al año anterior.

Las exportaciones desde EE.UU., con un crecimiento de un 26,6%, se han visto fuertemente impulsadas, como ya se ha indicado, por las ventas de **Backwoods**, la marca más internacional de Altadis USA con presencia en más de 30 países, que ha experimentado un fuerte crecimiento en distintos mercados, destacando los producidos en Grecia, Turquía, Líbano y Canadá, entre otros.

Pero no sólo esta marca ha mostrado una evolución positiva en 2003, sino que se ha visto apoyada por los crecimientos de otras marcas como **Phillies** y **Havatampa**, especialmente gracias a su proyección en los mercados de Asia y Oriente Medio.

En cuanto a las exportaciones desde Europa y Cuba, la estrategia del Grupo se ha centrado en el desarrollo de los formatos mecanizados de las marcas Premium y, más concretamente, en el de cinco principales marcas: **Cohiba**, **Montecristo**, **Romeo y Julieta**, **Partagás** y **Hoyo de Monterrey**, mediante acciones tales como la homogeneización de las tarifas, con una bajada de entre el 15% y el 25%, según los mercados, el lanzamiento de los paquetes de diez unidades en Italia, Grecia, Portugal, Reino Unido y Dinamarca y la reestructuración del negocio mediante la concentración de la producción en Cuba y la centralización del procesamiento final en un centro de Estrasburgo.

Gracias a esta estrategia, Altadis ha incrementado las ventas de Minis cubanos en los mercados europeos en un 110%, con un importante aumento en los mercados de Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Italia, Portugal y Grecia. Este último país ofrece en 2004 una buena oportunidad para potenciar las marcas cubanas con motivo de la celebración de las Olimpiadas y la asistencia de visitantes de todo el mundo.

En cuanto al resto de marcas del portafolio también muestran resultados positivos tras la aplicación de un paquete de medidas específicas: refuerzo de los mercados de extensión ligados a España y Francia (Andorra, Portugal, Canarias y las antiguas colonias francesas en el Caribe y Polinesia); inversión en actividades de promoción para **Fleur de Savane** y Farias; relanzamiento del negocio en Bélgica e Italia con una nueva línea de distribución; y crecimiento en mercados con buena proyección, como Líbano, Turquía y el Oeste africano.

En el cuadro siguiente se puede observar la evolución de las ventas del Grupo Altadis en el mundo (sin incluir el 50% de Corporación Habanos), fuera de sus mercados domésticos (España, Francia y EE.UU.).

Ventas de Cigarros en otros Mercados Exteriores (*)
(miles de unidades)

	2003	2002	var. (%) 03/02	2001	var. (%) 02/01
Resto de Europa	59.594	57.343	3,9%	63.003	-9,0%
Resto de América	22.327	19.115	16,8%	22.432	-14,8%
Asia	52.750	23.090	128,5%	14.711	57,0%
África	947	3.973	-76,2%	4.031	-1,4%
Resto del Mundo	5.945	2.318	156,5%	2.172	6,7%
Total Altadis	141.563	105.839	33,8%	106.349	-0,5%

Fuente: Elaboración propia-Grupo Altadis: Altadis, S.A. + Seita + Altadis USA

(*) Excluyendo los mercados de España, Francia y USA.

IV.2.1.3 Actividad de Logística

El negocio de logística del Grupo Altadis se organiza principalmente en torno a Logista, filial española que cotiza en el Mercado Continuo de las Bolsas españolas, a Altadis Distribución Francia y, desde el segundo semestre del año, a la división de distribución de RTM.

En España y Portugal Logista realiza toda la gama de servicios de la cadena logística integral que va desde la recogida de los productos en las fábricas hasta el servicio de postventa pasando por los trámites aduaneros, depósitos fiscales y aduaneros, almacenaje, gestión de stocks, seguros de mercancías, recepción y preparación de pedidos (picking y packaging), distribución, transporte de carga completa y grapaje y finalmente facturación y cobro de pedidos.

Altadis Distribución Francia gestiona la distribución de casi todos los productos del tabaco en dicho país y productos no tabaqueros a través de otras compañías.

En Marruecos, RTM distribuye la totalidad de los productos del tabaco en todo el territorio ya que ostenta el Monopolio de la distribución mayorista.

El negocio de logística de Altadis se sitúa en un excelente puesto en la mayoría de las actividades a las que se dedica en España, Francia, Portugal y Marruecos. Para el año 2003 la contribución de la RTM ha sido poco significativa en esta rama actividad en la medida en que ha empezado a computar a partir del 1 de julio. El crecimiento del año 2003 refleja tanto la captación de nuevos contratos en diversos sectores estratégicos donde la compañía ha confirmado su posición, como las adquisiciones realizadas durante el ejercicio.

Cifra de negocios económica 31/12/2003				Puntos de Venta 31/12/2003		
(en millones de euros)	Tabaco	Logística General	Total		Tabaco	Logística General (2)
España y Portugal	157,2	310,5	467,7	España y Portugal	27.600	45.700
Francia	169,7	168,8	338,5	Francia	32.000	47.000
Eliminación ⁽¹⁾	-11,1	-	-11,1			
Total	315,8	479,3	795,1	Total	59.600	92.700

⁽¹⁾ A través de este concepto se reducen las cantidades correspondientes a las exportaciones de cigarrillos que realiza directamente Altadis Francia a Logista. Posteriormente, son computados por las divisiones correspondientes de Altadis y consecuentemente no se pueden duplicar

⁽²⁾ No están incluidos los estancos cuya mayor parte son igualmente puntos de venta de la logística general.

Desglose de la Cifra de Negocios Económica de Logística General España, Portugal y Francia (en %)

Servicios y Logística	Publicaciones y Libros	Telefonía Sellos y otros Documentos	Alimentación	Artículos relacionados con tabaco	Papelería	Otros	Total
44%	17%	15%	9%	4%	4%	7%	100%

a) España y Portugal

1. Logística del Tabaco

Distribución mayorista

La distribución mayorista del tabaco es realizada, desde el 1 de febrero de 1999, por Logista. En 2003, el volumen de cigarrillos distribuidos (sin incluir las I. Canarias), alcanzó la cifra de 4.617,1 millones de cajetillas de 20 cigarrillos, lo cual ha supuesto un incremento del 1,2% respecto a 2002. En cuanto a los cigarros, se han producido unas ventas de 1.052 millones de cigarros con un incremento del 4,8% respecto a 2002.

Los datos del mercado de tabaco de los 3 últimos años son los siguientes:

(millones de unidades)

Productos	Ventas 2003	Ventas 2002	%Variación 2003/2002	Ventas 2001	% Variación 2002/2001
Cigarrillos Negros	15.854	18.096	-12,1%	19.746	-8,4%
Cigarrillos Rubios	76.486	73.132	4,4%	71.080	2,9%
Total Cigarrillos	92.342	91.228	1,2%	90.826	0,4%
Cigarros	1.052,0	1.003,5	4,8%	1.030,3	-2,6%
Picaduras para liar (1)	37,7	30,8	22,5%	32,2	-4,3%
Picaduras para pipa (1)	3,4	3,2	5,7%	2,9	10,8%

(1) toneladas

Fuente: elaboración propia

Altadis, S.A. tiene suscrito con Logista un contrato de distribución de tabaco de carácter temporal por 3 años y que está actualmente en régimen de prórroga tácita por tiempo indeterminado. En dicho contrato, Logista se obliga a mantener la neutralidad de su sistema de distribución con respecto a todos los productos de tabaco que

distribuye, cualquiera que sea su fabricante. Altadis, S.A. se reserva la publicidad y promoción de las ventas de sus marcas.

Distribución minorista: las Expendedurías de Tabaco y Timbre

El comercio al por menor de tabaco y timbre se desarrolla en un primer escalón (denominado primer canal) por la red minorista de Expendedurías de Tabaco y Timbre, concesiones del Estado cuya comisión para cigarrillos es del 8,5% del PVP, para cigarros del 9% del PVP y para el Timbre del 4%; y en segundo nivel (denominado segundo canal), por aquellos establecimientos autorizados para realizar la venta al público de tabaco, con un recargo sobre el PVP, como es el caso de los bares, cafeterías, hoteles, restaurantes, etc. Este segundo canal tiene obligación de abastecerse de uno de los tres estancos más próximos, siendo el recargo adicional de 0,12 euros, para las labores de precio inferior a 1,20 euros/cajetilla y de 0,15 euros para las de precio superior en el caso de cigarrillos, y en el caso de cigarros el recargo es del 15% sobre el PVP.

A finales de 2003, la Red Minorista de Expendedurías, dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda, estaba integrada por alrededor de 15.000 estancos, incluidos los de Ceuta y Melilla pero no Canarias por su diferente régimen económico-fiscal. Por lo que respecta a las autorizaciones de venta con recargo, se estima que el número real de puntos que integra este canal se sitúa en torno a los 200.000.

2. Logística General

Timbre, signos de franqueo y otros documentos

Logista realiza la distribución para cinco Organismos Oficiales de Timbre (estatal y autonómico) y Signos de Franqueo, así como de otros documentos gestionando alrededor de 1.800 referencias (artículos).

El descenso que en los últimos años viene experimentando el mercado de Timbre y Signos de Franqueo se está equilibrando con un importante desarrollo en la captación de Otros Documentos (Tarjeta de Abono de Transporte Mensual, Bono-Bus, Tarjeta Prepago de Telefónica, impresos de la renta, papel notarial, tarjetas postales, tarjetas de UNICEF, etc.), donde en la actualidad Logista ocupa la primera posición en el mercado español.

(millones de euros)

Productos	Ventas 2003	Ventas 2002	%Variación 2002/2001	Ventas 2001	%Variación 2002/2001
Efectos Timbrados	141,78	154,50	-8,2%	165,10	-6,4%
Efec. Timbrados (Estatal)	129,32	139,83	-7,5%	150,25	-6,9%
Efec. Timbrados (Autonómico)	12,46	14,67	-15,1%	14,85	-1,2%
Signos de Franqueo	59,94	69,78	-14,1%	81,27	-14,1%
Otros Documentos	472,11	457,46	3,2%	410,20	11,5%
Total	673,82	681,74	-1,2%	656,56	3,8%

Por lo que respecta a telefonía, se han cerrado acuerdos con todos los operadores importantes establecidos en España, tanto de telefonía móvil como de telefonía fija.

Distribución de publicaciones y libros

Logista es uno de los mayores distribuidores en el ámbito nacional de publicaciones periódicas. La red de puntos de venta es de 28.600 en España y de 8.500 en Portugal, toda ella muy capilarizada.

El 25 de febrero de 2002 Logista adquirió el 70% de Logilivro-Logística do livro, Lda., la actividad de Logilivro es la logística, almacenamiento y transporte de libros. Con esta adquisición, Logista inicia su actividad en la logística de libros en el mercado portugués. Asimismo, el 1 de febrero de 2002, Logista adquirió el 60% de la sociedad Librodis Promotora y Comercializadora del libro. A través de Librodis centrará su esfuerzo comercial en la captación de clientes editoriales del segmento mediano para realizar la distribución nacional de libros.

Servicios logísticos para la distribución

A lo largo de los últimos años, Logista ha ido aumentando progresivamente el peso de otras actividades ajenas a las tradicionales (tabaco, timbre, signos de franqueo, documentos y publicaciones). La compañía estima que la paulatina especialización de las empresas españolas en sus negocios estratégicos y la aparición de operadores logísticos especializados potenciarán la externalización de servicios que se reflejará en un fuerte crecimiento del mercado.

En diciembre de 2002 las sociedades Logista y SDF (Servicios de Distribución Frigorífica S.A.) constituyeron la sociedad Logi Rest S.L. La participación de Logista representa el 60% del capital social. El objeto de esta compañía es la prestación de un servicio logístico integral en el canal de restauración organizada de redes. Dicha sociedad empezó a operar en enero de 2003, por lo que este ha sido un ejercicio de adecuación de estructuras y costes al nivel de actividad.

Transporte

Engloba las actividades de paquetería industrial y paquetería express bajo las marcas Integra2 y Nacex, respectivamente.

En febrero de 2003 Logista adquirió la sociedad Transportes Alameda, una de las compañías líderes en transporte especializado a temperatura controlada. Durante el ejercicio, Integra2 ha consolidado las actividades de paquetería industrial de Transportes Alameda dentro de sus operaciones.

También incluye la actividad de Logesta, que durante el ejercicio ha integrado las actividades de largo recorrido de sus dos socios fundadores, Logista y Corporación Gestamp.

Opelog, unidad de negocio de Grupo Bungal enfocada a ofrecer servicios logísticos integrales y actualmente filial 100% del subgrupo Dronas, ha sido el embrión de Logista Pharma, que ofrece servicios especializados para el sector farmacéutico, como la recepción de mercancía, distintas variedades de almacenaje y cuarentena, preparación automatizada de pedidos a mayoristas y hospitales, a los que se añadirán otros de valor añadido como copacking, blisting, así como facturación y cobro.

b) Francia

El año 2003, el sector de la distribución en Francia se ha visto afectado por la fuerte subida de la fiscalidad de los productos del tabaco que ha repercutido sobre el incremento de los precios y al tener impacto sobre las ventas ha tenido consecuencia en la distribución de Tabaco.

No obstante, las actividades de logística general ha tenido una buena evolución, más concretamente el impulso a las tarjetas de recarga electrónica para teléfonos.

Cifras Francia			
	2003	2002	2001
Puntos de venta	79.000	83.000	84.000
Estancos	32.000	33.000	34.000
Otros minoristas	47.000	50.000	50.000
Ventas económicas (millones €)	338,5	330,5	308,3
Actividad tabaco	50,1%	52,1%	56%
Actividad no tabaco	49,9%	47,9%	44%

1. Logística del Tabaco

La distribución del tabaco se ha visto afectada, tal y como hemos mencionado, por la disminución de un 12,4% del volumen de ventas, como consecuencia del fuerte incremento de precios de los productos del tabaco. No obstante, el sector ha mostrado su confianza en Altadis al renovar, a principios de año todos los contratos con Altadis Distribución Francia.

Las nuevas normativas también añadieron dificultades al ejercicio. Especialmente la directiva europea Byrne que ha prohibido, entre otras cosas, la venta de paquetes con menos de 19 cigarrillos.

Por otra parte, se ha avanzado en la política de optimizar la oferta de servicios con una nueva actividad de almacenaje dirigida a los fabricantes, permitiéndoles depositar sus mercancías en la dirección regional más próxima y disponer de ellas rápidamente con el fin de evitar que se agoten sus existencias.

2. Logística General

Las actividades de distribución se han concentrado en el Grupo 1'Dis, especializado en productos de servicio y compras por impulso como artículos para fumadores, de telefonía, confitería, regalos, pilas, carretes de fotos y papelería. Para mejorar la atención a los clientes, el Grupo 1'Dis ha estructurado su actividad en torno a 3 entidades: SAF que distribuye a los estancos y tiendas de prensa, Supergroup en panaderías, pastelerías y gasolineras y Rouge Papier a papelerías y comercios especializados en material de oficina.

Telefonía de prepago

Altadis ha cerrado un acuerdo con la operadora telefónica Bouygues que viene a sumarse a los ya firmados con las operadoras Orange y SFR y a completar así la implantación del sistema de e-recarga para teléfonos móviles. De esta manera, los clientes de los estancos tienen acceso al servicio de prepago electrónico mediante los

terminales Strator que registran la operación y emiten un sencillo ticket con la clave de la recarga.

Productos alimenticios

A pesar de la falta de dinamismo del comercio al por menor, se ha seguido desarrollando esta unidad de distribución abriendo, en 2003, dos nuevos centros logísticos.

Papelería

La adquisición en octubre del 2002 de Nordipa, permitió a Rouge Papier convertirse en el segundo distribuidor francés de papelería escolar y material de oficina. Esta ampliación ha exigido una reorganización de la compañía durante 2003 con el doble objetivo de desarrollar sinergias y mejorar la productividad.

c) Marruecos

Marruecos aun dispone de un Monopolio de distribución mayorista del tabaco a cargo de RTM, propiedad de Altadis. RTM organiza la distribución de tabaco en Marruecos en torno a 4 Direcciones Regionales de Distribución que tienen a su cargo 27 Centros de Distribución. Dichos Centros son abastecidos por una flota de camiones que les permite cubrir la totalidad del territorio nacional. Asimismo, grandes furgones son los encargados de entregar los productos del tabaco a los aproximadamente 950 puntos de ventas situados en zonas urbanas. La logística del tabaco supone el 99% de la cifra de ventas, el 1% restante son artículos para el fumador.

IV.2.1.4 Actividad de Producción

a) La producción en Altadis

La actividad productiva de Altadis se centra en la fabricación de cigarrillos, cigarros y picaduras para liar y pipa, así como determinados productos intermedios para los anteriores. Esta actividad se realiza en las fábricas que Altadis tiene en Europa (España, Francia y Polonia), en Marruecos y en las factorías de las sociedades participadas por Altadis en Canarias y Córcega, así como en las fábricas de cigarros de Centroamérica, Estados Unidos y Filipinas. En conjunto se producen tanto marcas propias de Altadis como marcas de Compañías internacionales con las que existen contratos de fabricación bajo licencia y tanto para el mercado nacional como para otros mercados.

1. Cigarrillos

En 2003, la producción global del Grupo Altadis alcanzó unos 97.516 millones de cigarrillos, sin incluir Marruecos, lo que supone un ligero incremento (+1,5%) respecto del año anterior. Dicha subida se debe fundamentalmente al crecimiento de la producción de rubios en Polonia que viene a compensar el descenso de los cigarrillos negros. El reparto entre cigarrillos rubios y negros fue del 74,87% y 25,13%, respectivamente. Cabe señalar que, el récord de exportaciones de Gauloises Blondes hizo necesario el traslado puntual de esta producción a las fábricas del Grupo Altadis en Polonia.

Fabricación del Grupo Altadis – millones de unidades									
	2003 (*)			2002			2001		
	Negros	Rubios	Total	Negros	Rubios	Total	Negros	Rubios	Total
España	14.697	32.043	46.740	15.450	31.507	46.957	16.132	35.392	51.524
Francia	9.810	27.913	37.723	12.282	27.109	39.391	15.008	23.094	38.102
Polonia	-	13.053	13.053	-	9.692	9.692	-	11.612	11.612
Total	24.507	73.009	97.516	27.732	68.308	96.040	31.140	70.098	101.238

(*) Excluido Marruecos

2. Cigarros

La fabricación total de Cigarros del Grupo Altadis ha alcanzado 3.347 millones de unidades en el año 2003 lo que supone un incremento del 6,76%.

A continuación se presenta la evolución de la producción en los tres últimos años, distinguiendo entre España, Francia y América (Estados Unidos y Centroamérica).

Evolución de la producción de cigarros (millones de unidades)

	Marcas	2003	2002	2001
Altadis España	Propias	328	332	468
	Total	328	332	468
	Propias	515	571	602
Altadis Francia 2003/2001: Seita S.A.	Bajo Licencia	9	14	15
	Total	524	585	617
	Propias	2.495	2.218	2.237
Altadis USA (*)	Total	2.495	2.218	2.237
	Propias	3.338	3.121	3.307
	Bajo Licencia	9	14	15
Total Altadis	Total	3.347	3.135	3.322

(*) Incluye las Fábricas de Centroamérica y EE.UU.

3. Plantilla y producción por fábricas en España y Francia.

En julio de 2003, Altadis anunció su nuevo Plan Industrial que detallaremos a continuación y que afectará a la estructura productiva en España y Francia.

Adjunto remitimos un cuadro que refleja la producción así como el número de empleados por fábrica en los mercados de España y Francia.

Fábricas	Personal 31/12/2003	Producción 31/12/ 2003
Alicante	359	8.769 mio.U (*)
Cádiz	419	24.722 T (**)
Cádiz (1)	114	35 mio .U
Cantabria (1)	438	293 mio. U
Logroño	630	28.909 mio. U
Palazuelo	81	12.901 T
Sevilla	232	5.837 mio. U
Tarragona	257	3.251 mio. U
Nantes	343	11.930 mio. U
Strasbourg (1)	228	401 mio. U
Riom	360	8.974 mio. U
Morlaix (1)	40	123 mio. U
Lille	436	16.002 mio. U
Le Havre	106	14.007 T
Metz	157	3.558 mio. U
Tonneins	73	3.721 T

(*) mio.U: millones de unidades de cigarrillos y cigarros

(**) T: Toneladas de tabaco

(1) Fábricas de Cigarros.

b) Las fábricas del Grupo Altadis y su reorganización.

1. Unidades de producción

La situación a finales del año 2003 es la siguiente:

España

4 fábricas de cigarrillos:	2 de cigarrillos rubios: Logroño y Tarragona. 2 de cigarrillos negros: Alicante y Sevilla.
2 fábricas de cigarros mecanizados:	Cádiz y Cantabria.
2 fábricas de productos semiterminados:	Cádiz: Preparación de tabaco rubio Tabaco Expandido Tabaco Reconstituido Palazuelo: Preparación de tabaco negro

Francia

3 fábricas de cigarrillos:	Lille, Nantes y Riom
1 fábrica de picaduras	Metz
2 fábricas de cigarros mecanizados:	Morlaix y Estrasburgo
2 fábricas de productos semiterminados:	Le Havre y Tonneins

EE.UU y Centroamérica

3 fábricas de cigarros mecanizados en EE.UU:	Tampa (Florida) Selma (Alabama) Cayey (Puerto Rico)
1 fábrica de productos semiterminados en EE.UU:	Comerio (Puerto Rico)
2 fábricas de cigarros manuales en Centroamérica:	La Romana (República Dominicana) Sta. Rosa de Copán (Honduras)
1 fábrica de picaduras para pipa	Richmond (Virginia)
1 fábrica de tabaco reconstituido	Mcadoo (Pennsylvania)

Marruecos

1 fábrica de cigarrillos rubios:	Ain Harrouda
1 fábrica de cigarrillos negros con filtro	Casablanca
2 fábricas de cigarrillos negros sin filtro	Kenitra Tetuán

Otros países

Altadis también posee una fábrica de cigarrillos en Radom, Polonia y otra fábrica de bobinas para cigarros en Filipinas.

2. Plan de reorganización en España y Francia

En julio de 2003, Altadis anunció sus planes para proseguir la reorganización de su estructura productiva basándose en la necesidad de mantener su nivel de competitividad y de racionalización. El plan contempla el cierre de nueve dependencias, en España y en Francia, que afecta a las tres líneas de negocio, y una reducción de plantilla estimada de 1.276 personas, 743 en España y 533 en Francia, un 20,78% y un 17,22% respectivamente de la Plantilla de Altadis en España y Francia al 31 de diciembre de 2003. Está previsto que el plan se desarrolle entre los años 2004 y 2005. Los costes estimados correspondientes, por importe de 240 millones de euros, han sido provisionados en 2003. Se esperan unos ahorros anuales recurrentes de 70 millones de euros, que se obtendrían progresivamente desde 2004 hasta 2006.

En España se ha iniciado la fase negociadora, mientras que en Francia resta por completar el Plan Social.

Más concretamente, por unidades de negocio, el Plan Industrial prevé lo siguiente:

- Cigarrillos: concentración de toda la producción de cigarrillos negros en la fábrica de Alicante. Ello supone el cierre de las plantas de Lille, previsto a finales de

agosto de 2005) y de Sevilla (primer semestre de 2005). Transferencia de la producción de cigarrillos rubios de Lille a las plantas de Nantes y Riom (finalizará en agosto de 2005), cierre de la unidad técnica y de la fábrica de Dijon y de Tarragona, cuya producción será asumida por Logroño. Finalmente se prevé el cierre del centro de proceso de materia prima de Tonneins y el ajuste de plantilla en Cádiz y Palazuelo.

- Cigarros: cierre de la fábrica de Morlaix a finales de 2004 y transferencia de su producción a Estrasburgo. Cantabria, que aplicará un ajuste de plantilla en 2005, asumirá la producción de cigarros de Cádiz.
- Logística: está previsto el cierre del centro logístico de exportaciones de Dijon cuyas actividades serán asumidas por el centro de Lyon y la Dirección Regional de Distribución de Lille a finales de 2004 que distribuirá sus funciones entre las Direcciones de Le Mans, Nancy y Paris.

3. Política Medioambiental

Altadis cumple plenamente con las distintas normativas medioambientales en sus procesos productivos y logísticos yendo más lejos en la aplicación de procedimientos operativos que reduzcan todos los tipos de contaminación y de conservación del ecosistema.

Asimismo el Grupo Altadis desarrolla un sistema de gestión medioambiental común que le permitirá obtener para todas sus plantas la certificación internacional ISO 14.001. Recientemente se ha conseguido la certificación ISO 14.001 para las fábricas de Riom y Cádiz y se espera certificar el resto entre lo que queda de año 2004 y el año 2005.

IV.2.2 Principales costes

El cuadro que aparece a continuación refleja las principales partidas de costes (aprovisionamientos y gastos de personal) del Grupo Altadis:

Gastos de Explotación	2003	2002	2001
	(miles de Euros)		
Aprovisionamientos.....	6.736.214	6.599.260	5.899.140
Reducción existencias de productos terminados y en curso de fabricación	6.369	-	90.540
Gastos de personal.....	749.628	732.471	671.152
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	162.664	160.548	156.843
Variación de las provisiones de tráfico	(10.503)	16.816	15.651
Otros gastos de explotación.....			
Servicios exteriores.....	874.324	796.906	726.069
Tributos	72.429	65.613	81.755
Total gastos de explotación.....	8.591.125	8.371.614	7.641.140

a) Principales partidas que conforman los costes de materias primas

En el año 2003, el Grupo Altadis adquirió un total de 82.305 Tm de tabaco por un importe económico de 259.341 miles de euros que pueden distribuirse en los grupos siguientes:

Importes compras del año 2003

	Tm.	Importe en miles de euros
Tabaco Nacional		
- España	6.515	14.451
- Francia y Polonia	6.550	14.300
Tabacos Importados		
<u>Bajo Licencia</u>	2.930	25.075
<u>Tabaco Rubio</u>		
- España	17.120	76.636
- Francia y Polonia	32.200	91.000
<u>Tabaco negro</u>		
- España	12.230	33.229
- Francia	4.760	4.650

Por mercados de origen, y dejando al margen el tabaco nacional, los principales mercados de exteriores en base a Tm de Altadis son: USA, Cuba, Brasil e Indonesia.

b) Política de aprovisionamientos

El tratamiento de la compra de tabaco en rama varía en función de los diferentes tipos que se adquieren. Como pautas generales, Altadis se abastece de tabaco nacional a través de Cetarsa, con quien tiene firmados acuerdos a medio plazo, en España y directamente en las Cooperativas en Francia; el tabaco que fabrica bajo licencia lo adquiere de conformidad y en los términos pactados en los respectivos contratos de licencia; finalmente, el resto se obtiene de los distintos mercados mundiales de tabaco en rama.

En particular, Altadis se abastece de tabaco de la forma siguiente:

Tabaco nacional

Altadis tiene suscrito un contrato de suministro de tabaco con Cetarsa, participada por Altadis en un 20,82%, que cubre sus necesidades de tabaco español para las cosechas de los años 2002, 2003 y 2004. Anualmente, Altadis adquiere un total de 2.000 Tm. de tabaco Virginia Naranja, lo que representa un 11%, aproximadamente, del total de producción nacional de tabaco Virginia; también adquiere el 85% del tabaco negro nacional (Burley fermentado).

En Francia, Altadis se abastece de tabaco negro directamente en las cooperativas. Dicho tabaco es posteriormente transformado en la fábrica de Tonneins. El tabaco rubio adquirido está ya transformado por la fábrica de la “Unión de Cooperativas” situada en Sarlat.

Ligas bajo licencia

El tabaco destinado a la fabricación de labores bajo licencia se adquiere, de acuerdo con el contrato suscrito con Philip Morris, de la propia multinacional en las cantidades adecuadas para las producciones pactadas a efectuar en nuestras fábricas, con unos stocks que cubren dos meses de fabricación.

Tabaco en rama rubio extranjero

La diversificación geográfica de las compras que efectúa Altadis de este tipo de tabaco, tiene la característica de que, en ningún caso, superen el 1% de las exportaciones de cada uno de los mercados en que se producen este tipo de tabacos, con lo que no repercuten posibles oscilaciones en los volúmenes de cosecha. No obstante, se realizan compras a través de las tres grandes compañías que operan en los mercados de tabaco rubio (Universal, Dimon y Standard Commercial), así como a proveedores más pequeños en los distintos mercados locales.

Los principales mercados que suministran tabaco rubio a Altadis además de USA son: Brasil, Argentina, China, Grecia, Zimbabwe, Malawi, Canadá, India, Turquía

Tabaco en rama negro extranjero

Altadis es el mayor comprador dentro de los mercados mundiales de tabaco negro, lo que le da una fuerte posición negociadora en la determinación de los precios que, de alguna manera, condiciona al resto de los compradores. Hay cuatro mercados donde Altadis se abastece de forma primordial: Cuba, Indonesia, República Dominicana y Estados Unidos (capas para cigarros *premium*).

Las tradicionales y constantes buenas relaciones que Altadis viene manteniendo con los operadores cubanos de tabaco, permiten garantizar los volúmenes necesarios para mantener unos *stocks* razonables para el consumo. En Indonesia, se dispone de suministradores suficientes para garantizar los volúmenes de compra, manteniéndose sistemáticamente unos *stocks* de capas y capillos equivalentes a dos años de consumo, lo que garantiza la inexistencia de problemas ante malas cosechas. En la República Dominicana y USA se adquieren los tabacos tripa para cigarros *premium*, así como las capas destinadas a cigarros para el mercado norteamericano.

Se puede concluir que, atendiendo a su volumen y características, las operaciones de tabaco negro de las multinacionales Universal y Dimon, dan gran importancia a las compras de Altadis, lo que permite a ésta obtener una garantía de suministro en los mercados de tabaco rubio, donde sus compras son minoritarias, al negociarse de forma global el conjunto de compras de negros y rubios con cada una de estas firmas.

IV.2.3 Competidores y posicionamiento

IV.2.3.1 Cigarrillos

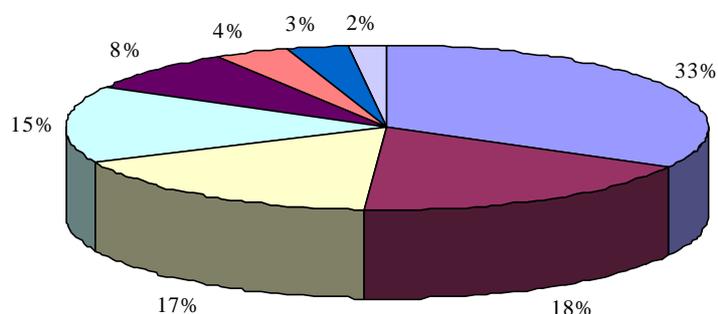
a) Mercado Mundial

El mercado mundial de cigarrillos sigue creciendo a un ritmo de entre 0,5% y 1%. El volumen total de ventas alcanzó en torno a 5,5 billones de unidades en el año 2003.

La zona de Asia-Pacífico representa 53% del consumo mundial seguida por Europa del Este (14%), América (13%), Europa occidental (12%) y África-Oriente Medio (8%). No obstante el incremento ha sido desigual, así en los países occidentales, el consumo ha retrocedido entre un 1% y un 2% anual. En el resto del mundo aumenta ligeramente.

Consecuentemente las grandes empresas internacionales amplían su cuota en detrimento de fabricantes locales, aprovechándose de la progresiva apertura de los mercados de Europa del Este, Asia Central y Extremo Oriente.

Competidores: mercado mundial 2003

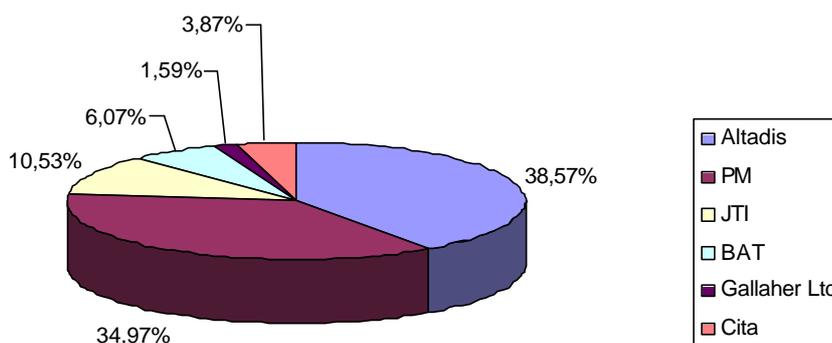


Fuente: ERC

b) Mercado español

En el mercado español operan además de Altadis cuatro grandes grupos internacionales, Philip Morris, Japan Tobacco International (JTI), British American Tobacco (BAT) e Imperial Tobacco. Con una presencia más modesta están CITA y Gallaher.

La participación de cada uno de ellos en el mercado total de cigarrillos es, tal y como señalamos, la siguiente:



Fuente: El Fumador

En el segmento de cigarrillos rubios, Altadis se enfrenta a los tres primeros fabricantes, Philip Morris, J.T.I. y B.A.T., en abierta competencia. La participación de Altadis en este segmento alcanzó en 2003 el 29,02% con unas ventas de 22.200 millones de unidades, detrás del 42,10% de Philip Morris pero delante de J.T.I. que consiguió el 12,68% y de B.A.T. con el 7,31%.

Por marcas, Altadis mantiene el primer puesto con Fortuna, que representa el 22,60% de las ventas totales de cigarrillos rubios, seguida por Marlboro, Chesterfield, Camel y

L&M con unas participaciones del 19,94%, 14,02%, 7,83% y 7,72% respectivamente, todas ellas de Philip Morris salvo Camel que es de Japan Tobacco.

Por lo que se refiere al mercado de cigarrillos negros, Altadis cuenta con una cuota del 87,34%, es decir 13.800 millones de unidades. En este segmento, la clasificación por marcas está encabezada por Ducados con el 76,65%, seguida por BN con el 5,74% ambas propiedad de Altadis

A continuación se resume en forma de cuadros la evolución de las ventas del mercado por fabricante y las respectivas cuotas.

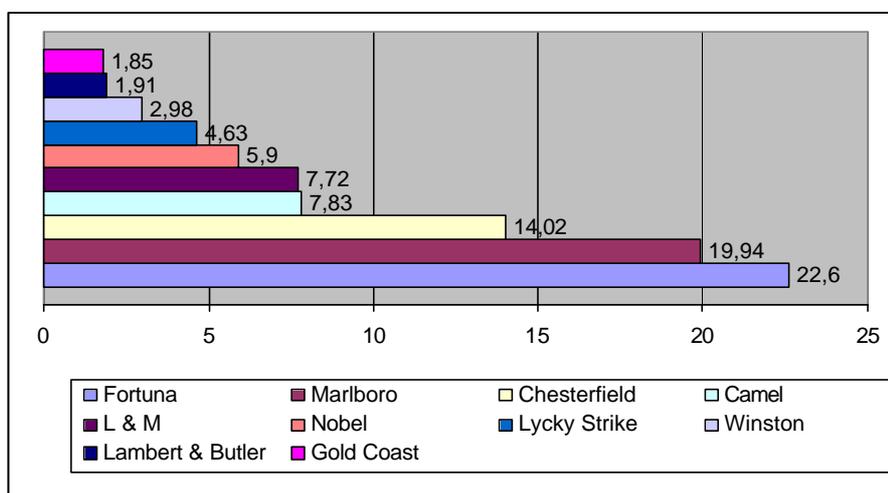
Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrillos en el mercado español

(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Altadis	36.003	39,00	37.975	41,67	39.354	43,36
Philip Morris	32.640	35,35	30.320	33,25	28.920	31,86
JTI	9.840	10,66	8.860	9,71	8.560	9,43
Bat/Rothmans.....	5.660	6,13	5.660	6,21	5.620	6,19
Cita.....	3.600	3,90	3.820	4,18	4.060	4,47
Resto	4.595	4,96	4.592	4,98	4.248	4,69
Total Mercado	92.338	100,00	91.227	100,0	90.762	100,0

Fuente: Altadis y El Fumador

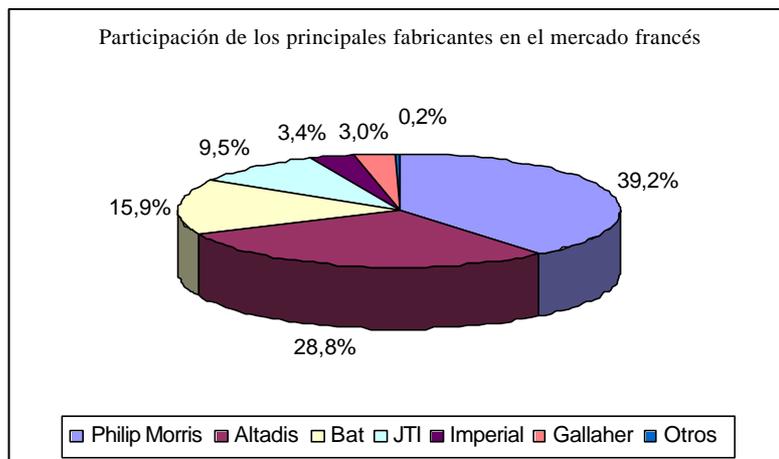
En lo que se refiere a los cigarrillos rubios las 10 familias más vendidas en España, sobre el total de cigarrillos rubios, son las siguientes:



Fuente: El Fumador

c) Mercado francés

El mercado francés de cigarrillos ha sufrido un retroceso importante, pasando su volumen de ventas de 80.500 millones de unidades en 2002 a 69.600 en el año 2003, o sea un descenso de 13,4%. Ello se debe, tal y como hemos venido explicando al impacto del incremento de fiscalidad y de precios (+13,47% en 2003 en los precios medios de cigarrillos con respecto a 2002). No obstante, las ventas en valor han descendido solo un 1,7% hasta 13.200 millones de euros. El segmento de cigarrillos rubios ha representado 87,46% del total.



Fuente: La Revue des tabacs

Tal y como viene ocurriendo en el mercado español y como aparece en el cuadro que a continuación incorporamos, la competencia en Francia entre los tres principales fabricantes (Altadis, Philip Morris y BAT) es fuerte:

Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrillos en el mercado francés

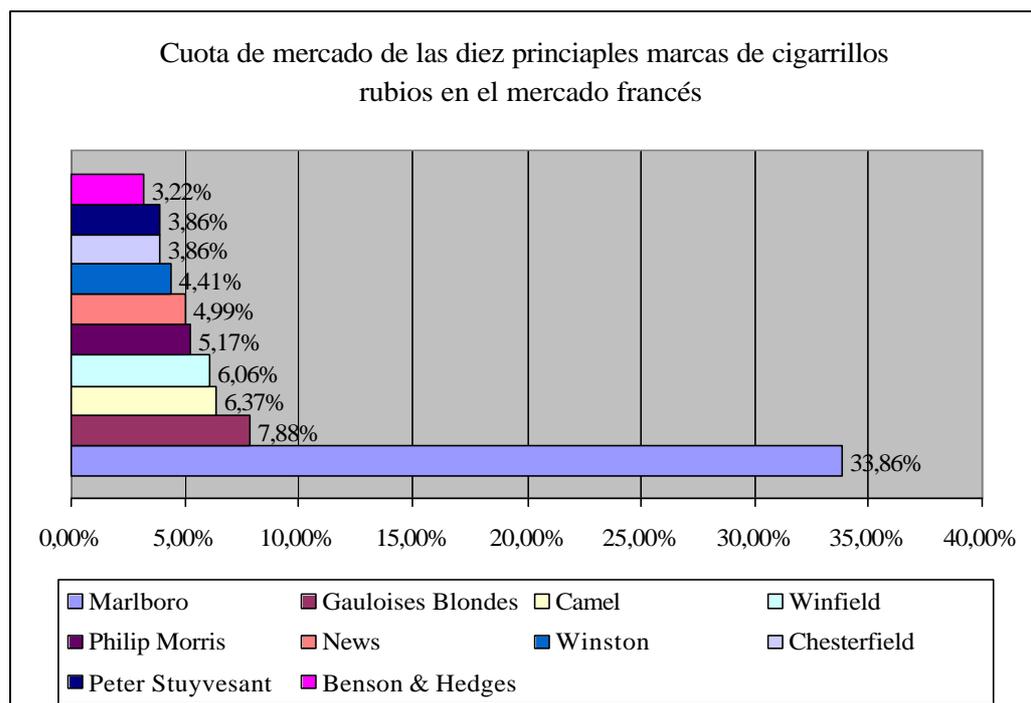
(ventas en millones de unidades y cuota en %) (*)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Philip Morris	27.296	39,19	31.326	38,90	32.301	38,70
Altadis	20.027	28,75	23.592	29,30	24.710	29,60
Bat	11.107	15,95	13.126	16,30	13.855	16,60
JTI	6.601	9,48	7.248	9,00	7.261	8,70
Imperial	2.358	3,39	2.738	3,40	2.587	3,10
gallear	2.107	3,02	2.335	2,90	2.337	2,80
Otros	153	0,22	168	0,20	405	0,50
Total Mercado	69.649	100,00	80.533	100,00	83.456	100,00

Fuente: Altadis y la Revue des Tabacs

(*) Excluidas las picaduras.

Tal y como muestra el gráfico adjunto, por marcas, Marlboro se sitúa en primera posición con un 29,6% de cuota de mercado, seguida por Gauloises negros y rubios



Fuente: Revue des Tabacs

d) Otros Mercados principales de Altadis

1. Alemania

Al igual que en Francia, el mercado de cigarrillos en Alemania ha sufrido un retroceso, de 6,24%, mientras Altadis ha visto incrementarse sus ventas de cigarrillos en un 3% gracias al dinamismo de Gauloises Blondes que ha pasado del quinto puesto en el año 2002 al tercero en el ranking del ejercicio 2003 detrás de Marlboro y West.

Por fabricantes Philip Morris va en cabeza seguido por Reemstma (Imperial Tobacco), BAT y Altadis que ocupa el cuarto puesto.

Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrillos en el mercado alemán

(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Philip Morris	50.026	37,22	52.987	36,96	51.944	36,83
Reemtsma (1)	26.109	19,43	29.415	20,52	31.053	22,02
Bat	23.387	17,34	25.676	17,91	25.903	18,37
Altadis	7.314	5,44	7.100	4,95	6.241	4,43
JTI	4.461	3,32	4.852	3,4	5.060	3,59
Otros	23.202	17,26	23.315	16,26	20.814	14,76
Total Mercado	134.499	100,00	143.345	100,00	141.015	100,00

(*) Fuente Altadis Deutschland GmbH. S.A.

(1) Reemtsma fue adquirida por Imperial Tobacco en el 2002.

2. Polonia

El descenso de las ventas de cigarrillos también ha afectado a Polonia cuyo mercado ha registrado un descenso en volumen de en torno a un 4,3% afectando por igual a todos los fabricantes presentes. Además de Philips Morris, los mayores competidores de Altadis han sido Reemtsma, BAT y Scandinavian Tobacco.

La principal marca es Fox, con una cuota de 5,67% seguida por Spike y Popularne BF.

Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrillos en el mercado polaco

(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Philip Morris	25.952	35,98	26.748	35,48	27.254	36,66
Reemtsma	14.033	19,46	13.437	17,82	13.672	18,39
BAT	10.712	14,86	11.470	15,21	10.776	14,49
Scandinavian Tobacco	10.498	14,55	10.442	13,85	8.980	12,08
Altadis	8.380	11,62	9.686	12,85	8.560	11,51
Gallear	1.729	2,39	1.733	2,30	2.250	3,03
Lublin	826	1,14	1.467	1,95	1.969	2,65
JTI	-	-	407	0,54	888	1,19
Total Mercado	72.130	100,00	75.389	100,00	74.349	100,00

Fuente: Altadis Polska

3. Marruecos

El mercado de cigarrillos de Marruecos, tiene una configuración distinta a la de los países precitados dividiéndose prácticamente en dos partes iguales entre rubios (59%) y negros (41%). Estos últimos a su vez se componen en su mayor parte en negros sin filtro (67,94%) y el resto en negros con filtro.

El volumen total del mercado de cigarrillos ha alcanzado 14.175 millones de unidades de los que 6.098 son rubios fabricados en Marruecos, 2.271 rubios importados, 3.762 negros sin filtro, 1.759 negros con filtro y el resto son picaduras.

IV.2.3.2 Cigarros

a) Mercado mundial

El mercado mundial de cigarros no es fácil de evaluar por razones geográficas (desconocimiento del consumo en algunos grandes países y de definición del producto (no existe pleno acuerdo sobre que se entiende por cigarro o cigarrillos). Excluyendo a China e India como países por no responder a las definiciones europeas de cigarrillos, la estructura del consumo en el resto del mundo en el año 2003, sería aproximadamente la siguiente: Europa Occidental, 48%; Norte América, 44% y Resto del Mundo, 8%.

Como resultado de la concentración de empresas de cigarros durante los años 90, actualmente el número de las principales compañías productoras de cigarros en el ámbito mundial es pequeño, aunque, por el contrario, existe un amplio número de marcas.

La principal compañía a nivel mundial es el grupo Altadis (incluyendo el 50% de Corporación Habanos), que con una ventas en 2003 de casi 3.200 millones de cigarros figura en primer lugar y tiene una cuota de mercado cerca del 25%. Además, Altadis figura en el primer puesto en los tres mercados más grandes del mundo (Estados Unidos, Francia y España).

El segundo lugar a nivel mundial lo ocupa Scandinavian Tobacco de Dinamarca (propiedad en un 27% de BAT). La división de cigarros de ST controla los grupos Henri Wintermans y Nobel Cigars entre otros. Sin embargo este segundo lugar en términos de volumen se convierte en un tercer puesto en valor.

Swedish Match ocupa la tercera posición a nivel mundial en cuanto a ventas en volumen, aunque es la segunda en términos de ventas en valor. Sus cigarros son vendidos en más de 90 países, aunque sus principales mercados son Norteamérica (a través fundamentalmente de General Cigars) y Europa Occidental.

Swisher International Inc, de Florida, es la cuarta compañía a nivel mundial, aunque ocupa el segundo puesto, después de Altadis USA, en el mercado americano.

El quinto lugar a nivel mundial, lo ocuparía el grupo Burger/Dannemann, que incluye Burger Söhne de Suiza, Dannemann de Alemania, Ritmeester y Oud Kampen de Holanda y la Compañía Canariense de Tabacos en las Islas Canarias.

Otros operadores a nivel mundial, aunque ya a una mayor distancia de los anteriores, serían:

- ?? British American Tobacco (BAT), que adquirió recientemente la compañía líder en el mercado italiano ETI.
- ?? Agio Sigarenfabrieken, grupo familiar de Bélgica y Holanda, y con importante presencia en Francia, Holanda y Alemania.
- ?? Imperial Tobacco, con sede en el Reino Unido, y que adquirió en el 2002 la alemana Reemtsma, mejorando con ello su posición en el segmento de Eco-cigarrillos de dicho país.
- ?? Gallaher, también británica, y que también aumentó algo su tamaño en el negocio de cigarros con la adquisición en 2001 de la austriaca Austria Tabak.

b) Mercado español

La evolución de las ventas de Altadis y de las principales compañías concurrentes en el mercado español, con indicación de sus correspondientes participaciones de mercado, se detalla a continuación:

Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrros en España
(ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Altadis (*)	369,8	35,2%	350,6	35,0%	431,9	41,9%
Resto España	453,0	43,1%	440,3	44,0%	415,8	40,4%
Cía. Canariense	310,4	29,5%	296,8	29,6%	268,1	26,0%
Cita	100,1	9,5%	99,6	9,9%	104,4	10,1%
Guajiro	32,8	3,1%	34,5	3,4%	34,8	3,4%
Otros Canarias	2,3	0,2%	2,1	0,2%	2,1	0,2%
Otros Península	7,4	0,7%	7,3	0,7%	6,4	0,6%
Unión Europea	193,8	18,4%	174,6	17,4%	146,1	14,2%
Nobel Holding	63,2	6,0%	59,6	6,0%	51,5	5,0%
Agio	45,1	4,3%	43,7	4,4%	38,5	3,7%
Swedish Match	38,6	3,7%	33,1	3,3%	27,2	2,6%
Otros Europeos	46,9	4,5%	38,2	3,8%	28,9	2,8%
Cuba	31,0	2,9%	31,8	3,2%	33,0	3,2%
Otros	4,4	0,4%	4,2	0,4%	3,5	0,3%
Total Mercado	1.052,0	100,0%	1.001,5	100,0%	1.030,3	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

(*) Grupo Altadis : (Altadis, S.A. + Seita)

Como puede apreciarse, Altadis sigue ocupando el primer puesto en el mercado español a pesar de que su estrategia está basada más en el valor que en el volumen.

c) Mercado francés

En cuanto al mercado francés, al igual que ocurría en el caso del mercado español, Altadis, a pesar de tener una estrategia centrada más en el valor que en el volumen sigue estando en cabeza con un 28% de cuota de mercado en el 2003.

Ventas y cuotas de los principales fabricantes de cigarrros en Francia
(Ventas en millones de unidades y cuota en %)

	2003		2002		2001	
	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota	Ventas	Cuota
Altadis (*)	487,5	28,2%	506,5	29,8%	544,3	31,5%
Nobel Holding	289,7	16,7%	279,0	16,4%	269,9	15,6%
Agio	262,0	15,1%	253,1	14,9%	252,4	14,6%
Vandermarlière	229,7	13,3%	208,7	12,3%	199,2	11,5%
Swedish Match	191,9	11,1%	186,2	10,9%	183,7	10,6%
Verellen	116,1	6,7%	112,0	6,6%	122,0	7,1%
Rothmans	56,4	3,3%	84,0	4,9%	86,5	5,0%
Villiger	27,8	1,6%	22,8	1,3%	23,7	1,4%
Habanos	2,4	0,1%	3,6	0,2%	5,7	0,3%
Otros	66,1	3,9%	46,1	2,7%	41,7	2,4%
Total Mercado	1.729,6	100,0%	1.702,0	100,0%	1.729,1	100,0%

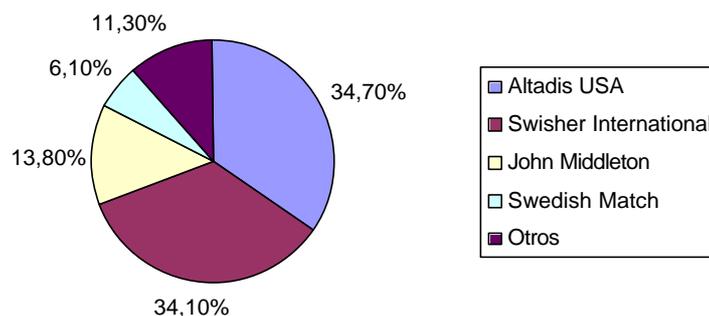
Fuente: Elaboración Propia

(*) Grupo Altadis : (Altadis, S.A. + Seita)

d) Mercado de Estados Unidos

Se ofrecen a continuación datos de las cuotas de mercado de Altadis USA y de las principales compañías concurrentes en el mercado americano, en el segmento de Mass Market (segmento mayoritario con en torno a un 62% del total del mercado en unidades).

Ventas en Volumen



Fuente: AC Nielsen, AOC

IV.3 CIRCUNSTANCIAS CONDICIONANTES

a) Tendencias en el consumo de productos de tabaco

Mercado internacional

El mercado internacional de cigarrillos se sigue caracterizando por ligeros retrocesos en los volúmenes de ventas, lo que implica un incremento de la competitividad. Aún así, Altadis mantiene su tendencia de crecimiento disponiendo, a través de sus mercados internacionales, de una reserva de rentabilidad mediante la mejora de sus márgenes ya sea vía precios o bien por ahorro de costes.

Por lo que se refiere a los cigarrillos, la tendencia general sería de leve crecimiento en volumen, protagonizado por las marcas más prestigiosas en el ámbito mundial.

Mercado español

En España, el consumo de tabaco se mantiene prácticamente estable, con tendencia al mayor consumo de cigarrillos rubios frente al fuerte retroceso en el consumo de cigarrillos negros. En 2003 el mercado de cigarrillos rubios se ha incrementado en un 4,4% en volumen mientras el consumo de cigarrillos negros sigue decreciendo un 12,1% con respecto al año pasado. En el año 2003, la subida del precio medio de los cigarrillos rubios fue del 2% y del 28% para los negros. A pesar de estos incrementos, se sigue estando por debajo de la media de la Unión Europea.

Entre los factores que han venido limitando el desarrollo del mercado deben incluirse:

- ✍ Los aumentos de precios a partir de 1999, resultado de una creciente imposición indirecta sobre los cigarrillos: el Impuesto Especial, por exigencias de la

armonización comunitaria, se ha incrementado sensiblemente en los últimos años, elevando por encima del 70% del PVP la fiscalidad total para cualquier cajetilla de cigarrillos.

- ✍ Ambiente adverso en relación con los efectos del tabaco en la salud.
- ✍ Nuevas normas sobre etiquetado, contenido en alquitrán y nicotina, eliminación de los descriptores en los paquetes lo que puede producir cambios en el consumo.
- ✍ Restricciones legales a la publicidad y a la promoción de productos de tabaco. Ello afecta fundamentalmente a la capacidad de la industria para poder responder al cambio de las preferencias del consumo mediante el lanzamiento de nuevas marcas.

La publicidad, en concreto, merece una atención especial. Tal y como hemos señalado en el Capítulo III.2.2 en España está prohibida de una manera total la publicidad, tanto directa como indirecta, de productos de tabaco en televisión, pero decisiones de los órganos comunitarios vienen a sentar las bases para una futura prohibición más generalizada.

Esta ausencia de publicidad, más que afectar al actual posicionamiento de las diferentes marcas en el mercado, va a constituir una barrera para introducir nuevas marcas en el mismo.

Por lo que se refiere a los cigarros, la tendencia es de un leve crecimiento del consumo centrado en los cigarros de menor gramaje, los denominados “cigarritos”.

Mercado francés

En el año 2003, las circunstancias que más han afectado el mercado francés, de por sí muy maduro y competitivo, han sido las dos subidas de precios obligadas por el aumento de los impuestos. En enero, la primera subida elevó el mínimo de recaudación de 90 euros en cigarrillos rubios y 87 euros en negros a 106 euros por cada 1000 cigarrillos, lo que implicó un incremento medio del 9% en el PVP. En octubre, el impuesto al consumo de la categoría de precios más vendida subió un 3% (del 58,99% al 62% del precio final) y aumentó el mínimo de recaudación de 106 a 108 euros por cada 1000 cigarrillos. En consecuencia, los precios de los rubios volvieron a subir, esta vez casi un 20%.

A ello hay que añadir la retirada del mercado de las cajetillas de menos de 19 cigarrillos por la aplicación de la directiva Byrne.

Consecuentemente las ventas globales de cigarrillos han disminuido en volumen un 13,4% aunque en valor lo han hecho en 1,7%. La bajada de las ventas lo ha sido, sobre todo, en los últimos tres meses del año, es decir, después de la subida de octubre.

b) Impacto de las reglas de competencia

Desde la entrada en vigor de la Ley 13/1998, de 14 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria, este mercado ha quedado liberalizado excepto en lo que se refiere al tramo minorista, sobre el que se mantiene un monopolio por parte del estado, que lo ejerce en régimen de concesión administrativa a través de la red de expendedurías de tabaco. Desde mayo de 1998, la fabricación, importación y

distribución mayorista de tabaco es libre; únicamente sujeta a la obtención de una licencia que otorga el Comisionado para el Mercado de Tabacos.

Altadis, S.A., que continúa siendo el primer fabricante en la venta de tabaco en la península y mantiene un primer puesto en la distribución mayorista a través de su filial Logista, S.A. es objeto de atención por las Autoridades de Competencia.

En este sentido, la sociedad McLane España, S.L., que había obtenido en 1994 la licencia para la distribución mayorista de tabaco, denunció en 1996 a Altadis ante el Servicio de Defensa de la Competencia por abuso de posición dominante al negarle la distribución de sus marcas de tabaco sin causa justificada. El expediente administrativo concluyó con una Resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia, de 24 de mayo de 2002, que ordenó a Altadis, S.A. suministrar a McLane sus propias marcas para su distribución en condiciones no discriminatorias; además le impuso una sanción de tres millones de euros, que se hizo efectiva en el año 2002, por la negativa efectuada a McLane. Altadis, S.A. interpuso Recurso Contencioso Administrativo, ante la Audiencia Nacional, contra dicha Resolución, que ha confirmado la Resolución del Tribunal de la Competencia. Altadis, S.A. ha presentado Recurso de Casación ante el Tribunal Supremo contra esta sentencia.

La obligación de suministro que imponen los Tribunales, no debe ser discriminatoria con otros distribuidores de Altadis y, por la misma razón, no debe ocasionar ningún perjuicio a Altadis, S.A.; en consecuencia, estas resoluciones no requieren provisión contable de ningún tipo.

c) Acuerdos con otras compañías tabaqueras

Altadis únicamente mantiene, a esta fecha, un contrato de licencia con Philip Morris para la fabricación de cigarrillos de la marca Marlboro, que expirará el próximo 31 de diciembre de 2004, junto a los contratos de distribución mayorista que tanto Altadis como Logista mantienen con los principales fabricantes. La finalización del contrato no va a tener ningún impacto significativo.

d) Demandas relacionadas con la salud

Las demandas relacionadas con los perjuicios provocados por el consumo de tabaco, se inician en Estados Unidos hacia los años 50, revistiendo la forma de demandas individuales y de *class actions* (demandas que agrupan a un colectivo de demandantes), siendo este último tipo el más relevante a efectos económicos.

Habiéndose personado varios Estados en dichos procesos, los Fiscales Generales empezaron a negociar acuerdos extrajudiciales con las empresas tabaqueras que culminaron en un Acuerdo (*Master Settlement Agreement*) firmado el 16 de noviembre de 1998 con 46 Estados Federales.

Fuera de Estados Unidos, los intentos de interponer *class actions* no han tenido mucho éxito, habiendo todas ellas fracasado (Australia, Japón, Reino Unido, África del Sur y Corea), en algunos países aun se tiene que pronunciar la justicia (Israel, Canadá).

Por lo demás, en la Unión Europea en estos momentos existen acciones contra las tabaqueras en Dinamarca, Alemania, Irlanda, Holanda, Noruega, Italia y Reino Unido.

En España, hasta la fecha, se han presentado contra Altadis, S.A. seis demandas individuales, cuatro demandas de Asociaciones de enfermos y una de un Gobierno

Autonómico. La justicia se ha pronunciado en todas ellas a favor de Altadis, S.A., tanto en primera instancia como en segunda instancia.

De las individuales, dos se referían a demandantes que sufrían la enfermedad denominada “síndrome de buerger”, dos a cánceres de pulmón, una a cáncer de laringe y la última a un enfermo cardiovascular. Hay que señalar que en uno de los fallos, el juez estima, entre otras consideraciones, que el tabaco ha sido un factor de riesgo y no la única causa de la enfermedad del demandante y argumenta que el adulto que fuma lo hace por voluntad propia.

Además, en una demanda individual que se ha tramitado en Madrid, con una reclamación de 2,4 millones de euros, el procedimiento ha terminado mediante auto que declaraba la competencia de la jurisdicción contencioso-administrativa, por cuanto el Estado debía ser parte de este procedimiento.

Asimismo, cuatro Asociaciones de Laringectomizados han presentado demandas contra cinco empresas productoras de tabaco y una distribuidora (Altadis, S.A., BAT, CITA, Logista, Philip Morris y JTI) en León, Barcelona, Valladolid y Bilbao. En todas ellas el juez ha apreciado incompetencia de la jurisdicción civil, confirmando el auto en apelación. Dicho auto no ha sido recurrido por los demandantes.

Finalmente, en marzo de 2002, la Junta de Andalucía presentó una demanda contra seis compañías tabaqueras, en reclamación de 1.770.000 euros a que ascienden los costes estimados por la Junta en la atención hospitalaria de un determinado número de pacientes ingresados en hospitales de la salud pública andaluza como consecuencia de enfermedades supuestamente causadas por el tabaco. El juez ha igualmente apreciado la falta de jurisdicción de lo civil a favor de la vía contencioso-administrativa. La Junta de Andalucía ha interpuesto recurso. Dada la escasa cuantía de la cantidad reclamada (hay que repartirla entre seis) y la desestimación de la misma en primera instancia, Altadis no ha efectuado provisión alguna por esta reclamación.

En Francia, las dos primeras demandas fueron planteadas contra Seita en 1996 por familiares de enfermos de cáncer de pulmón. El caso Gourelain ha llegado hasta el Tribunal Supremo que ha eximido al Grupo Altadis de toda responsabilidad. Es el primer caso en el que se ha pronunciado el Tribunal Supremo sobre el fondo de una demanda de tabaquismo. En esta misma demanda, se había acogido la Seguridad Social de Loiret (CPAM).

Posteriormente, se interpusieron cinco demandas más de enfermos individuales y una contra las empresas tabaqueras presentada por la Seguridad Social de Saint Nazaire.

En cuatro de ellas se ha fallado a favor de la empresa, quedando pendiente en primera instancia una demanda individual.

El 29 de septiembre de 2003, el juez de primera instancia de Saint Nazaire se ha pronunciado a favor de Seita y en contra de la Seguridad Social (CPAM). Dicho organismo ha interpuesto recurso de apelación.

Tanto en Polonia como en Marruecos, el juez ha absuelto a la industria de responsabilidad en las dos demandas individuales que fueron planteadas.

e) Materias primas y riesgos de moneda

El Grupo Altadis no tiene especial dependencia de ningún suministrador en particular de materias primas, así como tampoco depende de ningún origen específico, y en consecuencia, a pesar de que se hayan producido o se puedan producir variaciones en las cosechas anuales, el Grupo Altadis no ha sufrido, ni se estima puede sufrir, interrupción en el suministro de materias primas de calidad para la fabricación de sus productos.

Ello no obstante, la calidad de tabaco suministrado es de suma importancia para el Grupo Altadis y en algunos casos (como por ejemplo el tabaco importado de Cuba) su origen geográfico es relevante.

Una elevada proporción de las compras de materias primas utilizadas en los procesos de fabricación de Altadis proviene del exterior, efectuándose el pago en distintas divisas, especialmente en dólares.

Altadis mantiene la práctica de contratar seguros de cambio que cubran el grueso de sus operaciones de las oscilaciones de las paridades previstas al inicio de cada ejercicio.

Los saldos a cobrar y a pagar en moneda extranjera al cierre del ejercicio y cuyo cambio no está asegurado, se valoran en euros a los tipos de cambio vigentes a dicha fecha, reconociéndose como gastos las pérdidas netas de cambio no realizadas, determinadas para grupos de divisas de similar vencimiento y comportamiento en el mercado y difiriéndose hasta su vencimiento los beneficios netos no realizados, determinados de igual modo. Los saldos cubiertos con seguros de cambio o mediante operaciones de futuros se valoran al tipo de cambio asegurado.

f) Estructura Financiera

La estructura financiera actual, con un nivel de deuda neta, que ha aumentado hasta 1,9 veces el Ebitda del Grupo, sigue permitiendo capacidad de maniobra para acometer inversiones futuras en la cuantía necesaria que, previsiblemente, podrían ser significativas en el desarrollo de la expansión internacional de la Compañía. La forma en que se financien estas eventuales inversiones, si llegan a producirse, dependerá de las circunstancias de los mercados de capitales en cada momento y, en todo caso, corresponderá al Consejo de Administración de Altadis, S.A. establecer los criterios que se sigan en política de endeudamiento.

IV.3.1 Grado de estacionalidad del negocio o negocios del emisor

Ciertos factores estacionales pueden afectar los rendimientos del Grupo Altadis a lo largo del año. España, como país de destino turístico, recibe un número importante de visitantes en los meses de verano que pueden incrementar las ventas en el segundo semestre. Por otra parte, en el último trimestre, las ventas se pueden ver, asimismo, aumentadas por crecimiento de los niveles de *stocks* de los estancieros como consecuencia de expectativas de subidas de impuestos que aplicadas en los Presupuestos Generales del Estado sean trasladadas al precio de venta al público, o por subidas de precio autónomos de los fabricantes. No obstante lo anterior, la diversificación en sus tres líneas de negocio, así como su diversificación geográfica en distintos países, hacen que el grado de estacionalidad del conjunto de los negocios de la compañía no sea significativo.

IV.3.2 Dependencia respecto de patentes y marcas

El Grupo Altadis entiende que no existe dependencia significativa con relación a patentes y marcas que pertenezcan a terceros.

Las principales marcas titularidad de Altadis, S.A. son las siguientes:

En cigarrillos rubios:	Fortuna Nobel Diana Lola Bisonte
En cigarrillos negros:	Ducados BN Habanos Sombra Celtas

Las principales marcas de cigarros que comercializa Altadis, S.A. están registradas a nombre de empresas del Grupo Altadis que a continuación se exponen:

Altadis, S.A.:	Vegafina Farias Entrefinos La Flor de los Caribes
ITB (100% Altadis, S.A.):	Montecristo Por Larrañaga Partagás La Gloria Cubana
Corp. Habanos (50% Altadis, S.A.):	Vega Robaina Quintero Romero y Julieta Hoyo de Monterrey Fonseca Punch Cohiba

Por lo que concierne a las marcas de Seita, éstas se venden en Europa, África y algunos países de Asia y América.

Las principales marcas de Seita son las siguientes:

En cigarrillos:	Gauloises Gitanes News Royale Royale Club Fine Fine 120 Brooklyn American Dream Brilliant
-----------------	--

Tabaco para liar y pipa:	Amsterdamer (Titularidad Altadis Luxembourg) Caporal Saint Claude Gauloises Narval
En Cigarros:	Pleiades Longchamps Fleur De Savane Ninas Meccarrillos (Titularidad Meccarrillos France, Meccarrillos Suisse y Meccarrillos Internacional) Picaduros
Licencia:	Mini-Cohibas Alain Delon Mini Quai d'Orsay

En cuanto a la Régie des Tabacs du Maroc, sus principales marcas son las siguientes:

Cigarrillos rubios:	Marquise Marvel Anfa Louka
Cigarrillos negros sin filtro:	Casa Sports Kasbah
Cigarrillos negros con filtro:	Olympic Maghreb Dakhla Al Massira F

IV.3.3 Política de investigación y desarrollo (I+D) y de calidad y medioambiente

Su enfoque está dirigido a posicionar a Altadis en el nivel que exige el mercado y las marcas de la competencia, tanto en el ámbito de la calidad como de desarrollo del producto y de las normas técnico-sanitarias y medioambientales. Los gastos en I+D se sitúan en, 4.742 miles de euros en el año 2001, 4.245 en el 2002 y en torno a los 4.449 miles de euros a 31 de diciembre de 2003 (las previsiones para el ejercicio 2004 son de 4,78 millones de euros), siendo sus principales líneas las que se indican a continuación.

a) Calidad

Existen programas de Mejora de Calidad, aplicados tanto al campo de los materiales como de los procesos productivos y del producto terminado, con el objetivo permanente de aseguramiento del alto nivel de calidad actual de nuestros productos y con la mayor implicación del personal de producción de la Compañía.

Se destacan igualmente, los trabajos realizados de intercambio de experiencias y de armonización de los sistemas de calidad aplicados en España y Francia, sumando las elevadas sinergias en este campo para la implantación de las mejores prácticas de calidad de forma coordinada. Para ello Altadis cuenta con tres centros, Orleáns-Les Aubrais en Francia dedicado enteramente a la mejora de productos y a la innovación. Tres Cantos en España, participa en el desarrollo de las mezclas y controla la política de Calidad del Grupo y el Instituto del Tabaco de Bergerac en Francia, especializado en la investigación de la planta del tabaco.

b) Desarrollo del producto

La mejora y adecuación de los productos existentes y la atención a las nuevas necesidades del consumidor son aspectos estratégicos fundamentales para mejorar la posición en el mercado. Para ello se desarrollan planes concretos en los campos de:

- Nuevos mercados de materias primas
- I+D en salsas y aromas
- Mejoras de procesos
- Desarrollo de nuevos productos y mejora de los actuales
- Mejora del diseño del cigarrillo y de nuevos materiales de envasado

Por su parte, la fábrica de Logroño ha participado en el desarrollo final de una nueva máquina liadora Hauni, que fue presentada en la feria internacional de fabricantes de tabaco Tabexpo celebrada en Barcelona 2003.

c) Legislación técnico-sanitaria

Mediante los planes de trabajo establecidos para los distintos laboratorios del Centro de I+D se garantiza que las materias primas, materiales, procesos y productos cumplen las normativas que regulan el mundo del tabaco.

A este respecto, lo más destacado en el año 2003, ha sido la culminación del proceso de adaptación de sus productos a las modificaciones impuestas por la directiva europea Byrne sobre advertencias sanitarias y contenidos de ingredientes: rediseño del envase, adaptación de las mezclas y mantenimiento de la calidad de los productos tras aplicarles los cambios correspondientes.

d) Medio ambiente

Aunque la industria tabaquera no es una actividad que afecte especialmente al medioambiente, al estar incluida dentro de los sectores de menor incidencia ambiental, la minimización continua del impacto de nuestras actividades y el permanente cumplimiento de la cada vez más rigurosa legislación en este campo siguen siendo el eje central de la política medioambiental de la Compañía. En este sentido, Altadis realiza de forma institucional las declaraciones y comunicaciones requeridas ante las Autoridades Medioambientales de nivel local, autonómico y estatal, así como se ha adherido al Sistema Integrado de Gestión de Residuos de Envases y Envases Usados denominado "ECOEMBES". Además, se está en proceso de implantación de un sistema de Gestión Medioambiental siguiendo las directrices de la norma internacional ISO 14001, con un horizonte de diciembre de 2005

Destaca el elevado grado de cumplimiento de los objetivos de reducción de peso de los materiales de envasado establecidos en el Plan Empresarial de Prevención de Residuos de Envases del Sector de la Alimentación, al que está adherido Altadis En el

año 2003, se han reducido 2.200 toneladas de papel, 350 toneladas de polipropileno, al reemplazar los cartones por fardos de papel y, 660 toneladas de aluminio, al sustituir éste por papel metalizado alto vacío. De esta forma, los objetivos suscritos en el Plan Empresarial en cuanto a prevención y reducción de envases se han cumplido holgadamente.

IV.3.4 Indicación de cualquier litigio o arbitraje que pueda tener o haya tenido, en un pasado reciente, una incidencia importante sobre la situación financiera del emisor o sobre la actividad de los negocios.

No existe ningún hecho excepcional ni litigio susceptible de afectar sustancialmente a la situación financiera, la actividad o el patrimonio de Altadis o de su Grupo.

IV.3.5 Indicación de cualquier interrupción de las actividades de Altadis, S.A. que pueda tener o haya tenido en un pasado reciente una incidencia importante sobre la situación financiera del Emisor.

No se han producido interrupciones de actividades en el curso ordinario de las operaciones, salvo las esporádicas como consecuencia de puntuales paros por motivos laborales y por cortos períodos de tiempo, que no han tenido incidencia relevante en la producción; la dirección de la Compañía estima que si volvieran a producirse dichas circunstancias, serían de las mismas características y, en consecuencia, no tendrían especial relevancia para la producción y para la cuenta de resultados.

IV.4 INFORMACIONES LABORALES

IV.4.1 Personal empleado y su evolución en los últimos tres años

En julio de 2003, el Grupo anunció su proyecto de reorganización para España y Francia en las tres unidades de negocio. Este nuevo Plan va a suponer unas reducciones netas de los empleos en ambos países de 1.276 empleados de los que 533 son en Francia y 743 en España. Dicha reorganización se llevará a cabo durante dos años a la vez que se implantarán numerosas medidas destinadas a minimizar el impacto social, económico y humano de la reorganización.

El coste total estimado asciende a 240 millones de euros, provisionados en el ejercicio 2003.

PLANTILLA GRUPO

	Fijos			Eventuales		
	2003 31/12	2002 31/12	2001 31/12	2003 31/12	2002 31/12	2001 31/12
Unidad de Cigarrillos	6.168	6.219	6.969	80	138	153
Unidad de Cigarros (2)	9.622	8.125	7.858	65	43	54
Unidad de Logista	4.849	4.448	3.292	839	696	652
Servicios Centrales	631	603	636	28	25	33
Otros (1)	2.818	491	486	42	45	73
Total Plantilla	24.088	19.886	19.241	1.054	947	965

(1) De los que 2.333 de la RTM

(2) De los que 853 corresponden a 800 JR Cigar Inc.

PLANTILLA ALTADIS S.A.

	Fijos			Eventuales		
	2003	2002	2001	2003	2002	2001
Plantilla a 31/12.....	3.484	3.416	4.178	91	159	191
Producción.....	2.612	2.456	3.175	22	103	83
Comercial.....	555	329	402	47	9	63
Servicios Centrales.....	317	630	47	22	45	26

PLANTILLA MEDIA DE ALTADIS, S.A. POR CATEGORÍAS

	2003	2002	2001
Dirección.....	178	170	56
Personal Técnico-Administrativo.....	987	1.020	1.051
Personal Subalterno.....	26	31	39
Personal Obrero.....	2.275	2.631	3.152
Total.....	3.466	3.852	4.551

(*) A 31 /12/02

La plantilla media total del Grupo Altadis fue de 21.786 personas en 2003, 20.618 empleados en 2002 y de 20.205 en 2001.

La evolución de los gastos de personal ha sido la siguiente:

	Altadis, S.A. (miles de euros)			Grupo Altadis (miles de euros)		
	2003	2002	2001	2003	2002	2001
Sueldos, Salarios y Asimilados	134.350	142.836	151.788	503.247	470.966	485.976
Cargas Sociales	47.053	42.089	42.089	246.381	261.505	185.176
Total	181.403	184.925	194.776	749.628	732.471	671.152

IV.4.2 Negociación colectiva

En estos momentos se ha abierto un nuevo periodo de concertación para la negociación colectiva del Grupo Altadis.

A este respecto, el Grupo ha creado un Comité de Empresa Europeo que se ha reunido durante 2003 en cuatro ocasiones: dos sesiones ordinarias y otras dos extraordinarias dedicadas a la presentación del Plan Industrial para España y Francia y en una sesión ordinaria en el año 2004.

Altadis esta pendiente de la incorporación al Comité de los representantes de los nuevos países miembros de la Unión Europea.

IV.4.3 Política de formación del personal

De acuerdo con la estrategia de la Compañía y la política de recursos humanos, durante los años 2001 y 2002, los objetivos más relevantes del programa de formación fueron los siguientes: la adaptación de los recursos humanos a las nuevas necesidades, el impulso al desarrollo de carreras profesionales y la actualización de conocimientos, destrezas y habilidades y finalmente la promoción del desarrollo del Equipo directivo mediante programas que mejoren las técnicas y habilidades de gestión y planes que propicien una visión multinacional del conjunto del negocio.

Siguiendo con la misma estrategia que los años anteriores, durante el año 2003, el programa de formación se ha orientado fundamentalmente al aprendizaje y entrenamiento necesarios para el desarrollo profesional, el desarrollo del liderazgo “Altadis, S.A.”, el cambio de actitudes culturales y la necesaria adaptación de los Recursos Humanos a las necesidades y retos derivados de las estrategias internacionales y los planes de futuro de la Empresa. Asimismo el Grupo ha primado la mejora continua de los empleados en los campos de técnica en electrónica, mecánica e informática

Asimismo, los nuevos métodos de formación e-learning a través de Internet están en pleno desarrollo, y el Grupo ofrece por este canal numerosos cursos de idiomas, de prevención en seguridad, etc.

Altadis ha organizado programas formativos dirigidos a todas las categorías laborales: los empleados españoles y franceses recibieron en total 2.201 sesiones de formación durante 2003.

Los datos de formación de Altadis para el año 2003 son los siguientes:

Política de Formación

	España	Francia	Polonia	Marruecos
Participantes en Formación	2.350	1.963	616	940
% de la plantilla de la sociedad matriz en cada país	66	55	70	40

IV.4.4 Política seguida por el Grupo (Altadis, S.A., Logista y Seita) en materia de ventajas al personal y, en particular, en materia de pensiones de toda clase

Con el fin de cubrir las prestaciones diferenciales derivadas de la integración del personal pasivo de Altadis, S.A. y de Logista, S.A. en el Régimen de la Seguridad Social –que tuvo efectos de 1 de octubre de 1987-, se suscribió por Altadis, S.A. en 1988 una póliza de seguro cubriendo la totalidad de dichas prestaciones, con excepción de la de fallecimiento que se aseguró en 1994.

Las prestaciones complementarias del Régimen General, debidas al personal en activo de Altadis, S.A. y en Logista, S.A. en el momento de la integración en el Régimen General de la Seguridad Social, así como las prestaciones de invalidez, jubilación o muerte, fueron tomadas a cargo por Mutualidad de Tabacalera de Previsión Social, quien, en 1994, se transformó en un Plan de Pensiones, cuyos fondos son gestionados por Gestión de Previsión y Pensiones, S.A. La financiación de este Plan de Pensiones se lleva a cabo del siguiente modo:

1. Desembolsos a cargo de Altadis, S.A. correspondientes al montante estimado de prestaciones debidas al personal en activo en la fecha de adhesión. El pago de este déficit anual –estimado en 25.459 miles de euros el 3 de noviembre de 1990- se realiza en un período de 15 años (a contar desde 1990) a razón de pagos mensuales que se incrementan un 4% anualmente y con un interés del 6% anual. El pago realizado por la Sociedad en 2001, 2002 y 2003 por este concepto ha ascendido

respectivamente a 2.962.175,92, 3.346.766,78 y a 2.937.785,73 euros. El importe de pago pendiente al 31 de diciembre de 2003 asciende a 6.239.743,30 euros.

2. La cuota anual soportada por los empleados (2%) y por la Sociedad (8,3%) está fijada en el Reglamento del Plan de Pensiones en un 10,30% del salario regulador.

Las cantidades abonadas por la Sociedad por el concepto de cuotas corrientes ascendieron a 12.011.689,35 euros en el año 2001, 12.759.410,22 en el 2002 y en el año 2003 a 11.825.150,22 euros.

3. En aplicación del R.D. 1588/99, de 15 de octubre, se procedió a la externalización de los compromisos por jubilación anticipada de todos aquellos trabajadores a los que la Seguridad Social les mantiene la posibilidad de jubilarse anticipadamente por haber cotizado al Mutualismo Laboral antes del 1º de enero de 1967. El montante de este compromiso asciende a 78.734.376,73 euros y su pago se efectuará mediante un plan de amortización a 10 años. Los pagos realizados por este concepto ascendieron a 17.106.375,35 euros en el año 2001, 7.793.739,35 durante el 2002 y 10.419.583,27 euros en el 2003. El importe de pago pendiente al 31 de diciembre de 2003 asciende a 44.224.634,77 euros.

En lo que se refiere a Seita, coexisten dos sistemas de jubilación legales: un régimen especial de jubilación en extinción y el régimen general de seguro de vejez de la seguridad social. Una ley de 1980 ha modificado el estatuto jurídico de empresa y la extinción del régimen especial de jubilaciones de Seita creado en 1962. Por tanto, los asalariados contratados después de 1980 pertenecen al régimen general de la Seguridad Social y régimen complementario obligatorio según la legislación francesa (ARRCO y AGIRC), mientras que los asalariados contratados antes de 1980 conservan a título personal el régimen especial de jubilación de Seita.

Por lo que respecta al plan de gestión social y financiera, éstos son seguidos en concertación con los agentes sociales (acuerdo social anual, comisión paritaria de gestión...).

El régimen especial de jubilación y el general de la Seguridad Social conllevan una cotización por parte del trabajador y otra por parte de la empresa que globalmente ascienden a una media del 32,25% del salario base para el régimen especial y alrededor del 23,5% del total salarial para el régimen general.

Por otro lado, el conjunto de los asalariados de Seita se beneficia de un sistema colectivo de mutualidad de prevención. Este régimen colectivo que fue introducido por un acuerdo colectivo en 1989, ha evolucionado en 1995 hacia un dispositivo de prevención colectivo a la carta y se financia por cotizaciones compartidas por el patrono (70%) y por los trabajadores (30%). Las cotizaciones de esta prevención complementaria ascienden a 2,13 millones de euros por año, es decir, un 1,4% de la masa salarial de la empresa.

Este sistema de protección social se inscribe en perfecta armonía con el facultativo propuesto por la *Mutuelle des Tabacs et Allumettes* ("MTA") que ofrece a los asalariados la posibilidad de cubrir complementos de incapacidad y reembolso de gastos médicos. 3.874 trabajadores activos, es decir, el 80% de los trabajadores de

Seita han optado por las garantías MTA, a las cuales se adhieren igualmente 7.410 jubilados.

IV.5 POLÍTICA DE INVERSIONES

IV.5.1 Principales inversiones materiales, inmateriales y financieras de los tres últimos años

En el cuadro siguiente aparecen las entradas contables por el concepto de inversiones brutas que figuran en las correspondientes cuentas anuales de Altadis, S.A.

Inversión bruta Altadis, S.A. y Grupo Altadis

Aplicaciones según cuadros de financiación.

Adquisiciones de Inmovilizado	Miles de Euros		
	2003	2002	2001
Altadis, S.A.			
Inmovilizado inmaterial	-	1	426
Inmovilizado material	26.097	74.082	53.178
Inmovilizado financiero	1.384.924	64.488	157.003
	1.411.021	138.571	210.607
Grupo Altadis			
Inmovilizado inmaterial	11.540	24.775	26.212
Inmovilizado material	119.576	164.364	122.587
Inmovilizado financiero	70.433	145.926	27.682
	201.549	335.065	176.481

IV.5.2 Principales inversiones

Para el año 2003, las inversiones de mantenimiento de capital del Grupo Altadis han alcanzado cerca de 132 millones de euros. El desglose por líneas de actividad es el siguiente:

/// Cigarrillos:.....	46,9 millones de euros
/// Cigarros:.....	14,6 millones de euros
/// Logística:.....	40,8 millones de euros
/// Otros:	29,8 millones de euros

Las principales inversiones dentro de cada línea de actividad son las siguientes:

- ?? **Cigarrillos:** la puesta al día del material de fabricación del Grupo supondrá una inversión de entorno a 6,6 millones de euros, igualmente la inversión en nuevas líneas de proceso, liado y empaquetado en Logroño y finalmente la mejora del equipamiento y compra de una empaquetadora y protección anti-fuego en Polonia son las principales inversiones en el ejercicio.

- ?? **Cigarros:** el principal gasto de inversión previsto en España y Francia se refiere a la adaptación de la maquinaria de empaquetado y a la nueva legislación, más concretamente a la Directiva Byrne.
- ?? **Logística:** la mayor parte de la inversión en logística en España se la lleva el nuevo almacén de Leganés así como la implantación del proyecto SAGA, sistema de información único para el Grupo Altadis, basado sobre SAP. En Francia el almacén de Toulouse es el destinatario de la parte más importante de la inversión en dicho país.
- ?? **Otros:** la inversión más importante se refiere al área de informática, con la implantación del Proyecto SAP.

IV.5.3 Principales inversiones en curso

Las inversiones materiales del Grupo Altadis previstas para el año 2004 son de 182 millones de euros aproximadamente de los que se destinarán 81 a cigarrillos, 15 a cigarros, 54 a logística, 9 a RTM y 23 básicamente a la implantación de nuevas aplicaciones informáticas.

IV.5.4 Plan de inversiones para los próximos años

En los próximos años se prevén unas inversiones de conservación y mantenimiento de capital que deberían alcanzar entre un 3% y un 4% de las ventas económicas de la Sociedad.

Se prestará una atención preferente a las inversiones para prevención de riesgos laborales y para protección del medio ambiente, de conformidad con la legislación vigente. Asimismo, sin tener en lo inmediato proyectos de nuevas adquisiciones, Altadis seguirá investigando oportunidades de crecimiento externas dentro de su sector de actividad.

CAPÍTULO V: EL PATRIMONIO, SITUACIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS DEL EMISOR

V.1 INFORMACIONES CONTABLES DE ALTADIS, S.A.

V.1.1 Balances de situación de Altadis, S.A. a 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001

ACTIVO

(Miles de Euros)	31/12/03	31/12/02	31/12/01
INMOVILIZADO:			
Gastos de establecimiento	668	965	1.262
Inmovilizaciones inmateriales	49.966	1.085	2.562
Inmovilizaciones materiales-	171.760	231.983	241.815
Terrenos y construcciones	196.775	197.452	222.071
Instalaciones técnicas y maquinaria	350.477	365.134	351.510
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	56.699	60.327	51.256
Otro inmovilizado	22.715	29.418	27.705
Anticipos e inmovilizaciones en curso	8.524	47.269	40.696
Amortizaciones y provisiones	(463.430)	(467.617)	(451.423)
Inmovilizaciones financieras-	3.034.868	1.772.511	1.881.658
Participaciones en empresas del Grupo	3.065.669	1.219.101	1.169.371
Participaciones en empresas Asociadas	163.205	672.097	684.031
Créditos a empresas del Grupo y Asociadas	16.996	17.165	21.947
Cartera de valores a largo plazo	3	3	36.578
Otros créditos	11.610	613	758
Depósitos y fianzas a largo plazo	1.191	1.212	1.055
Provisiones	(223.806)	(137.680)	(32.082)
Hacienda Pública deudora por impuestos anticipados	185.584	112.187	78.458
Acciones propias	4.008	32.096	12.211
Total inmovilizado	3.446.854	2.150.827	2.217.966
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	19.995	5.139	6.693
ACTIVO CIRCULANTE:			
Existencias	406.064	460.621	475.568
Deudores	263.403	369.458	302.158
Inversiones financieras temporales-	26.941	16.028	17.971
Participaciones en empresas del Grupo y Asociadas	14.679	14.679	14.179
Créditos a empresas del Grupo y Asociadas	10.296	2.145	3.773
Cartera de valores y otros créditos	9.687	6.802	3.667
Depósitos y fianzas a corto plazo	582	480	1.010
Provisiones	(8.303)	(8.078)	(4.658)
Tesorería	1.923	6.733	30.077
Ajustes por periodificación	6.306	4.563	
Total Activo circulante	704.637	857.403	825.774
TOTAL ACTIVO	4.171.486	3.013.369	3.050.433

PASIVO

(Miles de Euros)	31/12/03	31/12/02	31/12/01
FONDOS PROPIOS:			
Capital suscrito	174.283	183.283	183.283
Prima de emisión	132.219	270.264	432.675
Reservas-	141.236	213.250	161.124
Reserva legal	36.657	36.657	35.323
Reservas voluntarias	38.902	69.317	-
Reserva de revalorización	53.461	53.461	53.461
Reservas para acciones propias	11.907	53.506	72.031
Diferencias por ajuste del capital a euros	309	309	309
Beneficio del ejercicio	291.353	173.592	207.089
Total fondos propios	739.091	840.389	984.171
INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	9.343	2.890	121
PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A LARGO PLAZO	254.789	107.209	116.590
ACREEDORES A LARGO PLAZO:			
Deudas con entidades de crédito	821.828	322.000	265.467
Deudas con empresas del Grupo	1.100.000	-	-
Administraciones Públicas	97	8.446	62.726
Otras deudas	33.094	56.402	450
Total acreedores a largo plazo	1.955.019	386.848	328.643
ACREEDORES A CORTO PLAZO			
Deudas con entidades de crédito	18.747	393.949	261.421
Deudas con empresas del Grupo	1.061.569	1.121.615	1.107.412
Deudas con empresas Asociadas	4.183	7.461	7.589
Acreedores comerciales	86.529	86.248	97.416
Otras deudas no comerciales-	29.101	33.698	49.325
Administraciones Públicas	9.864	12.293	29.089
Otras deudas	19.237	21.405	20.236
Provisiones para riesgos y gastos a corto plazo	12.615	33.062	97.745
Ajustes por periodificación	500	-	-
Total acreedores a corto plazo	1.213.244	1.676.033	1.620.908
TOTAL PASIVO	4.171.486	3.013.369	3.050.433

Balance de Situación de Altadis, S.A.

Los estados financieros de Altadis, S.A. tienen, en la actualidad, una menor relevancia que los correspondientes al Grupo Altadis, a raíz de los acontecimientos que a continuación se mencionan:

- El 1 de febrero de 1999 tuvo lugar la segregación patrimonial del balance de situación de la Sociedad de la rama de actividad de distribución, que se aportó a la sociedad filial Logista.
- En el mes de diciembre de 1999 se llevó a cabo la unión empresarial de Tabacalera, S.A. con Seita, S.A., conformándose el Grupo Altadis.

Como consecuencia de los citados hechos, la evolución de los estados financieros consolidados refleja mejor la situación real del Grupo Altadis.

Por otra parte, en el mes de junio de 2003 Altadis S.A. realizó la compra de la compañía marroquí RTM, este es el principal motivo del significativo incremento del balance de situación del año 2003.

Entre las grandes masas patrimoniales del balance de Altadis, S.A. a 31 de diciembre de 2003 cabe destacar:

- ? Un activo total de 4.171.486 miles de euros, lo que supone un aumento de 1.158.117 miles de euros con respecto al ejercicio 2002, un incremento de más del 38% motivado por la adquisición de la compañía RTM. También destaca el descenso en el saldo correspondiente al epígrafe Inmovilizaciones Financieras-Participaciones en empresas Asociadas, por importe de 508.892 miles de euros, como consecuencia en primer lugar de una reducción en la participación en el Subgrupo Corporación Habanos por importe de 34.594 miles de euros y, en segundo lugar, de un traspaso al epígrafe Inmovilizaciones Financieras-Participaciones en empresas del Grupo por importe de 474.298 miles de euros, motivado por una reestructuración societaria realizada en las filiales de cigarros.

- ? En el pasivo del balance destaca el incremento de los acreedores a largo plazo, específicamente deudas con empresas del Grupo, motivadas por el préstamo recibido de Altadis Finance B.V. por valor de 1.100.000 miles de euros, para hacer frente al pago correspondiente a la adquisición de RTM. Por su parte Altadis Finance B.V., para financiarse realizó una emisión de bonos en octubre de 2003 por este mismo importe. El préstamo recibido tiene dos tramos: el primer tramo, por importe de 600.000 miles de euros tiene vencimiento a cinco años y un tipo de interés fijo de un 4,5%; el segundo tramo, por importe de 500.000 miles de euros, tiene vencimiento a diez años y un tipo de interés variable de mercado referenciado al Euribor. Los Fondos Propios, se han reducido como consecuencia principal del efecto de la amortización de 15.000.000 de acciones propias y del pago de 204.007 miles de euros de dividendos.

V.1.2 Cuentas de pérdidas y ganancias de Altadis, S.A. correspondientes a los ejercicios 2003, 2002 y 2001

	miles de euros	2003	2002	2001
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio		1.040.456	1.158.076	1.318.248
+ Otros Ingresos		28.127	25.998	28.948
+/- Variación Existencias Productos Terminados y en Curso		-531	-5.514	-28.500
+/- VALOR TOTAL DE LA PRODUCCIÓN		1.068.052	1.178.560	1.318.732
- Compras Netas		-378.989	-567.560	-758.115
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles		-27.273	1.291	74.666
- Gastos Externos y de Explotación		-216.795	-211.406	-213.789
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO		444.995	400.885	421.494
- Gastos personal		-181.403	-184.925	-194.776
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN		263.592	215.960	226.718
- Variación Provisiones de Circulante		1.404	-1.495	-2.738
= FLUJO DE CAJA DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)		264.996	214.465	223.980
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado		-34.013	-37.357	-37.029
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN		230.983	177.108	186.951
+ Ingresos Financieros		362.365	140.948	156.259
- Gastos Financieros		-82.929	-68.631	-77.148
+ Intereses y Diferencias Cambio Capitalizados		-	-	-
+/- Dotación Amortización y Provisiones Financieras		139	-1.047	-3.456
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS		510.558	248.351	262.606
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control		4.906	14.640	21.206
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control		-87.109	-111.327	-8.815
+/- Resultados por Operaciones con Acciones y Obligaciones propias		-	1.952	736
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores		-381	2.784	-3.915
+/- Otros Resultados Extraordinarios		-194.313	-22.370	-52.748
= RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS		233.661	134.030	219.070
+/- Impuestos sobre Sociedades y otros		57.692	39.562	-11.981
= RESULTADOS DEL EJERCICIOS		291.353	173.592	207.089

Cuenta de pérdidas y ganancias de Altadis, S.A.

En relación con la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2003, cabe señalar la cifra alcanzada por el Valor total de la producción, 1.068.052 miles de euros, netos de impuestos y comisiones por distribución. Dado que los gastos correspondientes han ascendido a 837.069 miles de euros, el beneficio de explotación ha alcanzado los 230.983 miles de euros, un 30% superior al del ejercicio anterior debido fundamentalmente a la elevada contención de los gastos, en especial de los aprovisionamientos, por encima de la reducción de las ventas.

Los resultados financieros han sido positivos en 279.575 miles de euros, incluyendo sus provisiones, cifra muy superior a la alcanzada en 2002, 71.243 miles de euros, y donde los dividendos percibidos de las empresas del Grupo y Asociadas han supuesto la partida más importante, con una cifra de 353.175 miles de euros, en la que el importe más significativo proviene de Seita (316.766 miles de euros). De este modo, el beneficio de las actividades ordinarias en el ejercicio 2003 ha alcanzado los 510.558 miles de euros.

Los resultados extraordinarios han sido negativos en 276.897 miles de euros frente a los 114.321 miles de euros también negativos del ejercicio 2002. Motivado, principalmente, por el registro de una provisión por importe de 163.157 miles de euros, como consecuencia de la decisión de realizar un nuevo Plan Industrial durante los ejercicios 2004 y 2005, este importe refleja la mejor estimación de la Dirección sobre el coste asociado a las bajas de personal del mencionado Plan de Altadis, S.A.

Por tanto, el beneficio antes de impuestos del ejercicio 2003 ha ascendido a 233.661 miles de euros, que tras el correspondiente ingreso por el Impuesto sobre Sociedades por importe de 57.692 millones de euros consecuencia principalmente del aprovechamiento de beneficios y deducciones fiscales, ha situado el resultado del ejercicio en 291.353 miles de euros, esto es un 68% superior al del ejercicio 2002. Esta variación ha sido debida fundamentalmente a los resultados financieros positivos ya mencionados.

V.2 INFORMACIONES CONTABLES CONSOLIDADAS

V.2.1 Balances de situación consolidados del Grupo Altadis al 31 de diciembre de 2003, 2002 y 2001

ACTIVO

(Miles de Euros)	31/12/03	31/12/02	31/12/01
ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	-	-	589
INMOVILIZADO:			
Gastos de establecimiento	2.541	3.655	12.262
Inmovilizaciones inmateriales	592.375	358.588	455.146
Inmovilizaciones materiales-	803.509	687.008	727.580
Terrenos y construcciones	695.192	532.746	554.620
Instalaciones técnicas y maquinaria	1.243.658	1.067.513	1.074.489
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	147.589	137.788	82.130
Otro inmovilizado	100.678	97.400	137.089
Anticipos e inmovilizado en curso	60.418	74.232	61.614
Amortizaciones y provisiones	(1.444.026)	(1.222.671)	(1.182.362)
Inmovilizaciones financieras	763.934	933.212	837.521
Hacienda Pública deudora por impuestos anticipados	294.155	112.187	78.458
Acciones de la Sociedad Dominante	11.907	53.506	30.384
Total inmovilizado	2.468.421	2.148.156	2.141.351
FONDOS DE COMERCIO	1.999.200	1.179.575	1.366.226
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	16.867	2.855	3.671
ACTIVO CIRCULANTE:			
Existencias	1.485.728	1.409.997	1.361.298
Deudores	2.070.846	2.211.291	2.271.316
Inversiones financieras temporales-	710.957	1.010.779	669.889
Cartera de valores y otros créditos	705.721	1.016.741	666.464
Créditos a corto plazo a empresas Asociadas	5.298	6.172	3.776
Depósitos y fianzas a corto plazo	17.479	1.027	6.668
Provisiones	(17.541)	(13.161)	(7.019)
Tesorería	353.405	299.202	467.958
Ajustes por periodificación	47.869	38.777	22.385
Total Activo circulante	4.668.805	4.970.046	4.792.846
TOTAL ACTIVO	9.153.293	8.300.632	8.304.683

PASIVO

(Miles de Euros)	31/12/03	31/12/02	31/12/01
FONDOS PROPIOS:			
Capital suscrito	174.283	183.283	183.283
Prima de emisión	132.219	270.264	432.675
Reservas de la Sociedad Dominante-	141.236	213.250	161.124
Reserva legal	36.657	36.657	35.323
Reservas voluntarias	38.902	69.317	-
Reserva de revalorización	53.461	53.461	53.461
Reservas para acciones propias	11.907	53.506	72.031
Diferencias por ajuste del capital a euros	309	309	309
Reservas de sociedades consolidadas	669.621	410.085	234.872
Diferencias de conversión	(279.747)	(89.678)	156.281
Beneficios del ejercicio atribuibles a la Sociedad Dominante	293.151	435.163	380.168
Total fondos propios	1.130.763	1.422.367	1.548.403
SOCIOS EXTERNOS	279.111	191.931	165.839
DIFERENCIAS NEGATIVAS DE CONSOLIDACIÓN	43.299	36.181	36.062
INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	4.017	7.380	20.399
PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A LARGO PLAZO	507.117	135.450	220.577
ACREEDORES A LARGO PLAZO:			
Emisión de obligaciones y otros valores negociables	1.100.000	-	-
Deudas con entidades de crédito	943.111	428.476	442.325
Otros acreedores	123.049	88.200	84.469
Total acreedores a largo plazo	2.166.160	516.676	526.794
ACREEDORES A CORTO PLAZO:			
Emisiones de obligaciones y otros valores negociables	265.182	534.269	196.756
Deudas con entidades de crédito	776.171	1.365.267	1.425.927
Deudas con empresas Asociadas	6.724	15.947	20.965
Acreedores comerciales	1.208.059	1.062.797	1.086.651
Otras deudas no comerciales-	2.740.130	2.967.164	2.958.329
Administraciones Públicas	2.574.703	2.775.713	2.777.009
Otras deudas	165.427	191.451	181.320
Provisiones para riesgos y gastos a corto plazo	18.003	42.630	96.485
Ajustes por periodificación	8.557	2.573	1.496
Total acreedores a corto plazo	5.022.826	5.990.647	5.786.609
TOTAL PASIVO	9.153.293	8.300.632	8.304.683

Balance de situación consolidado

Por lo que respecta a la situación de las principales magnitudes de balance al 31 de diciembre de 2003, en comparación con las de 2002, se ha producido un importante incremento en la cifra total de activo y pasivo comparables, situándose ésta en 9.153.293 miles de euros, este incremento está motivado, básicamente, por la incorporación de RTM desde julio de 2003.

El activo y pasivo circulantes han experimentado disminuciones que representan un 6% y un 16%, respectivamente, como resultado principalmente de la reducción de las Inversiones financieras temporales, así como por la reestructuración de las deudas financieras consistente en un aumento de la proporción de financiación a largo plazo. Como consecuencia, se ha producido una reducción de las deudas con entidades de crédito a corto plazo y de la deuda por emisiones de obligaciones y otros valores negociables a corto plazo, que se han visto compensadas por el incremento de las deudas con entidades de crédito a largo plazo, y las emisiones de obligaciones a largo plazo.

La deuda financiera neta al cierre de 2003 (considerando como tal fundamentalmente las deudas a corto y largo plazo con entidades de crédito más la emisión de obligaciones y otros valores negociables menos la tesorería y las inversiones financieras temporales liquidables) ha aumentado un 87% hasta 2.036 millones de euros, debido principalmente a la financiación para la compra de RTM, financiación que ha sido obtenida principalmente a través de Altadis Finance B.V., sociedad que ha

emitido en el año 2003 bonos por valor de 1.100.000 miles de euros, que se reflejan en el pasivo del balance dentro del epígrafe “Emisiones de obligaciones y otros valores negociables” a largo plazo.

V.2.2 Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas del Grupo Altadis correspondientes a los ejercicios 2003, 2002 y 2001.

	2003	2002	2001
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	9.473.160	8.996.623	8.313.773
+ Otros Ingresos	33.290	40.077	57.129
+/- Variación Existencias Productos Terminados y en Curso	-6.369	145.492	-90.540
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION	9.500.081	9.182.192	8.280.362
- Compras Netas	-6.691.989	-6.678.605	-6.105.837
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	-44.225	79.345	206.697
- Gastos Externos y de Explotación	-946.753	-862.519	-807.814
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	1.817.114	1.720.413	1.573.408
- Gastos de Personal	-749.628	-732.471	-671.152
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACION	1.067.486	987.942	902.256
- Variación Provisiones de Circulante	10.503	-16.816	-15.651
= FLUJO DE CAJA DE EXPLOTACION (EBITDA)	1.077.989	971.126	886.605
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	-162.664	-160.548	-156.843
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACION	915.325	810.578	729.762
+ Ingresos Financieros	109.155	133.843	109.167
- Gastos Financieros	-193.974	-174.734	-146.441
+ Intereses y Diferencias Cambio Capitalizados	-	-	529
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	1.895	4.098	-7.849
+/- Participación Resultados Sociedades Puestas en Equivalencia	15.714	26.607	16.618
- Amortización Fondo Comercio Consolidación	-117.983	-94.548	-90.833
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	730.132	705.844	610.953
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	29.453	14.160	63.727
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	7	-2.400	5.688
+/- Resultados por Operaciones con Acciones y Obligaciones Propias	-	1.952	736
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	1.398	2.489	-4.594
+/- Otros Resultados Extraordinarios	-281.586	-48.283	-59.988
= RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	479.404	673.762	616.522
+/- Impuesto sobre Beneficios	-142.517	-196.850	-206.138
= RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	336.887	476.912	410.384
+/- Resultado Atribuido a Socios Externos	-43.736	-41.749	-30.216
= RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	293.151	435.163	380.168

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

El Grupo Altadis ha obtenido en el ejercicio 2003 un valor total de la producción consolidada de 9.500.081 miles de euros, frente a unos gastos totales de explotación de 8.584.756 miles de euros. No obstante, la cifra de ventas económicas, una vez deducido el coste de los productos distribuidos y no fabricados por el Grupo Altadis, ascendió a 3.385 millones de euros, mostrando un incremento del 6,4% sobre la cifra de ventas económicas del ejercicio anterior, incremento propiciado por la positiva contribución de todos las líneas de negocio, especialmente logística y cigarrillos.

Los factores principales que han influido en el ejercicio 2003 en cada una de las unidades de negocio han sido los siguientes:

☞ Cigarrillos:

Durante el año 2003, el negocio de Cigarrillos, cuyas ventas económicas representan el 51% de las ventas totales del Grupo, ha obtenido un crecimiento de las mismas del 1,9%, alcanzando los 1.721 millones de euros. Este incremento refleja una tendencia positiva en la mayoría de los mercados de cigarrillos rubios en los que el Grupo está presente, a excepción de Francia donde la subida de impuestos ya comentada ha provocado el incremento de los precios de venta al público de forma significativa, y en Polonia, mercado en el que existe una guerra de precios. El segmento de cigarrillos negros mantiene un nivel de ventas prácticamente estable. Esta positiva evolución de las ventas se ha visto favorecida por el fuerte aumento de los volúmenes en los mercados internacionales.

☞ Cigarros:

Las ventas económicas del año 2003 en el negocio de Cigarros, que suponen el 23% de las ventas totales del Grupo, han crecido un 0,9% incluyendo el efecto del cambio del dólar, excluyendo dicho efecto la cifra de crecimiento de las ventas es del +15,0%, hasta 762 millones de euros.

☞ Logística:

Las ventas del negocio de Logística, representan el 23% de las ventas del Grupo, las ventas de esta unidad de negocio alcanzaron los 795 millones de euros, con un crecimiento del 7,4% (3,2% a perímetro constante). Las actividades de la logística general (no tabaquera) que representan ya el 60% de las ventas económicas totales del negocio de logística, han crecido un 20%, convirtiéndose en el motor de crecimiento de esta unidad de negocio durante el año 2003. La logística tabaquera ha sufrido este año las consecuencias de la excepcional subida de precios en Francia, así como del incremento de los inventarios que tuvo lugar en España en 2002, con el fin de evitar problemas de rotura de stocks durante la reorganización de la producción debida a la implantación del Plan Industrial 2000-2002 en España, y que han provocado una más difícil comparativa con el año 2003.

El flujo de caja de explotación (Ebitda) ha crecido un 11,0%, fruto de la evolución positiva de las tres líneas de actividad (+6,3% en cigarrillos, +3,2% en cigarros y +0,5% en logística), hasta alcanzar 1.078 millones de euros. Los principales factores que han impulsado esta mejora de la rentabilidad en el año 2003 han sido el buen desarrollo de los negocios de forma continuada, la consecución de sinergias, un mayor control de costes y los efectos positivos del plan industrial 2000-02.

El margen de Ebitda sobre ventas económicas del Grupo se ha situado en el 31,8%, es decir, 1,3 puntos porcentuales por encima del año anterior.

La amortización del fondo de comercio se ha incrementado hasta los 118 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 24,8% respecto al año 2002, como resultado principalmente, de la adquisición de RTM, aunque compensado en parte por la evolución del tipo de cambio del dólar.

La contribución de las empresas Asociadas, consolidadas por puesta en equivalencia, se ha visto reducida hasta 16 millones de euros desde los 27 millones de euros obtenidos el año anterior, debido fundamentalmente a los peores resultados procedentes de CITA.

La cifra de resultados extraordinarios ha ascendido a -281 millones, como consecuencia de la provisión realizada por el total del importe del plan de reorganización que se desarrollará durante los años 2004 y 2005.

La cifra del Impuesto sobre Sociedades ha sido de 143 millones de euros, frente a los 197 millones de euros de 2002, en línea con la evolución de la base imponible.

El Beneficio neto del Grupo correspondiente a 2003 ha ascendido a 293 millones de euros, lo que significa una variación negativa del 33% con respecto al año 2002. Este resultado está afectado por la provisión realizada con el fin de cubrir los gastos del plan de reorganización que se implantará durante los años 2004 y 2005, sin dicha provisión la cifra del Beneficio neto "normalizado" habría sido de 449 millones de euros, lo que habría significado un crecimiento del 3% respecto al año 2002. Por su parte, el beneficio neto por acción se ha reducido un 31,0% alcanzado 1,01 euros por acción y el Beneficio neto normalizado por acción 1,54 euros por acción con un incremento del 5,7% respecto al año anterior.

En el marco de su programa anual de adquisición de acciones de la Sociedad Dominante, el Grupo ha recomprado acciones regularmente. Así, a finales de diciembre de 2003, el Grupo poseía una autocartera de acciones de la Sociedad Dominante correspondiente al 1,05% de su capital social.

Los ratio de rentabilidad de los fondos propios (ROE) y de los activos invertidos (ROA), reflejan la rentabilidad alcanzada por el Grupo en los últimos años.

<i>Miles de Euros</i>	2003⁽¹⁾	2002	2001
Beneficio neto	293.151	435.163	380.168
Activo total	9.153.293	8.300.632	8.304.683
Recursos propios al inicio del año	1.422.367	1.548.403	1.311.384
ROA	3,20%	5,24%	4,58%
ROE	20,61%	28,10%	28,99%

(1) Considerando el Beneficio neto "normalizado", el ROA se sitúa en 4,91% y el ROE en 31,57%

La Junta General de Accionistas de Altadis, S.A. que se ha celebrado el 15 de junio de 2004 aprobó el reparto de un dividendo total de 0,80 euros por acción, lo que significa un crecimiento del 14,3% respecto al ejercicio anterior, que se pagó mediante el reparto de un dividendo a cuenta de 0,35 euros el 23 de marzo de 2004 y el pago de un dividendo complementario de 0,45 euros por acción el 22 de junio de 2004.

V.2.3 Flujos de caja del Grupo Altadis de los ejercicios 2003,2002 y 2001 (no auditado)

<i>Millones de Euros</i>	2003	2002	2001
Flujo operativo (Ebitda + Var. Capital circulante)	1.016	797	713
Pago por impuesto de sociedades	(160)	(260)	(101)
Pagos por reestructuración	(40)	(103)	(277)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	816	434	335
Pagos por inversiones	(1.495)	(275)	(130)
Ingresos por desinversiones	293	93	82
Flujo de caja de las actividades de inversión	(1.202)	(182)	(48)
Pagos por los intereses financieros	(80)	(36)	(39)
Dividendos netos	(198)	(200)	(183)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(210)	(188)	(193)
Flujo de caja de las actividades de financiación	(488)	(423)	(415)
Cambio neto en caja y equivalentes	(874)	(171)	(128)
Deuda/caja neta de sociedades adquiridas	(87)	-	-
Posición financiera neta inicial	(1.086)	(948)	(807)
Cambio neto de caja	(874)	(171)	(128)
Impacto por fluctuación del tipo de cambio	11	33	(13)
Posición financiera neta final	(2.036)	(1.086)	(948)

Las principales partidas del estado de flujos de caja correspondientes al ejercicio 2003, así como su evolución, son las siguientes:

- ?? El pago correspondiente a la compra de la compañía RTM, por un importe de 1.309 millones de euros.
- ?? Los pagos por reestructuración se redujeron de forma significativa, estos correspondían al Plan industrial que finalizó en 2002 y suponían los últimos pagos del mismo.
- ?? Los dividendos pagados responden al uso normal del flujo de caja del Grupo para la retribución de sus accionistas.
- ?? Durante el año 2003 se ha continuado el programa de recompra de acciones de Altadis S.A., y Seita, S.A. por un importe de 152 y 58 millones de euros, respectivamente.
- ?? Los pagos por impuestos se han reducido por la optimización del uso de los créditos fiscales disponibles.

Como consecuencia de esta evolución del flujo de caja, la deuda neta del Grupo al 31 de diciembre de 2003 ha aumentado respecto a la existente al inicio del ejercicio en 950 millones de euros hasta los 2.036 millones de euros, este incremento se explica principalmente por la compra de RTM.

V.2.4 Desglose de las principales partidas de las cuentas anuales consolidadas

V.2.4.1 Financiación

Movimientos en las cuentas de fondos propios consolidados

Junto con los movimientos habituales correspondientes a la distribución del resultado del ejercicio anterior a dividendos, además de la variación de las diferencias de conversión como consecuencia de la evolución de los tipos de cambio, únicamente hay que destacar en relación con el movimiento de los fondos propios consolidados en el ejercicio 2003, la amortización de 15.000.000 millones de acciones de Altadis, S.A., reduciéndose el capital social en 9.000 miles de euros y la prima de emisión en 305.077 miles de euros.

Deudas con entidades de crédito

El desglose de las deudas con entidades de crédito correspondiente a los ejercicios 2003, 2002 y 2001 es el siguiente:

(Miles de Euros)	2003		2002		2001	
	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo	Largo Plazo	Corto Plazo
Créditos	5.555	64.468	20.748	486.953	276.821	368.388
Préstamos	890.043	149.744	407.728	318.060	163.070	507.567
Derechos de cobro cedidos	-	537.300	-	537.300	-	537.300
Arrendamiento financiero	47.513	3.067	-	206	2.434	148
Intereses devengados y otros	-	21.592	-	22.748	-	12.524
Total	943.111	776.171	428.476	1.365.267	442.325	1.425.927

Los “derechos de cobro cedidos” corresponden con las operaciones de realizadas por Seita de cesión de derechos de cobro con clientes a un fondo vinculado al Grupo Altadis para su titulización. Este sistema de financiación tiene vencimiento el 15 de diciembre de 2005.

Préstamos

El detalle de los saldos por préstamos al 31 de diciembre de 2003 es el siguiente:

Moneda	Vencimiento*	(miles de euros)	
		Largo plazo	Corto plazo
EUR	2009	172.000	53.000
EUR	2007	150.000	-
EUR	2005	8.998	47.944
USD	2007	54.000	20.000
MAD	2010	452.315	-
MAD	2008	52.730	16.000
PLN	2004	-	12.800
		890.043	149.744

(*) La totalidad de los saldos por préstamos clasificados a corto plazo tienen como vencimiento 2004, mientras que los registrados a largo plazo tienen como año de finalización el indicado en el cuadro.

Los préstamos se encuentran referenciados al Libor en el caso de los nominados en dólares estadounidenses, al Euribor los nominados en euros y a los Bonos del Tesoro marroquíes los denominados en dirhams, y devengan intereses anuales de mercado.

Emisión de obligaciones y otros valores negociables

En el ejercicio 2003, Altadis Financial Services, S.N.C. ha emitido papel comercial al mercado monetario de acuerdo con la normativa del Banco Central de Francia. El papel comercial se emite a plazos que oscilan entre uno y tres meses, y está retribuido al Eonia más un diferencial en condiciones de mercado. Al 31 de diciembre de 2003, el importe de papel comercial emitido asciende a 250.014 miles de euros que se presentan en el epígrafe “Acreedores a corto plazo - Emisión de obligaciones y otros valores negociables” del pasivo del balance de situación consolidado.

En octubre de 2003 se ejercitó parcialmente la autorización conferida por la Junta General de Accionistas al Consejo de Administración para emitir bonos. Dicha emisión ha sido realizada a través de Altadis Finance, B.V. y garantizada por la Sociedad Dominante por un importe de 1.100.000 miles de euros, con el fin de financiar la adquisición de la sociedad RTM. La emisión se ha realizado en dos tramos por importes de 600.000 miles de euros y 500.000 miles de euros, con vencimientos en 2008 y 2013 y unos tipos de interés de 4,25% y 5,125%, respectivamente.

Coberturas de tipos de interés y tipos de cambio

En el marco de operaciones de cobertura del riesgo de fluctuación de tipos de interés, el Grupo ha contratado determinados instrumentos financieros con objeto, principalmente, de referenciar la deuda con vencimiento en ejercicios próximos a tipos de interés fijos, y la deuda con vencimiento en ejercicios posteriores a tipos de interés variables. Por otro lado, se efectúan operaciones de cobertura de tipo de cambio relacionadas con transacciones operativas y determinadas operaciones de capitales. El detalle de las operaciones contratadas vivas al 31 de diciembre de 2003 es el siguiente:

	Tipo	Importe Contratado (Miles de Euros)	Moneda	Vencimiento
Coberturas de tipo de interés:				
Cap	n/a	250.000	EUR	2008
Swaps de tipo de interés:				
	Fijo a variable	500.000	EUR	2013
	Fijo a variable	200.000	EUR	2008
	Variable a fijo	450.000	EUR	2005
	Variable a fijo	711.300	EUR	2004
Coberturas de tipo de cambio:				
Swaps de divisas:				
	Venta de USD	466.100	USD	2004
	Compra de USD	226.900	USD	2004
	Compra de PLN	12.903	PLN	2004

MULTIPLOS DE ENDEUDAMIENTO			
(Millones de Euros)	2003	2002	2001
Emisiones de obligaciones y otros valores negociables l/p	1.100	-	-
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	943	428	442
Deudas a corto plazo con entidades de crédito	776	1.365	1.426
Emisiones de obligaciones y otros valores negociables c/p	265	534	197
Tesorería	(353)	(299)	(468)
Inversiones financieras temporales	(711)	(1.011)	(670)
Otros	16	68	21
Total Deuda Financiera Neta	2.036	1.086	948
Recursos propios	1.131	1.422	1.548
Acciones propias en cartera	(12)	(54)	(30)
Total Recursos Propios Netos	1.119	1.369	1.518
% de Deuda Financiera Neta / Recursos Propios Netos	181,98%	79,34%	62,46%
% de Deuda Financiera Neta / EBITDA	188,88%	111,84%	106,94%

A fecha 31 de diciembre de 2003, el Grupo Altadis ha modificado la estructura de su deuda, teniendo ahora mayor peso la deuda a largo plazo, ahora alcanza el 70% de la deuda del Grupo, motivado por la financiación obtenida con motivo de la compra de la compañía RTM.

Evolución del fondo de maniobra del grupo consolidado

(Millones de Euros)

FONDO DE MANIOBRA	2003	2002	2001
Existencias	1.486	1.410	1.361
Deudores(1)	2.119	2.250	2.294
Acreedores(2)	(2.265)	(2.981)	(2.732)
Otros acreedores(3)	(2.758)	(3.010)	(3.055)
FONDO DE MANIOBRA DE EXPLOTACIÓN	(1.418)	(2.331)	(2.132)
Inversiones financieras temporales	711	1.011	670
Tesorería	353	299	468
FONDO DE MANIOBRA NETO	(354)	(1.021)	(994)

(1): Deudores + ajustes por periodificación

(2): Acreedores a corto plazo (emisión de obligaciones y otros valores negociables, deudas con entidades de crédito, deudas con empresas Asociadas, acreedores comerciales) + ajustes por periodificación.

(3): Administraciones Públicas + Otras deudas no comerciales + provisiones para riesgos y gastos a corto plazo.

El fondo de maniobra neto es negativo como consecuencia principalmente del mayor periodo de pago a los acreedores (entre 60 y 90 días) en relación con el periodo medio de cobro de los deudores (inferior a 30 días).

El período medio de rotación de existencias se sitúa en 79 días para el año 2003, siendo similar al del año 2002 (77) y al del año 2001 cuando se situó en 80 días.

ROTACIÓN DE EXISTENCIAS (Millones de Euros)	2003	2002	2001
Aprovisionamiento de existencias	6.736	6.599	5.899
Saldo medio de existencias	1.448	1.386	1.291
Rotación de inventario (días)	78,5	76,6	79,9

*Rotación de inventarios: Saldo medio de existencias/Aprovisionamiento de existencias * 365*

V.2.4.3 Desglose de las principales partidas de la cuenta de pérdidas y ganancias**V.2.4.4 Bases de presentación de las cuentas anuales y principios contables de consolidación aplicados****a) Bases de presentación**

Las cuentas anuales consolidadas, que han sido formuladas por los Administradores de Altadis, S.A., se han obtenido de los registros contables y de las cuentas anuales de Altadis, S.A. y de sus Sociedades Dependientes y se presentan siguiendo los criterios del Plan General de Contabilidad y normas de consolidación establecidas por la legislación mercantil española, de forma que muestran la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados del Grupo consolidado.

Las cuentas anuales consolidadas han sido aprobadas por la Junta General de Accionistas.

b) Principios de consolidación

Aquellas sociedades participadas incluidas en el perímetro de consolidación en las que la Sociedad Dominante, directa o indirectamente, ostenta la gestión por tener la mayoría de los derechos de voto en los órganos de representación y decisión se han consolidado por el método de integración global.

Cuando la gestión de las sociedades participadas es realizada conjuntamente por la Sociedad Dominante y por terceros sin que ninguno ostente un control superior al del otro, estas sociedades se han incluido en el proceso de consolidación por el método de integración proporcional.

Finalmente, en aquellos casos en que la Sociedad Dominante, directa o indirectamente, posee una influencia significativa en los órganos de decisión y representación de las sociedades participadas sin llegar a tener el control, éstas han sido consolidadas por el método de puesta en equivalencia. En general se presume que existe influencia notable cuando el porcentaje de participación del Grupo es superior al 20%, en el caso de empresas participadas no cotizadas, o superior al 3%, en el caso de empresas participadas cotizadas, siempre que no se supere el 50%.

Ocasionalmente el Grupo realiza operaciones de compra-venta en el mercado de valores de títulos de determinadas sociedades participadas con objeto, fundamentalmente, de rentabilizar sus excedentes de tesorería, lo que origina que al 31 de diciembre de 2003 se mantenga, clasificado a corto plazo, el coste correspondiente a determinados porcentajes de participación en sociedades consolidadas, valorados de acuerdo con los criterios generales aplicados a las inversiones financieras temporales.

Los saldos y las transacciones significativas efectuadas entre las sociedades consolidadas por integración global o proporcional han sido eliminados en el proceso de consolidación.

El valor de la participación de otros accionistas en el patrimonio y en los resultados de las sociedades consolidadas por integración global se presentan, respectivamente, en los capítulos "Socios externos" y "Resultados atribuibles a socios externos" del balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias consolidados.

En el proceso de consolidación se han homogeneizado las políticas y criterios contables seguidos por las sociedades consolidadas con los seguidos por el Grupo.

La conversión a moneda nacional de los distintos epígrafes del balance de situación y de la cuenta de pérdidas y ganancias de las sociedades extranjeras que han sido incluidas en el perímetro de consolidación se ha realizado aplicando los siguientes criterios:

- a. Los activos y pasivos se han convertido aplicando el tipo de cambio oficial vigente al cierre del ejercicio.
- b. El capital y las reservas se han convertido aplicando los tipos de cambio históricos.
- c. La cuenta de pérdidas y ganancias se ha convertido aplicando el tipo de cambio medio del ejercicio.

Las diferencias resultantes de la aplicación de estos criterios se han incluido en el epígrafe "Diferencias de conversión" del capítulo "Fondos propios". La variación del saldo de este epígrafe durante el ejercicio 2003 se ha debido, principalmente, a la evolución del tipo de cambio del dólar estadounidense respecto al euro.

Las cuentas anuales consolidadas adjuntas no incluyen el efecto fiscal que, en su caso, pudiera producirse como consecuencia de la incorporación de las reservas de las sociedades consolidadas en el patrimonio de la Sociedad Dominante.

c) Comparación de la información

Las variaciones en el perímetro de consolidación más significativas en el ejercicio 2003 han sido las siguientes:

- a. Con fecha 16 de julio de 2003 la Sociedad Dominante ha adquirido un 80% de RTM por un importe de 14.080 millones de dirhams (1.308.801 miles de euros). La inversión se ha financiado, principalmente, mediante una emisión de bonos a tipo fijo a través de una filial del Grupo, realizada en octubre de 2003 por importe de 1.100.000 miles de euros.
- b. Con fecha 10 de octubre de 2003 el Subgrupo Tabacalera Cigars International ha adquirido una participación del 51% de la sociedad 800 JR Cigar Inc. que opera en Estados Unidos. Asimismo, se ha llegado a un acuerdo de opción de compra para el comprador y opción de venta para el vendedor sobre la participación restante, que podrán ser ejercidas una vez transcurridos cinco años, y cuyo precio se determinará en función de los resultados de la empresa en los últimos ocho trimestres previos al ejercicio de la opción de compra o de venta.
- c. Con fecha 19 de febrero de 2003, Logista adquirió indirectamente a través de Dronas 2002, S.L. la totalidad del capital social de las sociedades Transportes Alameda, S.A. y Oficina Central de Red, S.A., cuyos objetos sociales son la distribución de material farmacéutico y de productos alimenticios. El precio de la transacción ascendió a 8.000 miles de euros, absorbiendo posteriormente estas participaciones Dronas 2002, S.L.

d) Normas de valoración

Las principales normas de valoración aplicadas en la elaboración de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2003 han sido las siguientes:

a. Productos financieros derivados

Las operaciones que tienen por objeto y por efecto eliminar o reducir los riesgos de tipo de cambio o de tipo de interés, existentes en posiciones patrimoniales o en otras operaciones, se consideran como de cobertura. La imputación a la cuenta de pérdidas o ganancias consolidada de los beneficios o pérdidas que se ponen de manifiesto a lo largo de la vida de estos derivados financieros se realiza con el mismo criterio de imputación temporal que el empleado con los elementos patrimoniales u operaciones principales cuyos riesgos cubren.

b. Acciones de la Sociedad Dominante

Las acciones propias de la Sociedad Dominante, se presentan en el activo del balance de situación bajo el epígrafe “Acciones de la Sociedad Dominante” y figuran valoradas a su precio de adquisición, su valor de mercado o su valor teórico contable calculado en función del balance de situación consolidado del Grupo Altadis a 31 de diciembre de 2003, el menor. Como valor de mercado se considera la cotización oficial media del último trimestre del ejercicio o la cotización al cierre del mismo, la que resulte menor. El Grupo registra la correspondiente provisión, con cargo a la cuenta de pérdidas y ganancias, por la diferencia entre el coste de adquisición y el valor de mercado, si éste fuera inferior, y con cargo a reservas de libre disposición o prima de emisión por el importe restante hasta alcanzar el valor teórico contable

de las mismas, de acuerdo con la normativa al respecto emitida por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC).

c. Fondos de comercio y diferencias negativas de consolidación

Las diferencias, positivas o negativas, existentes entre el coste de adquisición de la participación en una sociedad consolidada y su valor teórico contable en la fecha de compra, que no son susceptibles de ser imputadas a elementos patrimoniales concretos, aumentando o disminuyendo el valor de éstos, se reflejan en los capítulos “Fondos de comercio” o “Diferencias negativas de consolidación”, respectivamente, del balance de situación consolidado.

La amortización de fondos de comercio se realiza linealmente durante el período en que los Administradores de la Sociedad Dominante estiman que contribuirán a generar resultados para el Grupo, hasta el máximo legal de 20 años, según el siguiente detalle:

Fondo de Comercio	Años
RTM	4,5-20
Altadis Polska	15
Supergroup	10
Altadis Finland	10
Philippine Bobbin Corporation	10
Cigars	
Aldeasa	9-15
Unión Ibérica de Radio	5
Pageda	2
Charrier	2
Resto de fondos de comercio	20

Del importe total del fondo de comercio surgido en la adquisición de la sociedad RTM, la parte correspondiente al monopolio de la importación y de la distribución mayorista de labores de tabaco en Marruecos se amortizará linealmente antes del 1 de enero de 2008, fecha prevista de su vencimiento, calculada en función de las proyecciones de beneficios futuros atribuibles a la ostentación de dicho monopolio. El resto del fondo de comercio correspondiente a esta sociedad se amortiza, siguiendo el criterio general del Grupo, en un plazo de 20 años.

Las diferencias negativas de consolidación se imputan a la cuenta de pérdidas y ganancias en la medida en que se ponen de manifiesto las causas que originaron dichas diferencias en el momento de la adquisición.

	miles de Euros			
	Fondo de Comercio	Amortización Acumulada	Diferencias de Conversión	Fondo de Comercio Neto
De sociedades consolidadas por integración global:				
SEITA	162.572	(19.272)	-	143.300
LOGISTA	37.956	(14.085)	-	23.871
RTM	1.030.581	(32.653)	-	997.928
Subgrupo Ürex Inversiones-				
Servicio de Venta Automática, S.A.	3.752	(1.091)	-	2.661
Tabacmesa, S.A.	2.701	(1.361)	-	1.340
Interprestige, S.A.	559	(559)	-	-
Subgrupo LOGISTA-				
Grupo Dronas 2002	42.617	(3.331)	-	39.286
Comercial de Prensa SIGLO XXI, S.A.	3.482	(1.863)	-	1.619
Logilivro, Logística do Livro, Lda.	470	(36)	-	434
MIDSID SGPS	445	(31)	-	414
Librodís Promotora y Comercializadora del Libro, S.A.	338	(18)	-	320
Logista – Dis, S.A.	359	(38)	-	321
Publicaciones y Libros, S.A.	397	(183)	-	214
Logirest, S.L	58	(3)	-	55
Subgrupo SEITA-				
Altadis USA Inc.	651.500	(207.218)	(55.466)	388.816
Supergroup Distribution	36.947	(17.269)	-	19.678
Altadis Polska	39.939	(18.782)	-	21.157
Altadis Luxembourg	16.850	(4.212)	-	12.638
Nordipa	6.712	(825)	-	5.887
Altadis Finland	6.477	(3.239)	-	3.238
Loubet	2.107	(373)	-	1.734
Société Allumettiere Française (SAF)	9.511	(8.749)	-	762
Philippine Bobbin Corporation Cigars	1.314	(724)	-	590
Metavideotex Distribution	2.402	(1.951)	-	451
Pageda	624	(622)	-	2
VR, S.A.	595	(563)	-	32
Otros fondos de comercio adquiridos por SEITA	30	(4)	-	26
	2.061.295	(339.055)	(55.466)	1.666.774
De sociedades consolidadas por integración proporcional:				
Subgrupo Corporación Habanos	364.704	(68.248)	(76.770)	219.686
Internacional Cubana de Tabaco, S.L.	1.191	(239)	-	952
	365.895	(68.487)	(76.770)	220.638
De sociedades puestas en equivalencia:				
Aldeasa, S.A.	109.844	(65.206)	-	44.638
CITA Tabacos de Canarias, S.L.	126	(126)	-	-
Subgrupo Ürex Inversiones-				
Unión Ibérica de Radio, S.A.	11.014	(8.811)	-	2.203
Subgrupo LOGISTA-				
Iberia, L.A.E., S.A.	79.778	(14.927)	-	64.851
Distribuidora del Noroeste, S.L.	178	(98)	-	80
Distribuidora de Prensa por Rutas, S.A.	128	(112)	-	16
Prensa Serviodiel, S.L.	14	(14)	-	-
	201.082	(89.294)	-	111.788
Total	2.628.272	(496.836)	(132.236)	1.999.200

d. Indemnizaciones por rescisión de relaciones laborales

De acuerdo con las reglamentaciones de trabajo vigentes, las sociedades del Grupo están obligadas al pago de indemnizaciones a los empleados con los que, bajo determinadas condiciones, rescindan sus relaciones laborales.

El Grupo sigue el criterio de constituir, en el momento en que un plan de reestructuración es aprobado por los Administradores, hecho público y comunicado a los trabajadores, las oportunas provisiones para hacer frente a los pagos futuros derivados de la aplicación de dichos

planes en función de las mejores estimaciones disponibles de los costes previstos de acuerdo con los estudios actuariales correspondientes.

e. Provisiones para riesgos y gastos

El Grupo sigue la práctica de provisionar los importes estimados para hacer frente a responsabilidades posibles o ciertas, nacidas de litigios en curso o de indemnizaciones u obligaciones de cuantía indeterminada o de avales u otras garantías otorgadas por las sociedades consolidadas, en el momento en que se tiene conocimiento de las circunstancias que dan lugar a dichas responsabilidades.

f. Compromisos por pensiones y otros compromisos con el personal

Las principales sociedades del Grupo tienen el compromiso de complementar las prestaciones de la Seguridad Social percibidas por determinados colectivos de sus empleados, principalmente en caso de jubilación, invalidez o fallecimiento.

Con carácter general, los compromisos correspondientes a los empleados activos y pasivos de estos colectivos son de aportación definida y se encuentran exteriorizados a través de planes de pensiones externos y de contratos de seguro. Las aportaciones realizadas por el Grupo se registran en el epígrafe “Gastos de personal” de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio y el importe pendiente de pago en los epígrafes “Otros acreedores” a largo plazo y “Otras deudas” a corto plazo del balance de situación adjunto.

Las sociedades francesas reconocen un porcentaje de sus resultados de cada ejercicio como retribución a sus empleados, de acuerdo con la legislación francesa en vigor. Dicho importe es exteriorizado por cada sociedad, en nombre del empleado, en determinados valores mobiliarios que tienen carácter indisponible para los mismos, como norma general, por un período de cinco años. El gasto registrado por este concepto en el ejercicio 2003 asciende a 18.527 miles de euros y se encuentra registrado en el epígrafe “Gastos de personal” de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta.

Por otro lado, existen compromisos de carácter definido con determinados colectivos, generalmente exteriorizados, que se valoran con criterios actuariales y por los que se registran las correspondientes provisiones en el epígrafe “Provisiones para riesgos y gastos” del balance de situación consolidado adjunto. En este sentido, los convenios colectivos o acuerdos vigentes entre determinadas sociedades consolidadas (principalmente Altadis, S.A., Seita y RTM) y determinados colectivos de sus trabajadores establecen la obligación por parte de las primeras de realizar, por una sola vez y en determinada cantidad, un pago llegado el momento de la jubilación o cese, siempre que se hayan cumplido determinadas condiciones relacionadas, generalmente, con la fecha de incorporación y con la permanencia en plantilla. Asimismo Altadis USA, Inc. está obligada, a partir del momento de la jubilación de los trabajadores, a efectuar determinados pagos periódicos en concepto de pensión.

g. Sistemas retributivos ligados a la cotización de la acción

La Sociedad Dominante y las Sociedades Dependientes Seita y Logista han instrumentado diversos planes de opciones sobre acciones, dirigidos a sus Administradores con funciones ejecutivas, directivos y empleados.

Con el fin de cubrir las posibles variaciones en el precio de cotización de su acción frente a los precios de ejercicio de las opciones sobre acciones otorgadas por Altadis, S.A. y de las opciones sobre acciones otorgadas por Logista en el ejercicio 2000, ambas sociedades han suscrito contratos de “equity swap” con entidades financieras. Los costes de los contratos se periodifican siguiendo un criterio financiero. Asimismo, se dotan las provisiones oportunas para hacer frente

a las eventuales pérdidas que podrían derivarse de la liquidación de los citados contratos, calculadas por diferencia entre el valor contratado y el valor de mercado a la fecha del cierre o el precio de ejercicio de las opciones, el menor.

En el caso de los planes de opciones sobre acciones de Seita y del plan de opciones sobre acciones de Logista otorgado en 2002, se ha optado por la adquisición de las acciones necesarias para hacer frente a las opciones otorgadas y pendientes de ejercitar, que se encuentran registradas en el epígrafe “Inmovilizaciones financieras - Cartera de valores a largo plazo”, valoradas al importe menor de entre su coste de adquisición, su valor de mercado o el precio de ejercicio de las opciones correspondientes.

h. Ingresos y gastos

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio del devengo, es decir, cuando se produce la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan, con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

No obstante, siguiendo el principio de prudencia, las sociedades consolidadas, únicamente contabilizan los beneficios realizados a la fecha del cierre del ejercicio, en tanto que los riesgos previsibles y las pérdidas, aun las eventuales, se contabilizan tan pronto son conocidos.

En el caso de las ventas de determinados productos (timbre y algunas labores de tabaco) que se realizan en comisión, la venta y la compra se contabilizan simultáneamente en el momento en que se produce la venta.

La Sociedad Dominante y Logista realizan a favor de su personal activo y jubilado entregas de tabaco para promoción. El gasto por este concepto, que en el ejercicio 2003 ha ascendido a, aproximadamente, 6.684 miles de euros, se registra en el momento en que se hace efectivo en el epígrafe “Gastos externos y de explotación” de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta.

Como consecuencia de las regulaciones de los principales países en los que opera el Grupo, éste efectúa pagos a las correspondientes administraciones públicas en concepto de impuestos especiales sobre las labores de tabaco que comercializa, que son asimismo repercutidos a los clientes. El Grupo no registra como gasto ni como ingreso los importes correspondientes a dichos impuestos especiales, que en el ejercicio 2003 han ascendido a 14.697.226 miles de euros, aproximadamente

e) Otra información: Aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera

En virtud de lo dispuesto en el Reglamento N° 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 19 julio de 2002, a partir del 1 de enero de 2005, los grupos de sociedades que tengan sus valores admitidos a cotización en cualquier estado miembro de la Unión Europea, deben elaborar sus cuentas anuales consolidadas de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

A este respecto, el Grupo Altadis ha venido desarrollando desde el ejercicio 2002 un proyecto que tiene como objetivo el análisis de las principales diferencias introducidas por las Normas Internacionales de Información Financiera y los diferentes tratamientos alternativos permitidos, así como la evaluación de las implicaciones y efectos de los mismos en los estados financieros del Grupo, para establecer las políticas y criterios contables que representen la imagen fiel del Grupo según establecen las Normas Internacionales de Información Financiera, y el resultado de sus operaciones. El grado de avance de este proyecto, en la actualidad, permitirá al Grupo ajustarse al calendario previsto por la Comisión Europea.

A continuación se detallan los aspectos más relevantes que se espera puedan tener algún efecto en los estados financieros del Grupo elaborados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera:

- Evaluación de alternativas establecidas en la Norma de Primera Aplicación y su posible adopción.
- Tratamiento de fondos de comercio y activos intangibles y su correspondiente criterio de amortización. En efecto, tal y como se establece en las nuevas Normas, los fondos de comercio y los activos intangibles de vida útil indefinida no se amortizarán, si bien se someterán a un test anual de deterioro de su valor. Se espera que la aplicación de estos nuevos criterios contables tenga un efecto positivo en las cuentas de resultados del Grupo Altadis en comparación con los criterios de amortización aplicados en la actualidad. A modo de referencia, en el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2003, las amortizaciones de los fondos de comercio y de las marcas del Grupo fueron de, aproximadamente, 118 millones de euros y 32 millones de euros, respectivamente".
- Tratamiento de otras inversiones financieras permanentes a largo plazo y otros activos financieros.
- Registro y valoración de los instrumentos financieros, tratamientos alternativos permitidos y operaciones de cobertura.
- Tratamiento de provisiones.

En cualquier caso, no se espera que la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera tenga un impacto significativo en los estados financieros del Grupo.

CAPÍTULO VI: LA ADMINISTRACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL DEL EMISOR

VI.1 IDENTIFICACIÓN Y FUNCIÓN EN LA SOCIEDAD EMISORA DE LAS PERSONAS QUE SE MENCIONAN

VI.1.1 Miembros del órgano de administración

Altadis, S.A. está administrada por un Consejo de Administración que, de acuerdo con sus Estatutos Sociales, se compondrá de un mínimo de doce y un máximo de dieciocho Consejeros elegidos por la Junta General de Accionistas. Los Consejeros ejercerán su cargo durante un plazo máximo de cinco años y podrán ser indefinidamente reelegidos.

A la fecha de registro del presente Folleto, el Consejo de Administración de Altadis, S.A. está integrado por 18 miembros y tiene la siguiente composición:

Nombre del Consejero	Cargo en el Consejo	Fecha primer nombramiento	Carácter
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera (1)	Presidente	31-07-00	Ejecutivo
D. Jean-Dominique Comolli (1)	Co-Presidente	13-11-99	Ejecutivo
D. César Alierta Izuel (*)	Consejero	10-06-96	Independiente
D. Bruno Bich	Consejero	13-11-99	Independiente
D. Carlos Colomer Casellas	Consejero	27-04-98	Independiente
D. José Fernández Olano (**)	Consejero	27-04-98	Ejecutivo
D. Charles-Henri Filippi	Consejero	13-11-99	Independiente
D. Amado Franco Lahoz	Consejero	31-03-98	Independiente
D. José María Goya Laza	Consejero	29-04-03	Independiente
D. Marc Grosman	Consejero	11-05-04	Independiente
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	Consejero	31-03-98	Independiente
D. Gregorio Marañón Bertrán de Lis	Consejero	11-05-04	Independiente
D. Jean-Pierre Marchand	Consejero	13-11-99	Independiente
D. Patrick Louis Ricard	Consejero	21-05-01	Independiente
D. Berge Setrakian	Consejero	11-05-04	Independiente
D. Edouard Stern	Consejero	22-03-00	Independiente
D. Jean-Pierre Tirouflet	Consejero	24-07-01	Independiente
D. Wulf Von Schimmelmann	Consejero	26-05-04	Independiente

(1) D. Pablo Isla y D. Jean Dominique Comolli fueron nombrados Consejeros y Presidentes del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva respectivamente en la misma sesión del Consejo en que fueron nombrados Consejeros.

(*) D. César Alierta Izuel fue Presidente del Consejo de Administración de Tabacalera, S.A. (Altadis, S.A a partir de 1999) a partir de 1996 hasta el año 2000.

(**) D. José Fernández Olano tiene la consideración de Consejero Ejecutivo al ser Presidente Ejecutivo de la sociedad Aldeasa, S.A., en la que Altadis, S.A. mantenía una participación del 34,58% del capital social a 31 de diciembre de 2003.

Secretario no-Consejero: D. Miguel Ángel Sánchez Terán Hernández (nombrado por el Consejo de Administración de 28 de noviembre de 2000).

El consejero ejecutivo es aquel que posee funciones ejecutivas o directivas en la sociedad, o en alguna de sus sociedades participadas, y en todo caso, el que mantenga una relación contractual, laboral, mercantil o de otra índole con la sociedad, distinta de su condición de consejero. El consejero independiente no está vinculado con el equipo de gestión ni con núcleos accionariales de control, y se trata de profesionales de reconocida experiencia en diferentes sectores empresariales.

Con fecha 29 abril de 2003 cesó en su cargo de Consejero D. Rodrigo Uría Meruéndano y fue sustituido por D. José María Goya Laza.

En la sesión del Consejo de Administración de fecha 11 de mayo de 2004 cesaron en sus cargos los Consejeros D. Carlos Gómez Anuarbe, D. Fernando Labad Sasíaín, D. Jean Antoine Chabannes y D. Remy Trischler, siendo sustituidos por D. Gregorio Maraión Bertrán de Lis, D. Marc Grosman, D. Berge Setrakian y D. Wulf Von Schimmelmann.

(i) Gobierno de la Sociedad: Reglamento del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva

Altadis, S.A. tiene establecidas sus normas de gobierno, además de en sus Estatutos Sociales, en un Reglamento del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva, presentado en su versión actual en el registro de la CNMV el 14 de mayo de 2004 y disponible para consulta en la página *web corporativa de Altadis, S.A.* (<http://www.altadis.com>), que cumple con los requisitos exigidos por la legislación. El Reglamento recoge los principios de actuación del Consejo de Administración y de la Comisión ejecutiva de Altadis, S.A., las reglas básicas de su organización y funcionamiento y las normas de conducta de sus respectivos miembros. Asimismo, Altadis, S.A. tiene un Reglamento Interno de Conducta en materias relativas al Mercado de Valores. Este Reglamento es aplicable a los miembros de los principales órganos de administración de las empresas del Grupo Altadis así como a la Alta Dirección y se refiere fundamentalmente a la información confidencial a la información privilegiada, a la gestión de los conflictos de intereses y a las operaciones sobre las acciones de Altadis, S.A.

El vigente Reglamento del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva de Altadis, S.A. desarrolla la composición y estructura del Consejo de Administración, y de las diferentes Comisiones, su funcionamiento, la designación y cese de sus miembros, la información del Consejero, las retribuciones y deberes de los Consejeros, así como las relaciones del Consejo y de la Comisión Ejecutiva con accionistas, mercado de valores y auditores.

De acuerdo con el Artículo 5 del Reglamento del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva, el Consejo de Administración delega la gestión ordinaria de la Compañía en los órganos ejecutivos y en el equipo de dirección. A tal efecto, el Consejo de Administración delega en la Comisión Ejecutiva todas las facultades que legalmente puede delegar. No obstante, no podrán ser objeto de delegación, de acuerdo con el vigente Reglamento del Consejo de Administración, aquellas facultades legalmente reservadas a la competencia exclusiva del Consejo ni aquellas otras necesarias para un correcto ejercicio de su función general de supervisión. El Consejo de Administración y la Comisión Ejecutiva, que tiene delegadas todas las facultades del Consejo excepto las legalmente indelegables, se obligan, en particular, a ejercer directamente las responsabilidades siguientes:

- a) aprobación de las estrategias generales de la Sociedad;
- b) política global de retribución del equipo de dirección de la Sociedad;
- c) aprobación de la política en materia de autocartera;
- d) identificación de los principales riesgos de la Sociedad y seguimiento de los sistemas de control interno y de información adecuados;
- e) análisis del Presupuesto, de la marcha del Plan Estratégico, si lo hubiere, y de su grado de cumplimiento, así como de los estados financieros trimestrales que la sociedad haya de enviar a los órganos reguladores o de supervisión de los mercados para su publicación.

- f) y, en general, autorización de las operaciones que entrañen la disposición o adquisición de activos sustanciales de la Compañía y las grandes operaciones societarias;
- g) las específicamente previstas en el Reglamento.

El Consejo de Administración, en el ejercicio de sus facultades de propuesta de nombramiento de Consejeros a la Junta General y de cooptación para la cobertura de vacantes, procurará que en la composición del órgano se asegure la presencia de Consejeros externos.

Destacar que en el año 2001 hubo siete reuniones del Consejo de Administración, ocho durante el año 2002, ocho en el 2003 y cuatro al 30 de junio del 2004.

Asimismo, en el propio Reglamento se establece un límite de edad para los Consejeros que será de 65 años para el Presidente y de 70 años para el Consejero.

Señalar igualmente que la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el día 15 de Junio de 2004 ha aprobado, el “Reglamento de la Junta General de Accionistas de Altadis, S.A.”. Este Reglamento, que tiene por objeto establecer los principios de organización y funcionamiento de la Junta General con el fin de facilitar a los accionistas el ejercicio de sus correspondientes derechos, todo ello de conformidad con lo establecido en la Ley y en los estatutos sociales, desarrolla a lo largo de veintinueve artículos las competencias y clases de Juntas Generales, su convocatoria y preparación, la información disponible para los accionistas, la participación de los accionistas en la Junta, el desarrollo de la Junta General, las facultades del Presidente para la dirección y ordenación de la Junta General, la votación de las propuestas de acuerdos y su ejercicio a través de medios de comunicación a distancia, la prórroga y suspensión de la Junta General, la publicidad de sus acuerdos... Sus disposiciones serán de aplicación a las Juntas Generales convocadas a partir de la fecha de su aprobación y su contenido está a disposición de los accionistas a través de la página web de la sociedad.

(ii) Comisiones del Consejo de Administración

El Reglamento del Consejo de Administración prevé la constitución de una comisión ejecutiva, con facultades decisorias generales, una comisión de Auditoría y Control y una comisión de Nombramientos y Retribuciones, estas últimas únicamente con facultades de información, asesoramiento y propuesta en las materias que se describen más adelante.

El Consejo de Administración nombrará a sus miembros, que elegirán a su Presidente. Será Secretario de tales comisiones el Secretario del Consejo de Administración o un Vicesecretario, si lo hubiera.

Comisión Ejecutiva

La Comisión Ejecutiva estará compuesta por un número de ocho Consejeros elegidos por el Consejo de Administración.

La mayoría requerida para el nombramiento y la revocación de los miembros de la Comisión Ejecutiva es de dos tercios de los miembros del Consejo de Administración. El Consejo de Administración elige entre sus miembros al Presidente de la Comisión Ejecutiva. Su nombramiento y su revocación requieren el voto favorable de las tres cuartas partes de los miembros del Consejo de

Administración. Por otro lado, será Secretario de la Comisión Ejecutiva quien lo sea del Consejo de Administración, quien podrá ser asistido por algún Vicesecretario, si lo hubiere.

La delegación permanente de facultades por parte del Consejo de Administración a favor de la Comisión Ejecutiva podrá comprender todas las facultades del Consejo de Administración, salvo las que estén legalmente reservadas a su competencia exclusiva por virtud de lo dispuesto en el Artículo 5.3 del Reglamento del Consejo de Administración.

Se establece un régimen de copresidencia entre el Presidente del Consejo de Administración y el Presidente de la Comisión Ejecutiva para el ejercicio de la más alta función de representación de la Compañía y para su gestión ejecutiva.

Serán delegadas de manera solidaria al Presidente del Consejo de Administración y al Presidente de la Comisión Ejecutiva todas las competencias delegables de conformidad con lo previsto en la Ley, los Estatutos Sociales y el Reglamento, y a ellos les corresponderá la efectiva dirección de los negocios de la Compañía.

Cada uno de los Presidentes podrá actuar por sí solo, y en caso de ausencia o enfermedad del Presidente del Consejo, sus funciones como Presidente serán asumidas por el Presidente de la Comisión Ejecutiva.

Significar que en el año 2001 se han celebrado nueve reuniones de la Comisión Ejecutiva, cinco en el año 2002, cinco durante el año 2003 y tres a 30 de junio de 2004.

A la fecha de registro del presente Folleto, la composición de la Comisión Ejecutiva es la siguiente:

Presidente: D. Jean-Dominique Comolli, ejecutivo, nombrado el 9-12-1999

Vocales: D. Pablo Isla Álvarez de Tejera, ejecutivo, nombrado el 31-07-2000
 D. César Alierta Izuel independiente, nombrado el 9-12-1999
 D. Carlos Colomer Casellas, independiente, nombrado el 9-12-1999
 D. Jean-Pierre Marchand, independiente, nombrado el 11-05-2004
 D. Charles-Henri Filippi, independiente, nombrado el 9-12-1999
 D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo, independiente, nombrado el 9-12-1999
 D. Bruno Bich, independiente, nombrado el 9-12-1999

Comisión de Auditoría y Control

Sin perjuicio de otros cometidos que le asigne el Consejo, la Comisión de Auditoría y Control tiene las siguientes competencias:

?? Informar en la Junta General de Accionistas sobre las cuestiones que en ella planteen los accionistas en materias de su competencia.

?? Proponer al Consejo de Administración para su sometimiento a la Junta General de Accionistas el nombramiento de los Auditores de Cuentas Externos.

?? Supervisar los servicios de Auditoría Interna.

- ?? Conocer el proceso de información financiera y los sistemas de control interno de la Sociedad.
- ?? Llevar las relaciones con los Auditores Externos para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de estos y cualesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la Auditoría de Cuentas, así como aquellas otras comunicaciones previstas en la Legislación de Auditoría de Cuentas y en las normas técnicas de Auditoría.
- ?? Informar las Cuentas Anuales, así como los estados financieros semestrales y trimestrales que deban remitirse a los órganos reguladores o de supervisión de los mercados, haciendo mención a los sistemas internos de control, al control de su seguimiento y cumplimiento a través de la Auditoría Interna así como, cuando proceda, a los criterios contables aplicados. La Comisión deberá también informar al Consejo de cualquier cambio de criterio contable y de los riesgos del balance y de fuera del mismo.
- ?? Elaborar para el Consejo de Administración un Informe anual sobre las actividades de la Comisión de Auditoría y Control.
- ?? Examinar el cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores y, en general, de las reglas de Gobierno de la Compañía y hacer las propuestas necesarias para su mejora. En particular, deberá emitir informes sobre medidas disciplinarias a miembros del alto equipo directivo de la Compañía.

Entre las disposiciones introducidas por la Ley 44/2002 Medidas de Reforma del Sistema Financiero (Ley Financiera), se establecía la obligatoriedad de la existencia en las sociedades cotizadas de una Comisión de Auditoría y su regulación estatutaria.

De acuerdo a esta disposición legal, la Junta General de Accionistas aprobó en el ejercicio 2003, la regulación estatutaria de la Comisión, que sustancialmente se corresponde con la que se encontraba incorporada al Reglamento del Consejo de Administración y Comisión Ejecutiva de Altadis, S.A., con las incorporaciones obligadas por la Ley Financiera y con las recomendaciones del “Informe de la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas” (Informe Aldama).

La Comisión de Auditoría y Control ha celebrado en el año 2001 cuatro reuniones, cuatro, también durante el año 2002, cinco durante el año 2003, y dos a 30 de junio de 2004.

El 11 de mayo de 2004, D. Jean Pierre Tirouflet ha sustituido como miembro de la Comisión a D. Jean Pierre Marchand, anterior Presidente.

El 27 de agosto de 2004, ha sido nombrado Presidente de la Comisión D. Jean-Pierre Tirouflet.

La composición de la Comisión de Auditoría es la siguiente:

Presidente: D. Jean-Pierre Tirouflet, independiente, nombrado el 27-08-2004

Vocales: D. José M^a Fernández Olano, ejecutivo, nombrado el 9-12-1999
 D. Patrick Louis Ricard, independiente, nombrado el 21-05-2001
 D. José M^a Goya Laza, independiente, nombrado el 11-07-2003

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones estará formada por cuatro Consejeros.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones tiene como funciones básicas las siguientes:

- ✍ Informar al Consejo sobre nombramientos, reelecciones y ceses de los Consejeros y de sus cargos particulares. En particular, informará, con carácter previo, todas las propuestas que el Consejo de Administración formule a la Junta General para la designación o cese de Consejeros, incluso en los supuestos de cooptación por el propio Consejo de Administración.
- ✍ Proponer al Consejo de Administración la cuantía de las retribuciones anuales de los miembros del Consejo de Administración y de los órganos delegados del mismo, así como la remuneración global del Presidente del Consejo de Administración, del Presidente de la Comisión Ejecutiva y de cuantos Consejeros ejerzan una función ejecutiva.
- ✍ Proponer la política global de retribuciones para los miembros del equipo de dirección de la Compañía.
- ✍ Velar por la correcta aplicación de las reglas relativas a la transparencia de las retribuciones.
- ✍ Presentar las propuestas sobre los criterios y modalidades de atribución de planes de opciones de compra y/o de suscripción de acciones.
- ✍ Dar su parecer al Consejo de Administración sobre las transacciones que impliquen o puedan implicar conflictos de intereses.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones se reunirá cada vez que el Consejo de Administración de la Compañía, su Presidente, la Comisión Ejecutiva o su Presidente, solicite la emisión de un informe o la adopción de propuestas y, en cualquier caso, siempre que resulte conveniente para el buen desarrollo de sus funciones. En todo caso, se reunirá una vez al año para preparar la información sobre las retribuciones de los Consejeros que el Consejo de Administración ha de aprobar e incluir dentro de su documentación pública anual.

La Comisión de Retribuciones celebró dos reuniones en el año 2001, dos durante el año 2002, cuatro en el año 2003 y una a 30 de junio de 2004.

A la fecha de registro del Folleto, la composición de la Comisión de Retribuciones es la siguiente:

Presidente: D. Amado Franco Lahoz, independiente, nombrado el 9-12-1999

Vocales: D. Charles-Henri Filippi, independiente, nombrado el 9-12-1999
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo, independiente,
nombrado el 11-05-2004
D. Jean Pierre Marchand, independiente, nombrado el 9-12-1999

VI.1.2 Directores que asumen la gestión de la Sociedad al nivel más elevado

Altadis, S.A. cuenta, con un Comité de Dirección, compuesto por D. Pablo Isla Álvarez de Tejera y D. Jean-Dominique Comolli como Presidente del Consejo de Administración el primero y Presidente de la Comisión Ejecutiva el segundo y por doce principales ejecutivos procedentes de las distintas unidades de negocio y de los servicios corporativos. Respondiendo a este organigrama, los miembros del Comité de Dirección que no son Consejeros, son los siguientes:

- D. Michel Favre	Director Financiero del Grupo
- D. Francois Dutreil	Director de la División de Logística en Francia
- D. Italo Durazzo	Director de Marketing y Ventas de Cigarrillos España, Sur de Europa y América del Sur
- D. Bruno Germain-Thomas	Director General de la División de Cigarrillos
- D. Luis Egido Gálvez	Director General de la División de Logística
- D. Charles Lebeau	Secretario General del Grupo
- D. Jean-Paul Lebondidier	Director Industrial de la División de Cigarrillos
- Dña. Isabelle Ockrent	Directora de Comunicación del Grupo
- D. Juan Rizo Escosa	Director de la División de Logística en España
- D. Antonio Vázquez Romero	Director General de la División de Cigarros
- D. Enrique Lloves Vieira	Director de Estrategia y Planificación del Grupo
- D. José Luis Relea Laso	Director de Recursos Humanos de España y de la División de Cigarros

VI.2 CONJUNTO DE INTERESES EN LA SOCIEDAD EMISORA DE LAS PERSONAS ALUDIDAS EN EL APARTADO VI.1.1

VI.2.1 Acciones con derecho de voto y otros valores que den derecho a su adquisición de los que dichas personas sean titulares

A la fecha de registro de este Folleto, el cómputo total de las acciones de las que los Consejeros son propietarios, a título individual, asciende a 202.790 acciones. Ningún Consejero representa acciones de una persona física o jurídica ni de terceros en el Consejo de Administración de la Compañía.

Nombre del Consejero	Acciones Directas	Acciones Indirectas	Total	% del Capital Social
D. Pablo Isla Álvarez del Tejera.....	100	-	100	0,000
D. Jean-Dominique Comolli.....	10.564	—	10.564	0,003
D. César Alierta Izuel.....	135.166	35.500 ⁽¹⁾	170.666	0,060
D. Jose María Goya Laza	1.000	—	1.000	0,000
D. Marc Grosman.....	100	—	100	0,000
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo.....	13.000	7.000 ⁽²⁾	20.000	0,007
D. Gregorio Marañón Bertran de Lis	100	—	100	0,000
D. Jean-Pierre Marchand	10	—	10	0,000
D. Berge Setrakian.....	100	—	100	0,000
D. Jean-Pierre Tirouflet.....	50	—	50	0,000
D. Wulf Von Schimmelmänn.....	100	—	100	0,000
Total.....	160.290	42.500	202.790	0,070

1): A través de la sociedad Grupo Arce de Inversiones SICAV, S.A.; (2): A través de la sociedad Eletres, S.L.

En la última Junta General de Accionistas de Altadis, S.A., celebrada el 15 de junio de 2004, todos los Consejeros que estuvieron presentes lo hicieron en su calidad de miembros del Consejo de Administración y representando las acciones de las que son titulares. Asimismo, estuvieron representadas 49,30% de las acciones que forman el capital social de la Compañía, que, en su mayor parte, fueron delegadas en el Presidente y presentes, en total, 7.097.389 acciones, un 2,44% del capital social.

Planes de opciones sobre acciones

1.) La Junta General Ordinaria de Accionistas de Altadis, S.A. celebrada el 21 de junio de 2000 aprobó un plan de retribución para administradores, directivos y empleados basado en la concesión, a los beneficiarios que se determine, de derechos sobre acciones de Altadis, S.A. En dicha fecha se estableció que estas opciones podrían ser ejercidas a partir del quinto año y antes del sexto de vigencia del plan, si bien con fecha 24 de julio de 2001 el Consejo de Administración acordó la reducción del período de indisponibilidad de las opciones a cuatro años. El precio de adquisición de las acciones, acordado por la Junta General, sería el del promedio del valor de apertura de la acción de Altadis, S.A. en los 20 días de cotización previos e inmediatamente anteriores a la fecha de concesión; sin que el precio así determinado pudiera ser inferior al 95% de la cotización de apertura del día anterior a la concesión.

En virtud de las delegaciones conferidas por la Junta General de 21 de junio de 2000, el Consejo de Administración acordó la ejecución de la primera fase del plan con fecha 13 de julio de 2000 con las siguientes características:

- El precio de ejercicio de cada opción es de 16,20 euros por acción.
- El total de opciones que se adjudican de forma gratuita es de 3.925.500 que dan derecho a la obtención de igual número de acciones de la Compañía y que suponen un 1,35% del capital social al 31 de diciembre de 2003.
- Esta primera fase del plan de retribuciones está soportada financieramente por un contrato de *Equity Swap* suscrito con el BBVA.
- El plazo de ejercicio se ha iniciado en julio de 2004 y podrá ejercitarse durante dos años después de dicho plazo.
- El Consejo de Administración, previo acuerdo de la Comisión de Retribuciones, aprobó la distribución, a favor de Consejeros ejecutivos, de

150.000 opciones a Jean Dominique Comolli, 150.000 opciones a Pablo Isla Álvarez de Tejera y 86.000 opciones a Fernando Labad Sasiaín.

- El Consejo de Administración delegó en el Presidente del Consejo de Administración y en el Presidente de la Comisión Ejecutiva la designación del resto de los beneficiarios del plan de retribuciones, así como la determinación del número de derechos sobre opciones a otorgar a cada uno de ellos.

La adjudicación fue la siguiente: 1.455.500 derechos de opción a 36 directivos del Grupo Altadis (personas sin contrato de Alta Dirección que tienen responsabilidades sobre áreas de las sociedades del Grupo Altadis) y 2.084.000 derechos de opción a 327 *managers* (personas que ostentan la jefatura de departamentos y profesionales de alta cualificación) y empleados.

2.) En fecha 4 de junio de 2002, el Consejo de Administración de Altadis, S.A. acordó la ejecución de una segunda fase del plan de retribución para los administradores ejecutivos, directivos, *managers* y empleados, con las siguientes modificaciones introducidas por la Junta General Ordinaria de Accionistas de 4 de junio de 2002:

- El precio de ejercicio de cada opción es de 23,44 euros por acción.
- El total de opciones que se adjudican de forma gratuita es de 5.980.500, que dan derecho a la obtención de igual número de acciones de la Compañía y que supone un 2,06% del Capital social al 31 de diciembre de 2003.
- El plazo de ejercicio se iniciará a partir del cuarto año a contar desde la fecha de ejecución y podrá ejercitarse durante los dos años siguientes.
- Esta segunda fase del plan de retribuciones también está soportada financieramente por un contrato de *Equity Swap* suscrito con el BBVA.
- El Consejo de Administración, previo acuerdo de la Comisión de Retribuciones, aprobó la distribución al Presidente del Consejo de Administración, D. Pablo Isla Álvarez de Tejera, de 200.000 opciones y 200.000 opciones al Presidente de la Comisión Ejecutiva D. Jean Dominique Comolli.
- El Consejo de Administración delegó en el Presidente del Consejo de Administración y en el Presidente de la Comisión Ejecutiva la designación del resto de los beneficiarios del plan de retribuciones, así como la determinación del número de derechos sobre opciones a otorgar a cada uno de ellos.

La adjudicación fue la siguiente: 2.192.000 opciones a 47 directivos y 3.388.500 opciones a 432 *managers* y empleados.

Además D. Jean-Dominique Comolli es titular de 26.118 opciones sobre acciones de Seita correspondientes a un plan aprobado en el ejercicio de 1998, a un precio de ejercicio de 45,53 euros por acción, que pueden ser canjeadas por acciones de Altadis, S.A. de acuerdo a la ecuación de canje establecida en el ejercicio 1999 (6 acciones de Seita por 19 de Altadis, S.A.), lo que equivaldría a 82.707 acciones de Altadis, S.A., a un precio de ejercicio de 14,38 euros por acción, pudiéndose ejercer a partir del 13 de diciembre de 2003, durante un plazo de tres años.

VI.2.2 Participación en transacciones inhabituales y relevantes de la Sociedad

De acuerdo con la información existente en la Compañía, ningún miembro del Consejo de Administración o directivo de la Compañía, persona o entidad representada por un consejero o directivo, ni ninguna entidad donde dichas personas

sean consejeros, altos directivos o accionistas significativos, ni personas con las que tengan acción concertada o que actúen como personas interpuestas con las mismas, ha participado en el transcurso del último ejercicio o del corriente, en transacciones inhabituales y relevantes de la Sociedad.

VI.2.3 Importe de los sueldos, dietas y remuneraciones de cualquier clase devengadas por estas personas

De conformidad con lo establecido en el Artículo 34.2 de los Estatutos Sociales, la retribución del Consejo consistirá en una asignación mensual fija y determinada y en dietas de asistencia a las reuniones, que será la que a tal efecto determine la Junta General de Accionistas y estará vigente hasta tanto la Junta no acuerde su modificación. La cantidad exacta a abonar dentro de ese límite y su distribución entre los distintos Consejeros corresponde al Consejo de Administración, previa propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

La remuneración agregada de los Consejeros y de los miembros de la Alta Dirección del Grupo que no son a su vez Consejeros Ejecutivos devengada durante el ejercicio 2003, tanto en la Sociedad emisora del presente Folleto como en su Grupo de Sociedades es la siguiente:

Concepto retributivo	Consejeros datos en miles de euros	
	En la Sociedad emisora	En el Grupo
Retribución fija (*)	886	531
Retribución variable (*)	411	246
Dietas	1.071	243
Atenciones Estatutarias	-	-
Opciones sobre acciones y/o otros instrumentos financieros	-	-
Otros	186(**)	-
Total	2.554	1.020

(*) Sueldos y similares

(**) Importe percibido por uno de los Consejeros que cesó en sus funciones ejecutivas en el ejercicio 2001, en concepto de liquidación final de su relación laboral con la Sociedad.

Concepto retributivo	Alta Dirección datos en miles de euros	
	En la sociedad emisora	En el Grupo
Retribución fija (*)	1.288	1.712
Retribución variable (*)	553	905
Dietas	-	91
Atenciones estatutarias	-	-
Opciones sobre acciones	-	388
Otros	-	-
Total	1.841	3.096

(*) Sueldos y similares

Durante el primer semestre del año 2004 las personas arriba referenciadas han tenido las siguientes retribuciones:

Concepto retributivo	Consejeros datos en miles de euros	
	En la sociedad emisora	En el Grupo
Retribución fija ^(*)	442	266
Retribución variable ^{(*) (1)}	603	362
Dietas	624	121
Atenciones estatutarias	-	
Opciones sobre acciones	-	880
Otros	-	
Total	1669	1.629

(*) Sueldos y similares

(1) Esta retribución incluye el complemento variable de todo el año y que viene referido a los resultados del ejercicio 2003

Concepto retributivo	Alta Dirección datos en miles de euros	
	En la sociedad emisora	En el Grupo
Retribución fija ^(*)	644	872
Retribución variable ^{(*) (1)}	595	898
Dietas	-	46
Atenciones estatutarias	-	
Opciones sobre acciones	-	800
Otros	-	
Total	1239	2.616

(*) Sueldos y similares

(1) Esta retribución incluye el complemento variable de todo el año y que viene referido a los resultados del ejercicio 2003

VI.2.4 Obligaciones en materia de pensiones y seguros de vida

A 31 de diciembre de 2003, existían determinadas prestaciones en materia de seguros de vida y pensiones tal y como recoge el cuadro que adjuntamos:

Concepto	Consejeros datos en miles de euros	
	En la Sociedad emisora	En el Grupo
Fondos y Planes de Pensiones: Aportaciones	102	116
Fondos y Planes de Pensiones: Obligaciones contraídas	-	-
Primas de seguros de vida	36	56

Concepto	Alta Dirección datos en miles e euros	
	En la Sociedad emisora	En el Grupo
Fondos y Planes de Pensiones: Aportaciones	167	245
Fondos y Planes de Pensiones: Obligaciones Contraídas	-	-
Primas de seguro de vida	11	55

Durante el primer semestre del año 2004 las prestaciones han sido las siguientes:

Concepto	Consejeros datos en miles de euros	
	En la Sociedad emisora	En el Grupo
Fondos y Planes de Pensiones: Aportaciones	67	58
Fondos y Planes de Pensiones: Obligaciones Contraídas	-	-

Concepto	Alta Dirección datos en miles de euros	
	En la Sociedad emisora	En el Grupo
Fondos y Planes de Pensiones: Aportaciones	92	126
Fondos y Planes de Pensiones: Obligaciones Contraídas	-	-

Para el año 2004 las primas de seguros de vida son pagadas anualmente a finales de año.

No existen compromisos de aportaciones en fondos o similares a Consejeros y Alta Dirección que no estén actualmente en activo en el Grupo Altadis.

VI.2.5 Anticipos, créditos y garantías

No se ha concedido por parte de Altadis, S.A., durante los años 2001, 2002 y 2003 anticipo, préstamo o crédito alguno a favor de los miembros del Consejo de Administración, ni tampoco a favor de los directivos de Altadis, S.A.

VI.2.6 Actividades significativas ejercidas fuera de la Sociedad

A continuación se detallan los principales cargos desempeñados por los Consejeros en otras Sociedades del Grupo Altadis así como en otras Compañías a 31 de diciembre de 2003:

Nombre	Puesto	Cargos relevantes ejercidos fuera de la Compañía
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera	Presidente	Presidente del Consejo de Administración de Logista, Presidente del Consejo de Vigilancia de la Régie des Tabacs du Maroc (RTM) y Consejero de Iberia, L.A.E., S.A., de Telefónica, S.A. y de Seita
D. Jean-Dominique COMOLLI	Vocal	Presidente de Seita, Vicepresidente del Consejo de Vigilancia de la Régie des Tabacs du Maroc (RTM) y Consejero de Logista, S.A.
D. César Alierta Izuel	Vocal	Presidente de Telefónica, S.A.
D. Bruno Bich	Vocal	Presidente de BIC Corporation
D. Carlos Colomer Casellas	Vocal	Presidente de Colomer Group, Vicepresidente y Consejero Delegado de Indo, S.A. y Consejero de Telefónica, S.A.
D. José M ^a Fernández Olano	Vocal	Presidente Ejecutivo de Aldeasa, S.A.
D. Charles-Henri FILIPPI	Vocal	Presidente de Crédit Commercial de France (CCF), Consejero de HSBC Bank, P.L.C. y Director General del Grupo HSBC
D. Amado Franco Lahoz	Vocal	Director General de Ibercaja y Presidente del Consejo de Administración de Caser, S.A.

Nombre	Puesto	Cargos relevantes ejercidos fuera de la Compañía
D. Jose María Goya Laza	Vocal	Administrador Único de Viajes Dublín S.A.; Presidente de Rumbo; Consejero de Gas Natural, S.A. y Consejero de Logista S.A.
D. Marc Grosman	Vocal	Presidente del Consejo de Vigilancia de Marc Laurent
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	Vocal	Presidente y Consejero Delegado de Cortefiel, S.A. y Consejero de Telefónica, S.A.
D. Gregorio Marañón Bertran de Lis	Vocal	Abogado, Presidente de Roche Farma y de Universal Music Spain
D. Jean Pierre Marchand	Vocal	Consejero Honorario de Societé Générale y Consejero de Seita
D. Patrick Louis Ricard	Vocal	Presidente del Grupo Pernod Ricard, Consejero de Societé Générale y Consejero de Provimi
D. Berge Setrakian	Vocal	Socio del Despacho de Abogados Winston & Strawn (Nueva York)
D. Edouard Stern	Vocal	Consejero Delegado de IRR Capital Limited, miembro del Consejo de Vigilancia de Eurofrance y Consejero de Seita
D. Jean-Pierre Tirouflet	Vocal	Presidente del Comité de Energía de Medef
D. Wulf Von Schimmelmann	Vocal	Socio de Mc Kinsey & Co. Inc.
D. Miguel Ángel Sánchez Terán Hernández	Secretario no Consejero	Socio del bufete Iberforo

Aunque no ostentan el cargo de Consejero, los directivos Luis Egidio Gálvez y Juan Rizo Escosa son Consejeros de Logista, y este último lo es también de Aldeasa. Asimismo Antonio Vázquez y Enrique Lloves son Consejeros de Aldeasa.

VI.2.7 Operaciones Vinculadas

No existen operaciones relevantes que supongan una transferencia de recursos u obligaciones entre la sociedad o entidades de su grupo y los accionistas significativos de la sociedad, los administradores o directivos de la sociedad. Tampoco existen operaciones relevantes realizadas por la sociedad con otras sociedades pertenecientes al mismo grupo, siempre y cuando no se eliminen en el proceso de elaboración de estados financieros consolidados y no formen parte del tráfico habitual de la sociedad en cuanto a su objeto y condiciones.

VI.3 CONTROL DE LA SOCIEDAD EMISORA

A la fecha del presente folleto, no existe ninguna persona física o jurídica que directa o indirectamente, aislada o conjuntamente, ejerza o pueda ejercer el control sobre Altadis, S.A.

No existen miembros del Consejo de Administración elegidos por el sistema proporcional a que se refiere el Artículo 137 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.

VI.4 RESTRICCIONES ESTATUTARIAS A LA ADQUISICIÓN POR TERCERAS PERSONAS DE PARTICIPACIONES EN LA SOCIEDAD EMISORA

No existen restricciones legales ni estatutarias a la adquisición o transmisión de participaciones en el capital social.

No obstante, y de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 de los estatutos sociales de la Sociedad los accionistas no podrán ejercitar un número de votos superior al 10

por 100 de los que, teniendo en cuenta el número de acciones con derecho de voto presentes o representadas en la Junta, sean susceptibles de ser emitidos en la misma, con independencia de que sea titular de un porcentaje superior.

VI.5 PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS EN EL CAPITAL DE LA SOCIEDAD EMISORA

Las siguientes entidades financieras tienen comunicada a la CNMV las participaciones que a continuación se indican gestionadas, generalmente, a través de distintos fondos.

Sociedad	Nº Acciones Directas	Nº Acciones Indirectas	Participación (en %)
Fidelity International ⁽¹⁾	--	10.846.887	3,734
Franklin Resources Inc. Delaware ⁽¹⁾	--	15.284.001	5,003
The Chase Manhattan Bank ⁽²⁾	42.893.203	--	14,767

(1): Ostenta la titularidad de las acciones a través de diversos fondos de inversión.

(2): The Chase Manhattan Bank C.M.B.S.A. tiene una participación como persona jurídica interpuesta debido a su condición de entidad custodio de acciones de clientes, ninguno de los cuales mantiene individualmente una participación superior al 5% del capital de Altadis, S.A.

Al menos que tenga constancia la Compañía, dichos Fondos no participaron ni delegaron sus votos en la Junta General de accionistas celebrada el 15 de junio de 2004.

VI.6 NÚMERO DE ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD EMISORA

Dado que las acciones de la Sociedad no son nominativas sino asignadas mediante el sistema de anotaciones en cuenta, Altadis, S.A. no dispone de información exacta sobre el número de accionistas existentes. No obstante, según el listado X-25 del SCLV, el número de accionistas se sitúa en torno a 200.00 personas.

VI.7 PRESTAMISTAS EN MÁS DEL 20% DE LA DEUDA A LARGO PLAZO DEL GRUPO ALTADIS

No existe ninguna persona o entidad que sea prestamista del Grupo, bajo cualquier forma jurídica y que participe en las deudas a largo plazo, según la normativa contable, en más de un 20%, considerando los supuestos contemplados en el art. 4 de la Ley de Mercado de Valores.

VI.8 EXISTENCIA DE CLIENTES O SUMINISTRADORES CUYAS OPERACIONES CON LA SOCIEDAD SEAN SIGNIFICATIVAS

El principal cliente de Altadis, S.A. es Logista, que distribuye la totalidad de los productos del tabaco en régimen mayorista, mediante compraventa del tabaco que produce Altadis, S.A. para la Península e Islas Baleares.

No existen clientes o suministradores cuyas operaciones sean significativas con el Grupo Altadis.

VI.9 PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL CAPITAL DEL EMISOR

No existen esquemas de participación del personal en el capital de la sociedad salvo los planes de opciones sobre acciones, señalados y detallados en el punto VI.2.1.

VI.10 RETRIBUCIÓN DE LOS AUDITORES DE LA SOCIEDAD

Las retribuciones relativas a los servicios de auditoría de cuentas correspondientes a la Sociedad han ascendido a 225 miles de euros. Los honorarios, por el mismo concepto, relativos a las sociedades que componen el Grupo Altadis, por los distintos auditores del mismo, han ascendido a 2.100 miles de euros, de los que 976 miles de euros corresponden a las distintas sociedades integradas en la organización mundial Deloitte & Touche, a la que pertenece Deloitte & Touche España, S.L.

Asimismo, los honorarios relativos a otros servicios profesionales prestados a la Sociedad por sus auditores y por entidades que se encuentran vinculadas a los mismos al 31 de diciembre de 2003 han ascendido a 140 miles de euros. Por otra parte, las retribuciones por estos mismos conceptos, prestados a las sociedades del Grupo Altadis han ascendido a 4.389 miles de euros durante el ejercicio 2003, de los que 1.304 miles de euros corresponden a las distintas sociedades integradas en la organización mundial Deloitte & Touche.

Las retribuciones de los Auditores se cierran a final de cada ejercicio, con lo que los pagos a cuenta que se puedan haber hecho durante el presente ejercicio del 2004, no son indicativos de las cantidades finales a pagar.

CAPÍTULO VII: EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL EMISOR**VII.1 INDICACIONES GENERALES SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL EMISOR CON POSTERIORIDAD AL CIERRE DEL ÚLTIMO EJERCICIO.****Hechos posteriores al cierre del ejercicio**

- ?? El 5 de enero de 2004 los precios de los cigarrillos de Altadis en Francia se incrementaron aproximadamente un 10%, como consecuencia de la subida de la fiscalidad. La presión fiscal de los cigarrillos se sitúa actualmente en el 80,38% del PVP de la categoría de precios más vendida.
- ?? La sesión del Consejo de Administración de Altadis del 11 de mayo de 2004 aceptó las dimisiones de los consejeros, Jean-Antoine Chabannes, Carlos Gómez Anuarbe, Fernando Labad Sasiaín y Remy Tritschler, quienes han sido sustituidos por los señores Marc Grosman, Gregorio Marañón Bertrán de Lis, Berge Setrakian y Wulf von Schimmelmann.
- ?? El 15 de mayo de 2004 Altadis incrementó unos 15 céntimos de euro, es decir entre un 7% y un 8% aproximadamente, el precio de todas sus marcas de cigarrillos en España. Otras labores o variedades de menor venta, suben 20 céntimos.
- ?? El 26 de mayo de 2004, Altadis (92,4%) y Logista (7,6%) anunciaron la adjudicación al Grupo Urvasco de una parcela en Málaga por un importe de 66,7 millones de euros. El beneficio neto para Altadis asciende 52,4 millones de euros.
- ?? Plan de reorganización: En Francia, el proceso consultivo terminó el 9 de marzo, siendo impugnado por los representantes de los trabajadores. El 15 de junio el juez francés suspendió el plan por considerar insuficiente las medidas sociales previstas, pero sin cuestionar la parte económica y la necesidad del mismo. Altadis preparó un plan social complementario para subsanar lo indicado por el juez, presentándolo al comité de empresa el 7 de julio, los representantes de los trabajadores unánimemente votaron no oponerse. El proceso consultivo concluyó el 4 de agosto con la aceptación del Plan por parte del Comité de Empresa, por lo que la reorganización se ha puesto en marcha. Consecuentemente, el taller de cigarrillos de Morlaix cerrará en septiembre de 2004, la fábrica de Tonneins, las dos instalaciones de Dijon y el centro de distribución regional de Lille en diciembre de 2004, y la fábrica de Lille en agosto de 2005. En España, el 7 de julio se ha iniciado formalmente el diálogo entre los representantes de los trabajadores y la empresa. Los principales datos económicos del plan se mantienen sin cambios, unos ahorros estimados en 70 millones de euros y unos costes aproximados de 243 millones de euros, de los que 240 ya fueron contabilizados en 2003. En Marruecos un 35% de la plantilla causará baja voluntaria en la compañía. Los ahorros recurrentes serán superiores a 10 millones de euros.
- ?? Logista ha alcanzado, a finales de julio del 2004, un preacuerdo con Geopost (Grupo La Poste) para la adquisición del 100% del capital de Geopost Logistics Holding (GLH), el primer operador de logística promocional en Francia. El preacuerdo establece un precio inicial de 12,8 millones de euros, cuya financiación, se hará con recursos existentes. La operación, que está pendiente

de la finalización y ejecución del contrato de venta y de la obtención de las autorizaciones administrativas y de competencia, no ha generado fondo de comercio. GLH alcanzó en 2003 una facturación consolidada de 69,4 millones de euros, sobre la base de una amplia y diversificada cartera de clientes multinacionales.

- ?? Logista ha llegado a un acuerdo con BAT para adquirir el 96% de Etinera, primera empresa de distribución de productos del tabaco en Italia. El precio de la compra será de 566,4 millones de euros que será financiado con las disponibilidades líquidas de Logista y deuda externa, en proporción a determinar. El Fondo de Comercio generado se estima en torno a 500 millones de euros. El acuerdo esta pendiente de aprobación por parte de las autoridades de la Competencia, del Gobierno italiano y de una respuesta satisfactoria sobre el régimen fiscal aplicable. Se estima que concluirá durante el último trimestre de 2004.
- ?? El 9 de agosto de 2004 Altadis ha firmado un acuerdo para adquirir una participación mayoritaria del 80,75% de la empresa rusa de tabaco Balkanskaya Zvezda Zao (“Balkan Star”) por 147 millones de euros. Altadis mantiene la oferta a los accionistas minoritarios que ostentan el 19,25% del capital restante en los mismos términos y con el mismo precio por acción. Por tanto, la cantidad total por el 100% de la compañía es de 182 millones de euros. Esta cantidad puede incrementarse hasta en 20 millones de euros dependiendo de la evolución operativa de Balkan Star hasta la fecha de cierre de la transacción. El fondo de comercio estimado se situará entre 90 y 110 millones de euros para un precio de 182 millones de euros. Dicha operación será financiada con los recursos existentes de Altadis. La transacción está pendiente de las aprobaciones administrativas y de competencia correspondientes en Rusia, y se espera que concluya en el cuarto trimestre del 2004.

VII.1.1 Evolución Previsible del Grupo Altadis en el 2004

Durante el primer semestre de 2004, la fuerte reacción de los consumidores ante los aumentos de precios en el mercado francés ha tenido un impacto negativo que se ha reflejado en las cifras de los negocios de Cigarrillos y Logística. La contribución de algunos mercados, Oriente Próximo para cigarrillos, EE.UU. para cigarros, y la evolución total de las ventas de cigarros, han sido excelentes. La aportación de las adquisiciones recientes, RTM y el Grupo Burgal, ha sido muy positiva. La generación de flujo de caja ha sido elevada.

Se espera que el desarrollo de las actividades durante el año dé lugar a una mejora de los resultados en los próximos trimestres.

A pesar de las dificultades surgidas en algunos mercados de cigarrillos europeos, en particular el mercado francés, el Grupo prevé que las actividades de 2004 prolonguen un crecimiento significativo de Ebitda y continúen generando un fuerte flujo de caja libre, y que la evolución de otros mercados y negocios compensen este impacto en el segundo semestre.

VII.1.2 Resultados del primer semestre de 2004

Información económico-financiera (no auditada)

En los cuadros siguientes se recoge la evolución de las principales magnitudes financieras del Grupo Altadis durante el primer semestre de 2004 y su comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.

Cuenta de Resultados

(millones de euros)	1er Semestre 2004	1er Semestre 2003	Variación 2004/2003 ****
Ventas Económicas	1.694,6	1.593,2	+6,4%
EBITDA (Flujo de Caja de Explotación)*	517,6	489,3	+5,8%
EBITA (**)	448,7	434,3	+3,3%
Beneficio de Explotación (EBIT)	426,1	417,0	+2,2%
Resultados Financieros	(41,3)	(22,6)	-82,3%
Amortización del Fondo de Comercio	(80,8)	(46,3)	-74,7%
Filiales por Puesta en Equivalencia	13,3	0,3	n.s.
Resultados Extraordinarios	(5,1)	(4,5)	-14,6%
Beneficios Antes de Impuestos	312,2	343,9	-9,2%
Impuesto sobre Sociedades	(99,7)	(105,5)	+5,5%
Intereses Minoritarios	(22,5)	(18,3)	-22,6%
Beneficio Neto del Grupo	190,0	220,1	-13,7%
Beneficio por Acción (céntimos de euro)	66	75	-11,7%
Número medio de acciones*** (millones)	285,9	292,4	2,2% reducción
Beneficio neto antes del fondo de comercio****	270,8	266,4	+1,7%

* Ebitda= Ebit + amortización de inmovilizaciones materiales e inmateriales

** Ebita = Ebit + amortización de inmovilizaciones in materiales

*** Promedio de (total de acciones - acciones propias)

**** El signo + indica una evolución positiva y el signo - una evolución negativa

***** Beneficio neto + amortización del fondo de comercio

Durante el primer semestre de 2004, las ventas de Altadis, S.A. se han visto afectadas por los fuertes incrementos de precios en el mercado francés, uno de sus principales mercados, así como por la debilidad de otros mercados de Europa Occidental. A pesar de ello y del efecto negativo del tipo de cambio del dólar, las ventas económicas han aumentado un 6,4 % hasta 1.694,6 millones de euros. El Ebitda se ha incrementado un 5,8% hasta los 517,5 millones de euros.

El efecto negativo del tipo de cambio del dólar, un promedio del 9,9% por debajo del año anterior, ha sido de -38 millones de euros sobre las ventas económicas. El efecto positivo de las adquisiciones ha sido de 135 millones de euros.

Con un Ebitda de 518 millones de euros (+5,8%), Altadis ha obtenido un margen del 30,5%, en línea con el año anterior. En el segundo trimestre, la evolución del Ebitda ha mejorado con respecto al trimestre anterior: el crecimiento del Ebitda ha sido del 7,2% y el margen de Ebitda el 31,8%.

El impacto del dólar y de las adquisiciones sobre el Ebitda ha sido de -11 millones de euros y 66 millones de euros respectivamente.

Los resultados financieros han sido de -41 millones de euros, frente a -23 millones de euros en 2003, como consecuencia de una deuda neta de 1.700 millones de euros a 30 de junio de 2004 (comparada con 1.000 millones de euros a 30 de junio de

2003). Esta evolución se debe a la adquisición de RTM, aun a pesar de haber sido financiada también en gran parte por la alta generación de flujo de caja libre.

El beneficio neto en el primer semestre de 2004 ha sido de 190 millones de euros -13,7% en comparación con el primer semestre de 2003, fundamentalmente debido al incremento de la cifra de amortización del fondo de comercio. El beneficio neto antes del fondo de comercio, es decir, beneficio neto más amortización del fondo de comercio, ha ascendido a 271 millones de euros, un +1,7% superior al del año anterior. La evolución del beneficio neto por acción ha sido del -11,7%, +4,0% si se considera antes del fondo de comercio.

La Junta General de Accionistas del 15 de junio de 2004 aprobó la amortización de 7,3 millones de acciones propias.

Durante el primer semestre de 2004 se ha pagado un dividendo de 80 céntimos de euro por acción; 35 céntimos de euro se pagaron como dividendo a cuenta el 23 de marzo y 45 céntimos de euro como dividendo complementario el 22 de junio.

Datos significativos del balance consolidado

(millones de euros)	1 er Semestre 2004	1 er Semestre 2003	Variación 2003-2004 (%)
Accionistas por desembolsos no exigidos	-	-	-
Inmovilizado-	2.374,9	2.078,4	14,3
Gastos de establecimiento	1,9	2,9	-35,5
Inmovilizado inmaterial	587,0	384,0	52,9
Inmovilizado material	798,9	622,0	28,5
Inmovilizado financiero y acciones de la sociedad dominante	987,1	1.069,5	-7,7
Fondo de comercio de consolidación	1.956,4	1.093,7	78,9
Gastos a distribuir en varios ejercicios	14,0	17,4	-19,2
Activo circulante	5.133,0	4.618,1	11,2
TOTAL ACTIVO	9.478,4	7.807,5	21,4
Fondos propios-	995,7	1.195,8	-16,7
Capital	174,3	183,3	-4,9
Reservas de la sociedad dominante	211,3	314,8	-32,9
Reservas en sociedades consolidadas	666,7	670,5	-0,6
Dividendos a cuenta entregados en el ejercicio	0,0	0,0	
Diferencias de conversión	-246,6	-192,9	27,8
Resultados atribuibles a la sociedad dominante	190,0	220,1	-13,7
Socios externos	278,2	173,5	60,4
Diferencias negativas de consolidación	43,3	36,2	19,7
Ingresos a distribuir en varios ejercicios	4,3	7,2	-39,7
Provisiones para riesgos y gastos	512,4	127,4	302,1
Acreedores a largo plazo	2.007,8	563,3	256,5
Acreedores a corto plazo	5.636,7	5.704,2	-1,2
TOTAL PASIVO	9.478,4	7.807,5	21,4

En cuanto al balance de situación consolidado a 30 de junio, se observa el incremento de la cifra total de activo y pasivo en 1.671 millones de euros, motivado fundamentalmente por la incorporación al perímetro de consolidación de la compañía RTM.

Las masas patrimoniales más afectadas por este crecimiento han sido, en el activo, el Fondo de comercio, y en el pasivo, la Deuda financiera a largo plazo, motivado por la necesidad de financiar dicha compra. También destacan el incremento de la cifra de Provisiones para riesgos y gastos, motivado por la provisión realizada en el año 2003 de los gastos del plan de reestructuración, así como el incremento en el epígrafe Socios externos, también consecuencia de la incorporación de RTM. Señalar finalmente los fondos propios que lógicamente reflejan el pago del dividendo, 228 millones de euros, y la recompra de acciones por importe de 128 millones de euros durante el primer semestre del año 2004.

Resultados por línea de actividad

Por línea de negocio, los resultados han sido los siguientes:

- **Cigarrillos:** Las ventas económicas del negocio de Cigarrillos han sido de 920 millones de euros, un 4,6% más que en el mismo periodo del año 2003. Las ventas de RTM han contribuido con 82 millones de euros mientras las recientes fuertes subidas de impuestos y precios de venta al público en Francia han sido los otros factores excepcionales que han afectado las cifras del primer semestre.

Las ventas de cigarrillos rubios, que representan el 69% de las ventas de este negocio, han obtenido un incremento del 12,8%, hasta 631 millones de euros. Contribuciones positivas han sido la consolidación de RTM, con 82 millones de euros y las ventas internacionales, más concretamente a Oriente Próximo, así como el continuo aumento de la cuota en Alemania. Las ventas de cigarrillos rubios han presentado el impacto del descenso en el mercado francés.

Las ventas en valor de cigarrillos negros en España, Francia y ahora Marruecos han disminuido un 19,3% hasta 204 millones de euros. Como aspecto positivo, cabe subrayar la consolidación de RTM y, en el lado negativo, el descenso en los volúmenes tanto en Francia como España. En este sentido, los volúmenes del mercado global de cigarrillos negros han caído un 12,4% en España y un 30,3% en Francia.

En España, las ventas de cigarrillos rubios de Altadis se han incrementado hasta 220 millones de euros (+3,5%). El mercado total de cigarrillos español ha crecido un 0,2% en volumen, con un aumento del 3,1% en el segmento de rubios.

En Francia, las ventas de cigarrillos rubios han disminuido un 23,3% en volumen, lo que refleja la fuerte reacción de las preferencias de compra de los consumidores ante la subida de precios acumulada del 30% desde octubre de 2003.

En Alemania, el 1 de marzo los precios aumentaron 40 céntimos de euro por cajetilla, debido tanto a la subida de impuestos como al incremento de los precios por parte de los fabricantes. Como consecuencia del crecimiento de la cuota de mercado, las ventas de Altadis han permanecido prácticamente estables en 72 millones de euros.

En Polonia, las actividades han seguido desarrollándose en un entorno y unas condiciones de competencia difíciles, lo que conduce a una caída del mercado en general y a políticas de precios agresivas.

En Italia, los volúmenes de Altadis han crecido un 18,8% y la cuota de mercado ha alcanzado el 2,5%

En los países de Oriente Próximo, las ventas de Altadis han crecido a un ritmo muy notable en diversos mercados, especialmente en Siria y Líbano, donde las cuotas de mercado, estimadas en cifras superiores al 15% y al 10%, respectivamente, continúan creciendo. Las ventas en África también han crecido a un ritmo mayor, y la marca Fine ha alcanzado cuotas de mercado elevadas en países como Costa de Marfil, Congo y Níger.

En Marruecos, donde el semestre ha sido muy positivo, los consumidores han dirigido sus preferencias desde cigarrillos negros a la marca de rubio Marquise. Como estaba previsto, la marca Gauloises Blondes ha sido lanzada a principios de abril y el lanzamiento de Fortuna ha tenido lugar en junio, con resultados iniciales alentadores.

En cuanto a marcas, las ventas totales de Gauloises Blondes, la marca emblemática del portafolio del Grupo, han crecido un 4,1% hasta 198 millones de euros, incluso a pesar del difícil entorno en Francia. La cuota de mercado ha aumentado en Alemania, hasta el 5,4% con 3.100 millones de cigarrillos vendidos, y en Austria, donde ha alcanzado el 8,2%; la marca ocupa ahora la tercera posición en ambos países. Las ventas y cuotas de mercado en Bélgica, Luxemburgo, Polonia y la República Checa, también aumentan. Gauloises Blondes es una de las marcas que están propiciando el crecimiento en Oriente Próximo, con unas ventas que se incrementan a un ritmo importante.

Fortuna, la otra gran marca del Grupo, mejora su cuota de mercado hasta el 2,0% en Italia. En el mercado francés, ha crecido de forma significativa durante los últimos años y la cuota de mercado asciende al 2,1%. España sigue siendo el mercado más importante para la marca con diferencia y los esfuerzos se dirigen a asegurar su cuota de mercado, del 21,9%. Además de en Marruecos, se prepara el lanzamiento de la marca en otros países.

Junto a otras marcas dirigidas a mercados locales, Nobel permanece estable en España, con una cuota de mercado de cigarrillos rubios del 5,9%, mientras que News ha crecido hasta el 5,1% del mercado de cigarrillos rubios en Francia, con incrementos de sus respectivas cuotas de mercado de 0,2 y 0,4 puntos porcentuales. Gitanes Blondes es la otra marca que contribuye a nuestros buenos resultados en Oriente Próximo. La marca Smart, lanzada en Finlandia en 1999, ha conseguido una cuota de mercado de dos dígitos y es ahora nº 2 en este país.

El Ebitda del negocio de Cigarrillos ha crecido un 4,4%, hasta 325 millones de euros. El margen de Ebitda ha permanecido estable en un 35,4%.

Cigarros: El negocio de Cigarros ha tenido unos resultados muy positivos en el mercado estadounidense, que supone aproximadamente el 60% de las ventas de cigarros del Grupo.

En Estados Unidos, debido a que su iniciativa de lanzar a finales de 2002 los cigarros con sabores en el segmento popular cuenta cada vez con mayor competencia, la estrategia de Altadis se está centrando ahora en reforzar las tareas promocionales en este segmento e implantar nuevas iniciativas en los segmentos natural y premium. Concretamente, las ventas en volumen de los cigarros premium han crecido un 21%. Las ventas totales de Altadis USA en EE.UU. han aumentado, en dólares, un 8,1%, hasta 256 millones de dólares. Como estaba previsto, se ha seguido notando la influencia del tipo de cambio del dólar sobre las cifras consolidadas, y las ventas en euros en EE.UU. han disminuido un -2,7%, hasta 209 millones de euros.

Las ventas de cigarros en Europa, que representan el 20% de las ventas totales de cigarros de Altadis, han aumentado un 13,8%, hasta 79 millones de euros. En Francia, el crecimiento ha sido del 9,1%, propiciado fundamentalmente por el incremento en volúmenes del 7,2%, en línea con el crecimiento de las ventas totales en el país, un hecho novedoso en este mercado. En España, Dux, con unas ventas de 32 millones de cigarros, constituye sólo un año después de su lanzamiento una marca consolidada y un factor de crecimiento. Farias y Vegafina han sido las otras marcas que han crecido de manera significativa. Las ventas en España se han incrementado un 19,4%, hasta 45 millones de euros.

Las ventas de cigarros cubanos representan el 2% de las ventas totales en volumen del negocio de cigarros y el 14,1% de las ventas económicas. Las ventas contabilizadas por Altadis (50% del total) han crecido un 22,3%, hasta 56 millones de euros, impulsadas tanto por bs cigarros elaborados a mano (torcidos) como por los Minis Cubanos.

A moneda constante, las ventas totales del negocio de Cigarros han crecido un 20%; un 11,2% en euros, hasta 396 millones de euros. El impacto de la debilidad del dólar sobre las ventas económicas ha sido de -31 millones de euros.

El Ebitda del negocio de Cigarros ha crecido un 26,9%, sin incluir la influencia del tipo de cambio del dólar, y un 14,8% en euros, hasta 95 millones de euros. Además de las adquisiciones, los resultados de todos los mercados han contribuido a este crecimiento. El margen de Ebitda, del 23,9%, ha crecido 0,7 puntos porcentuales.

- **Logística:** Las cifras del negocio de Logística han mejorado considerablemente durante el segundo trimestre del año 2004. Así, las ventas económicas del semestre han sido de 411 millones de euros, con un crecimiento del 4,2%. No obstante, estos resultados reflejan el importante descenso en los volúmenes del mercado de tabaco francés (-20,5%) aunque también, en el aspecto positivo, la consolidación de RTM con 26 millones de euros, a la vez que ya no se observa la alta base comparativa del primer trimestre. Por otra parte, se ha iniciado un programa de reducción de costes y se están estudiando vías para transformar en variables tantos costes fijos como sea posible.

Las actividades de Logística General (no tabaquera) han representado el 58% de las ventas económicas totales del negocio de Logística, y han crecido un 2,2%, hasta 240 millones de euros. El crecimiento se ha obtenido en todas las áreas de actividad de España y Portugal. En Francia, algunas líneas de productos, en particular los de papelería, han obtenido resultados por debajo de lo previsto.

El “Proyecto Farma”, lanzado durante el primer trimestre del año, una vez terminado el almacén especializado de Madrid y habiéndose realizado los primeros envíos, ha proporcionado esperanzadores resultados iniciales.

En Marruecos, la primera actividad de logística general ha consistido en la incorporación de las tarjetas telefónicas a la gama de productos. RTM representa una cuota de mercado del 6% de las tarjetas telefónicas de Maroc Telecom, que se venden a más de 10.000 puntos de venta minorista, lo que confirma el potencial de la diversificación de la actividad logística en Marruecos.

El Ebitda del negocio de logística ha sido de 120 millones de euros, frente a 113 millones de euros en 2003, con un crecimiento de un 6,3%. El margen de Ebitda, del 29,2%, ha crecido 0,6 %. Los efectos negativos del primer trimestre han sido parcialmente compensados en el segundo trimestre.

VII.2 PERSPECTIVAS DEL EMISOR

Durante el primer semestre de 2004, los cambios experimentados por los impuestos y precios en Francia han tenido un fuerte impacto negativo que se ha reflejado en las cifras de los negocios de Cigarrillos y Logística. Aún así, el Grupo ha mejorado su resultado durante el segundo trimestre. La contribución de algunos mercados para cigarrillos, como Oriente Próximo y Marruecos; los cigarros cubanos y la evolución total del Ebitda del negocio de cigarros han sido muy positivas. La logística general en España ha tenido también una buena aportación. La generación del flujo de caja ha sido muy elevada.

Los resultados del primer semestre del 2004, a pesar de las dificultades surgidas en algunos mercados de cigarrillos europeos, apoyan las expectativas del Grupo de obtener un crecimiento de Ebitda de entre el 4% y el 6% y generar un fuerte flujo de caja libre en 2004.

VII.2.1 Estimación de las perspectivas comerciales, industriales y financieras del emisor

Ordenación legal

Desde un punto de vista legal, el sector del tabaco fue liberalizado en España, en su fase de fabricación y de distribución mayorista, con motivo de la entrada en vigor de la Ley de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria, de 4 de mayo de 1998.

A partir de este momento, es libre la instalación de nuevos centros fabriles para la producción de labores de tabaco, así como el ejercicio de la actividad de importación y distribución al por mayor de labores de tabaco con el único requisito, a partir de la entrada en vigor de esta ley, de la obtención de la correspondiente licencia administrativa, que es expedida por el Comisionado para el Mercado de Tabacos, organismo autónomo que vino a sustituir a la Delegación del Gobierno en el Monopolio de Tabacos.

El comercio al por menor de labores de tabaco en España, con excepción de las Islas Canarias, se mantiene en régimen de monopolio del que es titular el Estado, que lo ejerce a través de la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre.

A esta fecha no hay ningún otro fabricante de cigarrillos, aparte de Altadis, S.A., que se haya instalado en la Península, ni es probable que lo haga cualquiera de los principales fabricantes de cigarrillos, pues tienen suficientemente cubiertas sus necesidades fabriles en la Unión Europea. Sí se ha empezado a instalar algún fabricante menor de cigarros.

En cuanto a la distribución mayorista, hay cinco empresas que tienen licencias concedidas, las cuales, salvo Logista, apenas han empezado a distribuir muy escasas cantidades de tabaco, generalmente cigarros; y ello, no obstante una importante modificación a la Ley del Mercado de Tabacos que introdujo el Real Decreto-Ley de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios, de 23 de junio de 2000. En virtud de esta norma se ha suprimido la obligación para los distribuidores de servir producto a los estancos, cualquiera que fuera su ubicación en la Península; ahora, el distribuidor puede seleccionar, localmente, los estancos a los que se dirige; además el transporte del tabaco puede compatibilizarse con el de otros productos.

La entrada en vigor del Decreto 1079/2002, de 18 de octubre, que trasponía al ordenamiento jurídico español la Directiva Byrne, ha supuesto una profunda modificación de la configuración de cartones y cajetillas de cigarrillos, que se han puesto a la venta a partir del 1 de octubre de 2003, con un esfuerzo importante de las áreas de producción.

Asimismo, en marzo de 2003 un proyecto de directiva europea destinado a armonizar las normas existentes en los diferentes Estados miembros en materia de Publicidad y Patrocinio de productos del tabaco, ha sido adoptada. El plazo máximo de transposición es el 31 de julio de 2005. De nuevo Alemania ha interpuesto un recurso alegando, por un lado la falta de base legal tal y como hizo en una primera propuesta que anuló la directiva y, por otro, el defecto de forma. Esta Directiva elimina, prácticamente, toda posibilidad de publicidad y patrocinio de tabaco que tenga efectos transfronterizos. España aún no ha desarrollado la norma que incorpore esta directiva al ordenamiento jurídico interno.

VII.2.2 Política de distribución de resultados, de inversión, de dotación de las cuentas de amortización, de ampliaciones de capital, de emisión de obligaciones y de endeudamiento general a medio y largo plazo

i) Política de dividendos

La política de dividendos esta basada en una tasa de distribución de los resultados netos recurrentes del Grupo Altadis (*pay-out*) de alrededor del 50% y con la firme intención de incrementar el dividendo por acción regularmente, en línea con la evolución de dichos resultados. En este sentido, el dividendo por acción pagado en 2004 con cargo al ejercicio 2003 ha sido de 0,80 euros, lo que supone un incremento del 14,3% con respecto al año anterior.

ii) Política de inversiones

La política de inversiones está orientada a conseguir incrementos de la productividad y calidad de los productos y servicios del Grupo Altadis, en aras a lograr aumentar la competitividad frente a los estándares internacionales. En este sentido, se está realizando una adecuación y renovación continua de los equipos productivos, adaptándolos a los últimos desarrollos tecnológicos, lo que está permitiendo mejorar los costes unitarios, manteniendo actualizados, al mismo tiempo, los conocimientos tecnológicos.

La implementación de los planes de reestructuración industriales que se tienen previsto llevar a cabo tanto en España como en Francia tiene como objetivo la adecuación de las infraestructuras humanas y materiales para conseguir aumentar la competitividad de las tres líneas básicas de negocio actuales: cigarrillos, cigarros y distribución. El Plan prevé el cese de la actividad de 9 dependencias en 7 localizaciones. Ello daría lugar a una reducción de plantilla estimada de cerca de 1.280 personas, es decir un 17% de la plantilla conjunta de Altadis, S.A. y Seita, S.A. El coste total estimado asociado a este Plan asciende aproximadamente a 240 millones de euros, contabilizados en su totalidad en 2003.

Las inversiones materiales del Grupo Altadis previstas para el año 2004 son de 182 millones de euros aproximadamente de los que se destinarán 81 a cigarrillos, 15 a cigarros, 54 a logística, 9 a RTM y 23 básicamente a la implantación de nuevas aplicaciones informáticas.

iii) Política de endeudamiento

Se estima que la estructura de balance y de negocios de Altadis puede permitir una posición máxima de endeudamiento neto de 3,5 veces el flujo de caja de explotación (EBITDA) anual generado por el Grupo Altadis, no obstante en condiciones normales, este múltiplo debería situarse entre 2 y 2,5 veces, pudiendo superarlo en caso de inversiones puntuales que fueran de interés estratégico para el Grupo Altadis. El endeudamiento a 31 de diciembre de 2003 era de 2.036 millones de euros (1,9 veces el Ebitda), y a fecha 30 de junio de 2004 ascendía a 1.708 millones de euros (1,6 veces el Ebitda de 2003) lo que implica mantener todavía capacidad financiera disponible para acometer nuevas inversiones. La forma en que se financien estas eventuales inversiones, dependerá de los mercados de capitales en cada momento, siendo previsible recurrir a proporciones variables entre recursos autogenerados y endeudamiento externo, dependiendo de la naturaleza y perspectivas de la inversión.

iv) Política de amortizaciones de inmovilizado material, inmaterial y fondo de comercio

En cuanto a la política de amortización del inmovilizado material, la Sociedad prevé mantener los criterios actualmente aplicados, consistentes en amortizar los activos fijos siguiendo el método lineal, aplicando porcentajes de amortización calculados en función de los años de vida útil estimada de los respectivos bienes; los porcentajes aplicados son los siguientes:

	Porcentaje de Amortización
Construcciones	2 - 4
Instalaciones técnicas y maquinaria	10 - 25
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	6 - 25
Otro inmovilizado	10 - 33

Por lo que se refiere al inmovilizado inmaterial, las dos partidas más importantes son las que corresponden a las de “propiedad industrial y marcas” y de “aplicaciones informáticas”, siguiendo la política de amortizar, por el método lineal, en 20 y 5 años, respectivamente.

Los fondos de comercio se amortizan linealmente, con carácter general, en un plazo de 20 años, periodo durante el cual, se estima contribuirán a la obtención de ingresos para el Grupo Altadis, según el siguiente detalle:

Fondo de Comercio	Años
RTM	4,5 - 20
Altadis Polska	15
Supergroup Distribution	10
Altadis Finland	10
Philippine Bobbin Corporation Cigars	10
Aldeasa	9 - 15
Unión Ibérica de Radio	5
Pageda	2
Charrier	2
Resto de fondos de comercio	20

Del importe total del fondo de comercio surgido en la adquisición de la sociedad RTM, la parte correspondiente al monopolio de la importación y de la distribución mayorista de labores de tabaco en Marruecos se amortizará linealmente antes del 1 de enero de 2008, fecha prevista de su vencimiento, calculada en función de las proyecciones de beneficios futuros atribuibles a la ostentación de dicho monopolio. El resto del fondo de comercio correspondiente a esta sociedad se amortiza, siguiendo el criterio general del Grupo, en un plazo de 20 años.

Altadis, S.A.
En Madrid, a 29 de septiembre de 2004
P.P.

Fdo: D. Michel Favre
Director Financiero