



Resultados



Anuales 2003



Miércoles, 25 de febrero de 2004



Índice

■ Altadis obtiene un crecimiento significativo	página	3
■ Magnitudes y hechos principales	página	4
■ Reorganización en marcha	página	5
■ RTM	página	6
■ Cigarrillos	página	8
■ Cigarros	página	19
■ Logística	página	27
■ Magnitudes Financieras	página	35
■ Conclusión	página	43
■ Anexos	página	46

Información sobre la acción y bonos

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

Bonos : 5 años - ES017683730 (Reuters) ED147823 / Isin XS0176837309 (Bloomberg)
10 años - ES017683837 (Reuters) ED147819 / Isin XS0176838372 (Bloomberg)

Altadis obtiene un crecimiento significativo: Ebitda + 11,0%, BPA normalizado + 5,7%

- Durante el cuarto trimestre de 2003, Altadis se ha enfrentado a una marcada reacción a corto plazo del mercado francés, uno de sus mercados principales, ante los fuertes aumentos de precios.
- A pesar del efecto negativo del tipo de cambio del dólar, las ventas aumentan un 6,4% (orgánico 3,1%) hasta €3.385 millones (+10,7% sin el impacto del dólar).
- El Ebitda, de €1.078 millones, obtiene un crecimiento del 11,0% (orgánico 4,9%).
- A perímetro y tipo de cambio constantes, las ventas económicas crecen un 5,9% y el Ebitda un 9,5%.
- Debido a la política de recompra de acciones, mientras que el beneficio neto normalizado aumenta un 3,3%, el beneficio por acción normalizado crece un 5,7%, hasta 154 céntimos de euro.
- Fuerte generación de flujo de caja libre operativo de 700 millones de euros.

Notas: Las cifras de crecimiento orgánico son ex RTM.

Beneficio neto y BPA normalizados son antes de gastos de reorganización (€240 mn).

Magnitudes y hechos principales

% de las ventas
económicas
del Grupo

Cigarrillos 51%

Cigarros 23%

Logística 23%

RTM, Otros y ajustes 3%

**Posición en
el Mercado**

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

Nº 1 Mundial
Nº 1 en USA
Nº 1 en España
Nº 1 en Francia

150.000 puntos de
venta en Europa
Occidental

Monopolio hasta
2008
Cuota de mercado
del 84% con marcas
propias

Volumen

99,5 bn de cigarrillos ⁽¹⁾

3.386 mn de cigarros

€7.813 mn ⁽²⁾

2S'03: 5,9 bn de cigarrillos

**Ventas
Económicas
(crecimiento)**

€1.721 mn (+1,9%)
(+ 3.7% ex tipo de cambio)

€762 mn (+0,9%)
(+ 15.0% ex tipo de cambio)

€795 mn (+7,4%)

2S'03: €107 mn

T4 2003

Año 2003

**Grupo
(crecimiento)**

Ventas Económicas
EBITDA
Beneficio Neto

€ 888 mn (+4,8%)

€ 271 mn (+8,4%)

€ -61 mn

€ 3.385 mn (+6,4%)

€ 1.078 mn (+11,0%)

€ 293 mn (-32,6%)

Plantilla (31/12/03)

25.142

bn = mil millones

(1) Incluye 6,7 bn de unidades de marcas concedidas bajo licencia a terceros

(2) ventas netas de logística

Reorganización en marcha

- El último proceso de reorganización, anunciado el pasado mes de julio, será aplicado en Europa durante los años 2004 y 2005.
- El cese de actividad propuesto (9 dependencias) daría lugar a una reducción de plantilla estimada de 1.276 personas.
- El coste total estimado asociado a este proceso ascendería a alrededor de 240 millones de euros, contabilizados en su totalidad en el cuarto trimestre de 2003.
- Los ahorros anuales recurrentes serían superiores a 70 millones de euros, que se irían obteniendo progresivamente hasta el año 2006. Los ahorros de costes beneficiarían a todas las líneas de negocio: cigarrillos (aproximadamente en un 75% del total), cigarros (aproximadamente en un 20%) y logística (aproximadamente en un 5%).
- Se prevé un incremento de la productividad de alrededor de un 15% en el plazo de dos años.
- Las consultas y negociaciones exigidas por la ley se encuentran avanzadas.

Régie des Tabacs du Maroc

Actividades

Volumen de mercado: 14.175 mn uds. año completo 2003 **Estancos:** 23.000

Marquise: 5,6 bn unidades / cuota de mercado del 39%
Casa Sport: 3,8 bn unidades / cuota de mercado del 27%
Olympic: 2,0 bn unidades / cuota de mercado del 12%
Anfa: 0,1 bn unidades / cuota de mercado del 1%

Año 2003

Cuota de mercado de RTM 2S'03:

- 84% en volumen y 65% en valor
- RTM tiene el monopolio de la distribución y la importación hasta el 1 de enero de 2008

Marcas 2S'03:

- La marca de rubio **Marquise** es la más popular del mercado, con una cuota del 42% en volumen y del 43% en valor
- El tabaco negro aún representa el 38% del mercado en volumen y el 16% en valor, siendo **Casa Sport** y **Olympic** las marcas principales
- Se está preparando el lanzamiento de **Gauloises Blondes** y **Fortuna**

Régie des Tabacs du Maroc

Magnitudes Financieras

MAGNITUDES PRINCIPALES 2S 2003

Ventas netas: MAD 1.455mn (€134mn)

Ventas económicas: MAD 1.132mn (€104mn)

Ebitda: MAD 633mn (€ 59mn)

Volúmenes:

Marcas RTM: 5,9bn unidades

Marcas internacionales: 1,2bn unidades

SINERGIAS PREVISTAS

€18mn en 2005 - €25mn en 2008

La adquisición se completó el 16 de julio de 2003 con el pago de €1.292 millones, por el 80% de RTM

RTM tiene el monopolio de la distribución e importación hasta el 1 de enero de 2008

CIGARRILLOS*

Marcas principales
Internacionalización
Capacidad de
incrementar precios



51% de las ventas económicas del Grupo
56% del Ebitda del Grupo
Margen de Ebitda: 35,3% de las ventas económicas
(+1,4 puntos)



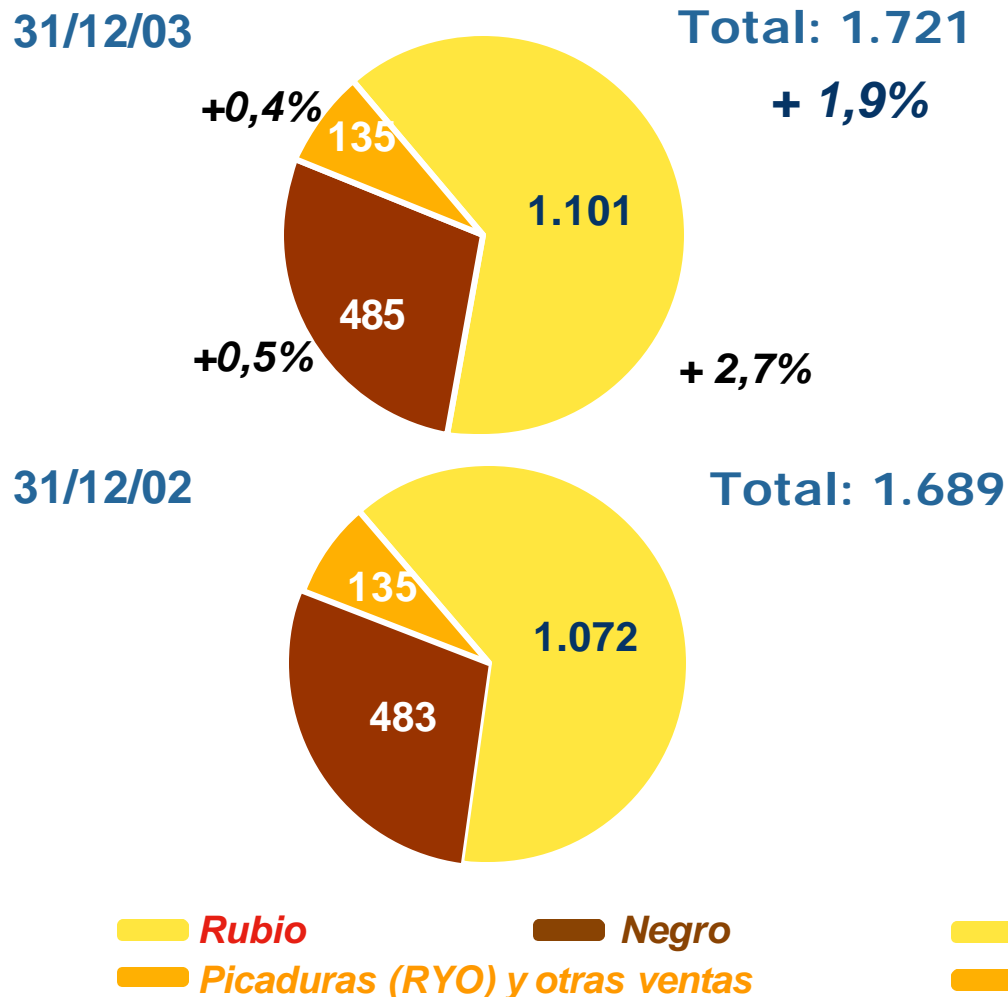
** Los datos de RTM se informan por separado*

Cigarrillos: estrategia de internacionalización

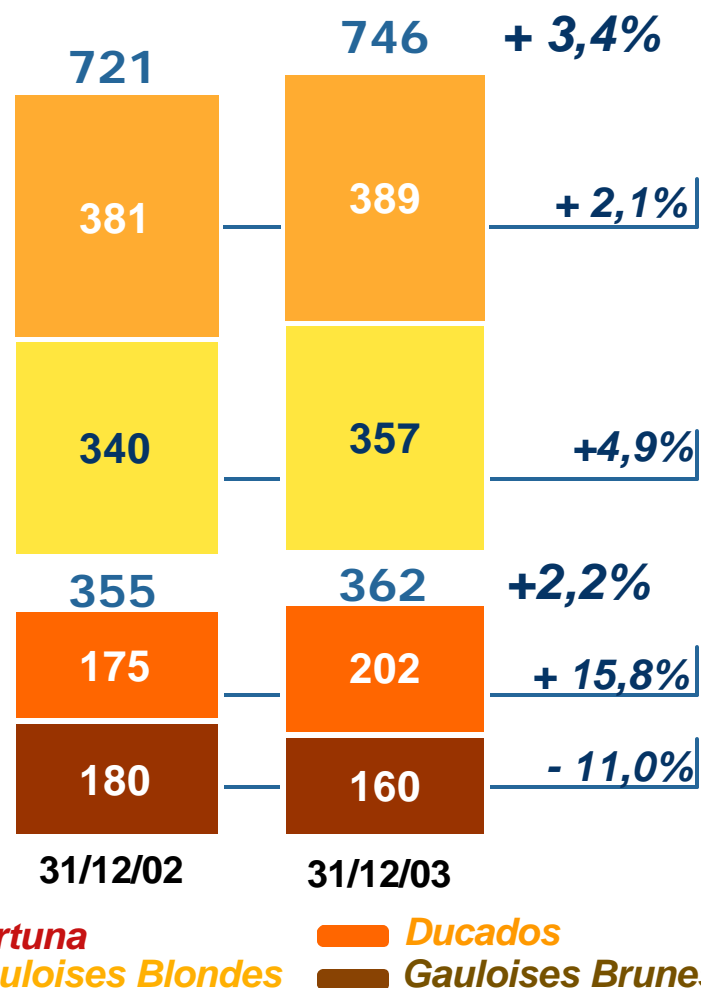
- Capitalización de las dos marcas principales del Grupo, Gauloises Blondes y Fortuna, cuyas ventas son de aproximadamente 20.000 millones de cigarrillos al año para cada una.
- Globalización de Gauloises Blondes en el segmento *sub-premium*.
- Desarrollo regional de Fortuna en el segmento medio-bajo (España, Francia, Italia, Portugal).
- Uso táctico de marcas locales fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (News, Nobel, Fox, Spike, Fine, Gitanes, Marquise,...).
- Estrategia de rentabilización « cash cow » de los cigarrillos negros (Gauloises Brunnes, Ducados, Olympic, Casa Sport).

Cigarrillos: crecimiento de las ventas del 1,9%

Segmentos (€mn) y Crecimiento 2002-2003

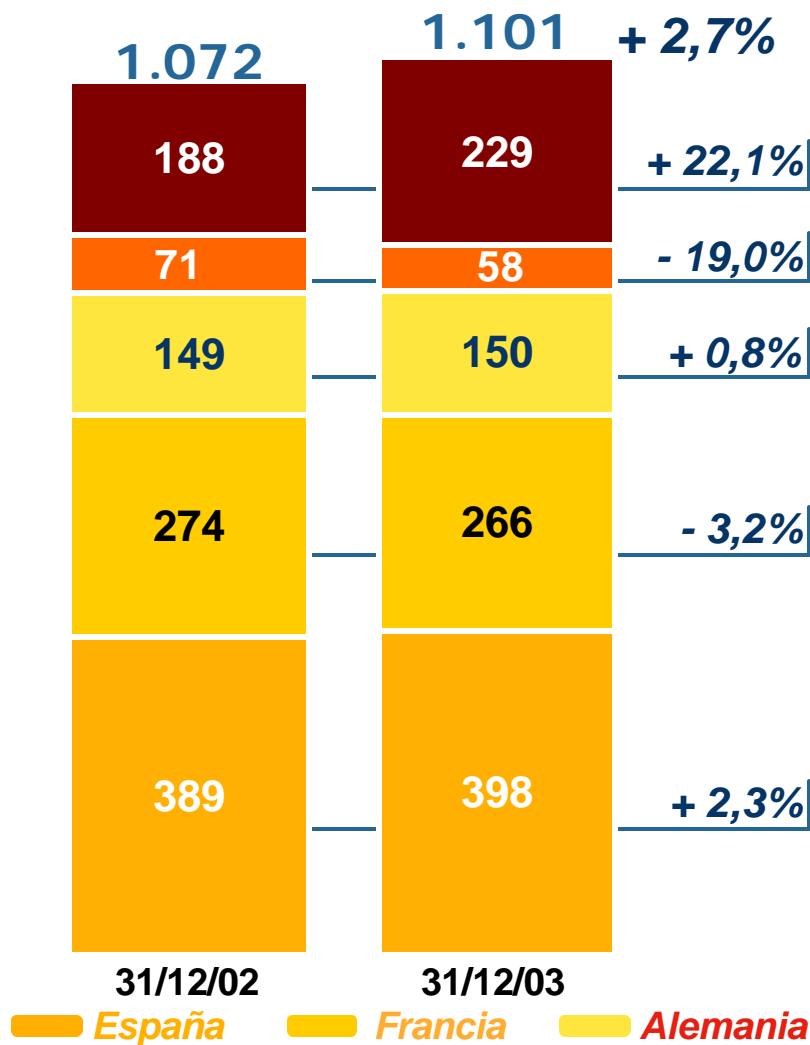


Principales Marcas (€mn) y Crecimiento 2002-2003

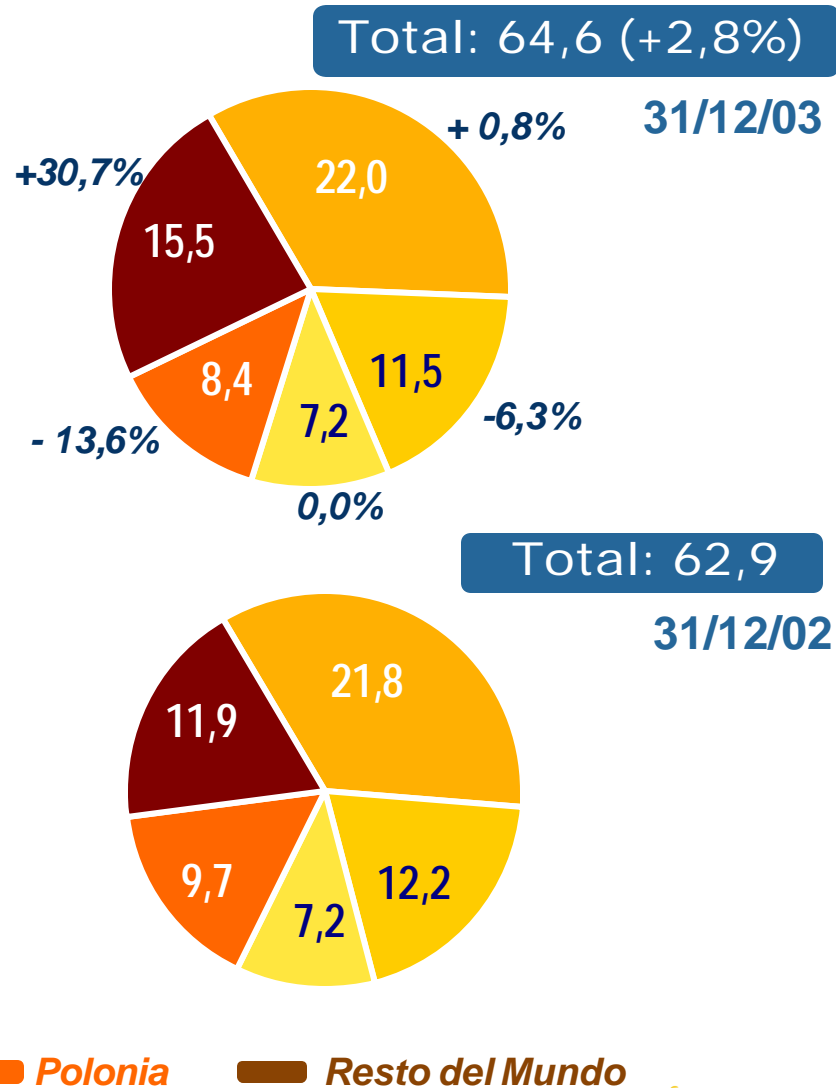


Las ventas de rubio aumentan en un 2,7%

Valor (€mn) y Crecimiento 2002- 2003



Volumen (bn unidades)



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

2002 vs. 2003 <i>(Volumen en bn de unidades)</i>	2002	2003	Variación
España*			
<i>Volumen</i>	22,1	22,2	+ 0,2%
<i>Cuota de mercado</i>	30,2%	29,0%	-1,2
Francia*			
<i>Volumen</i>	12,2	11,3	- 7,2%
<i>Cuota de mercado</i>	17,7%	18,6%	+0,9
Alemania			
<i>Volumen</i>	7,2	7,2	0,0%
<i>Cuota de mercado</i>	4,7%	5,2%	+0,5
Italia			
<i>Volumen</i>	1,0	2,0	x2,0
<i>Cuota de mercado</i>	1,0%	2,0%	+ 1,0
Austria			
<i>Volumen</i>	1,1	1,2	+ 10,0%
<i>Cuota de mercado</i>	7,3%	7,9%	+ 0,6
Polonia			
<i>Volumen</i>	9,7	8,4	- 13,6%
<i>Cuota de mercado</i>	12,8%	11,8%	- 1,0

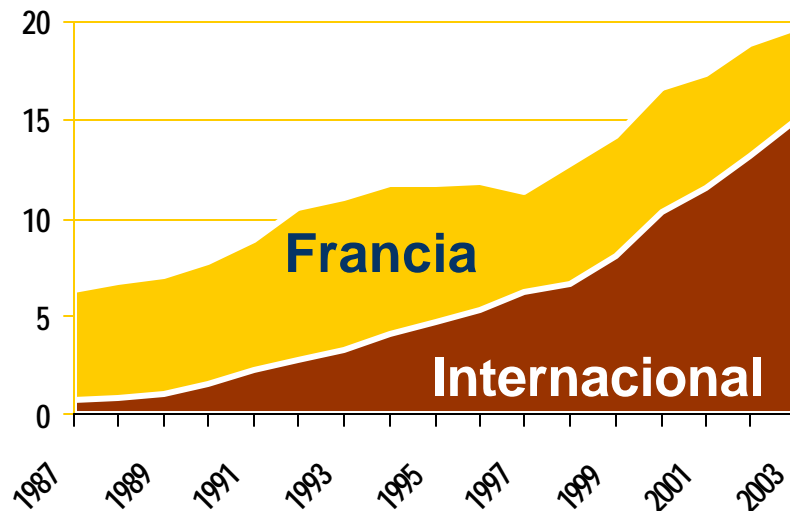
* Las cuotas de mercado pueden diferir de las ventas facturadas al distribuidor

Gauloises Blondes: una marca internacional estratégica

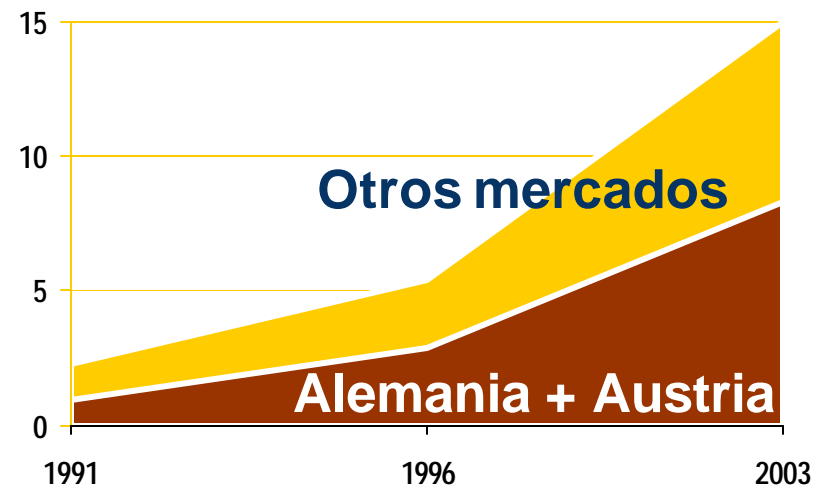


- Reconocimiento inmediato y amplio, fuerza diferenciadora del nombre de la marca
- Logotipo que simboliza la libertad junto con el valor y la independencia
- « Liberté toujours » (libertad para siempre) como fundamento de la marca
- Precio nivel sub-premium
- Diseño que busca la estética y originalidad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

Gauloises Blondes en el mundo
(bn unidades)



Gauloises Blondes fuera de Francia
(bn unidades)



Ventas internacionales de Gauloises Blondes: +14,5% en volumen

2002 vs. 2003
(Volumen en mn unidades)
(Ventas en €mn)

	2000	2001	2002	2003	Var. % 03-02	TAM (03-00)
Alemania						
<i>Volumen</i>	5.426	6,113	7,092	7,096	0,1%	9,4%
<i>Ventas</i>	117,6	136,1	147,5	148,8	0,9%	8,2%
Resto de Europa						
<i>Volumen</i>	2.688	3.384	3.381	4.176	23,5%	15,8%
<i>Ventas</i>	49,1	63,6	66,1	78,0	17,9%	16,7%
Oriente Próximo*						
<i>Volumen</i>	-	-	1.171	1.671	42,7%	ns
<i>Ventas</i>	-	-	16,7	19,8	18,6%	ns
Resto del mundo						
<i>Volumen</i>	2.154	2.003	1.459	2.060	41,1%	ns
<i>Ventas</i>	31,5	26,2	22,3	26,7	20,0%	ns
Total (sin incluir Francia)						
<i>Volumen</i>	10.268	11.499	13.104	15.003	14,5%	13,5%
<i>Ventas</i>	198,3	229,4	252,6	273,3	8,2%	11,3%

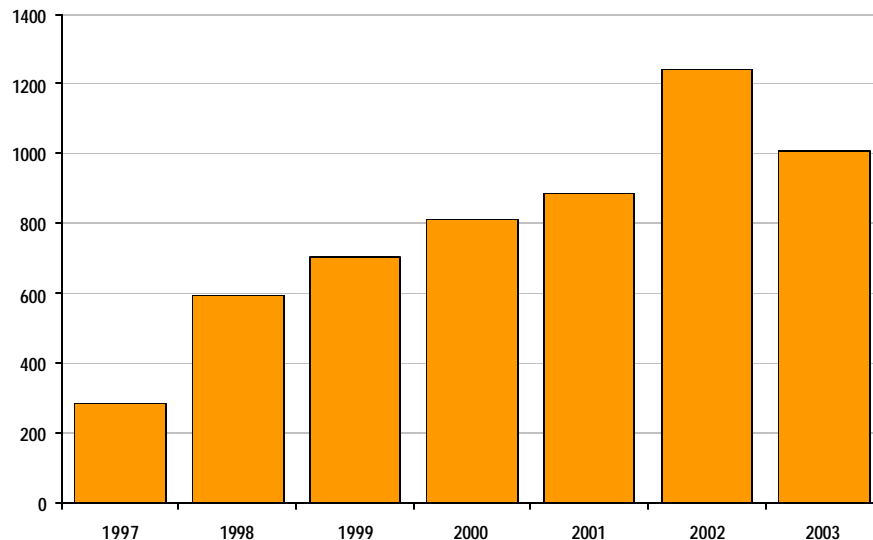
•Resto del mundo incluye Oriente Próximo hasta 2001 inclusive

Fortuna: potencial para obtener crecimiento regional

- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas
- Fuerte potencial frente a otras marcas internacionales con imágenes de menor fuerza
- Fuerte potencial frente a marcas locales populares, a menudo mucho menos atractivas
- Precio medio-bajo
- Oferta atractiva de valor añadido a su principal *target*: 18/25 años, hombre/mujer urbanos

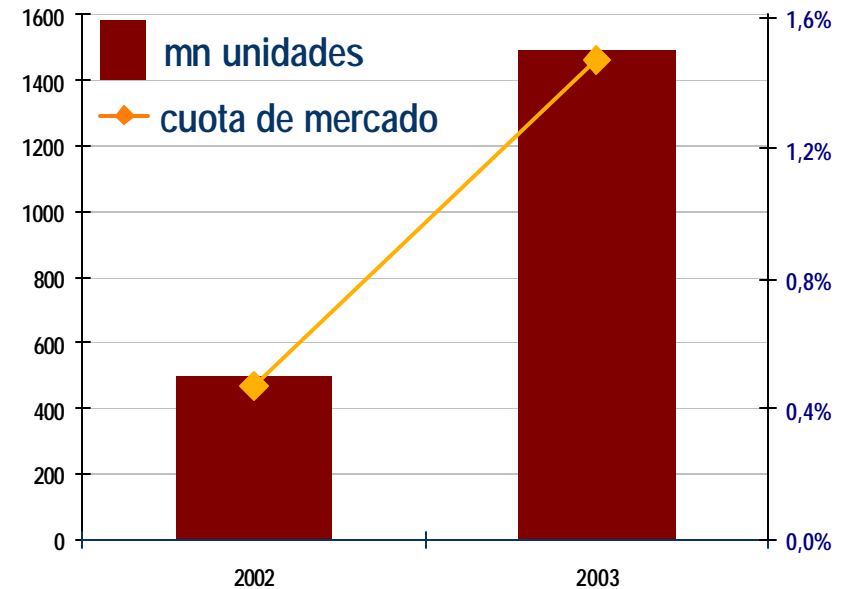
España: Fuerte base inicial – Marca líder con una cuota de mercado del 22,6%

Francia: Crecimiento desde 1997



Cuota de mercado en Francia año 2003: **1,7%**

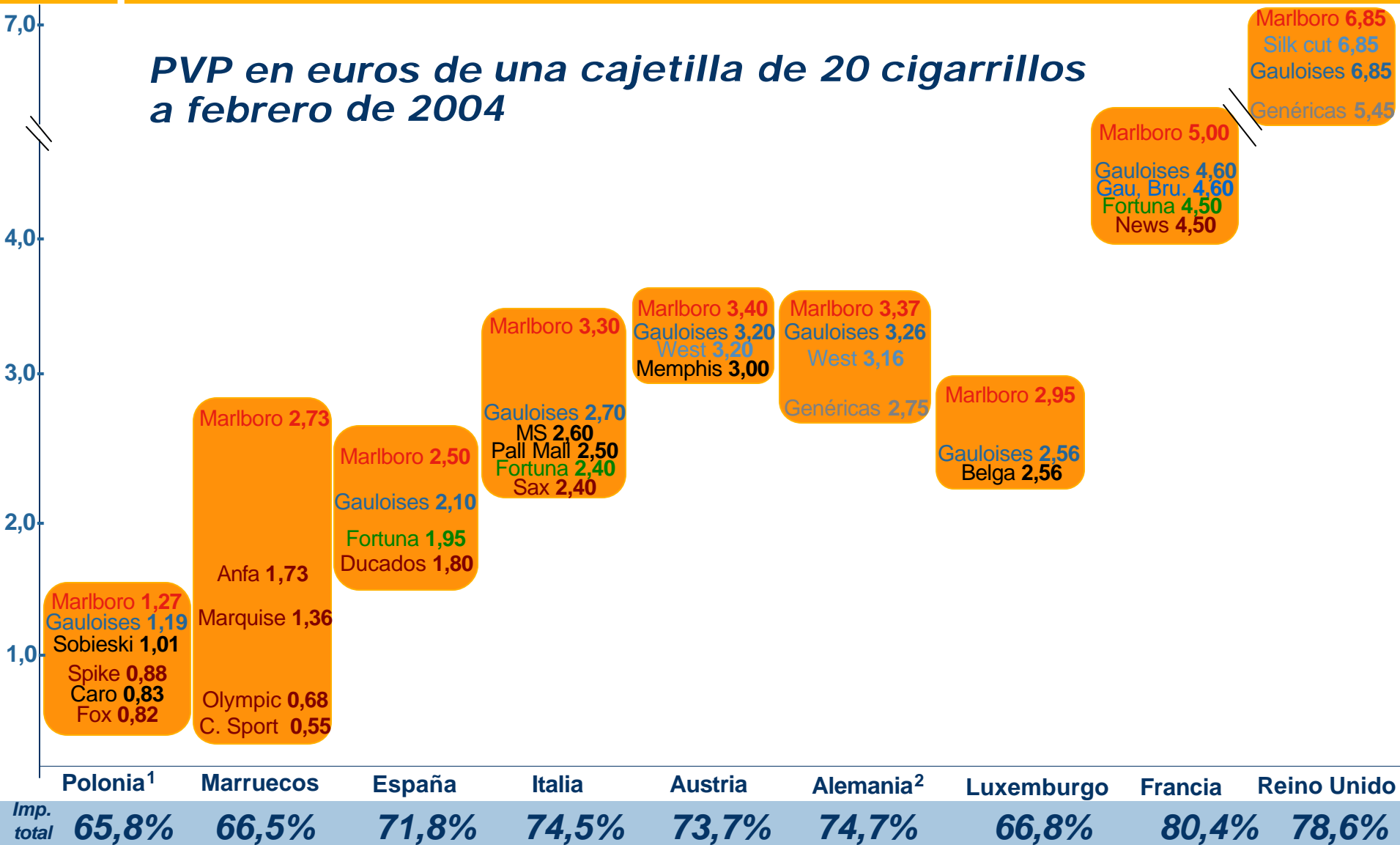
Italia: Rápido y pronunciado aumento



Cuota de mercado en Italia año 2003: **1,5%**

Potencial de subidas de precios para Altadis a pesar del nuevo entorno

PVP en euros de una cajetilla de 20 cigarrillos a febrero de 2004



Imposición total (impuesto especial + IVA) de la MPPC (Categoría de Precio Más Vendida)

¹ PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 25 cigarrillos, los precios son Caro: € 1,03 y Fox: € 1,02 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,31
² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 19 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son € 3,20, € 3,10, € 3,00 y € 2,60, respectivamente

Algunas iniciativas comerciales en T4

Gauloises Blondes

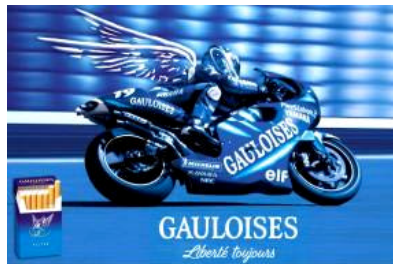
Campaña internacional medios impresos



Alemania



Moto GP



TV y Cine



Fortuna

España



Moto GP



Nueva campaña internacional

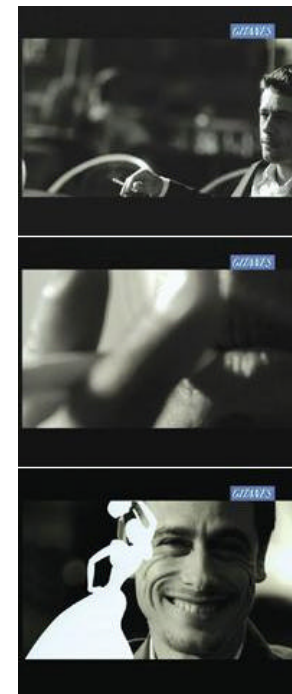


Gitanes

Campaña internacional medios impresos



TV y Cine



Algunas iniciativas comerciales en T4

■ GAULOISES

- Pruebas de mercado en Japón (Septiembre 2003)
- Intensificación de la presencia en España (Octubre 2003)
- Estudios de mercado previos al lanzamiento en Marruecos (Marzo 2004)

■ FORTUNA

- Estudios de mercado en principales mercados europeos (Finlandia, Austria, Bélgica), y Marruecos para preparar el lanzamiento en junio de 2004

■ PATROCINIO

- Valentino Rossi se ha unido al equipo GAULOISES-Yamaha

CIGARROS

Liderazgo mundial
Crecimiento del
Ebitda del 24,5%
excluyendo el
impacto del dólar

23% de las ventas económicas del Grupo
16% del Ebitda del Grupo
Margen de Ebitda: 23,3% de las ventas económicas
(+0,6 puntos)

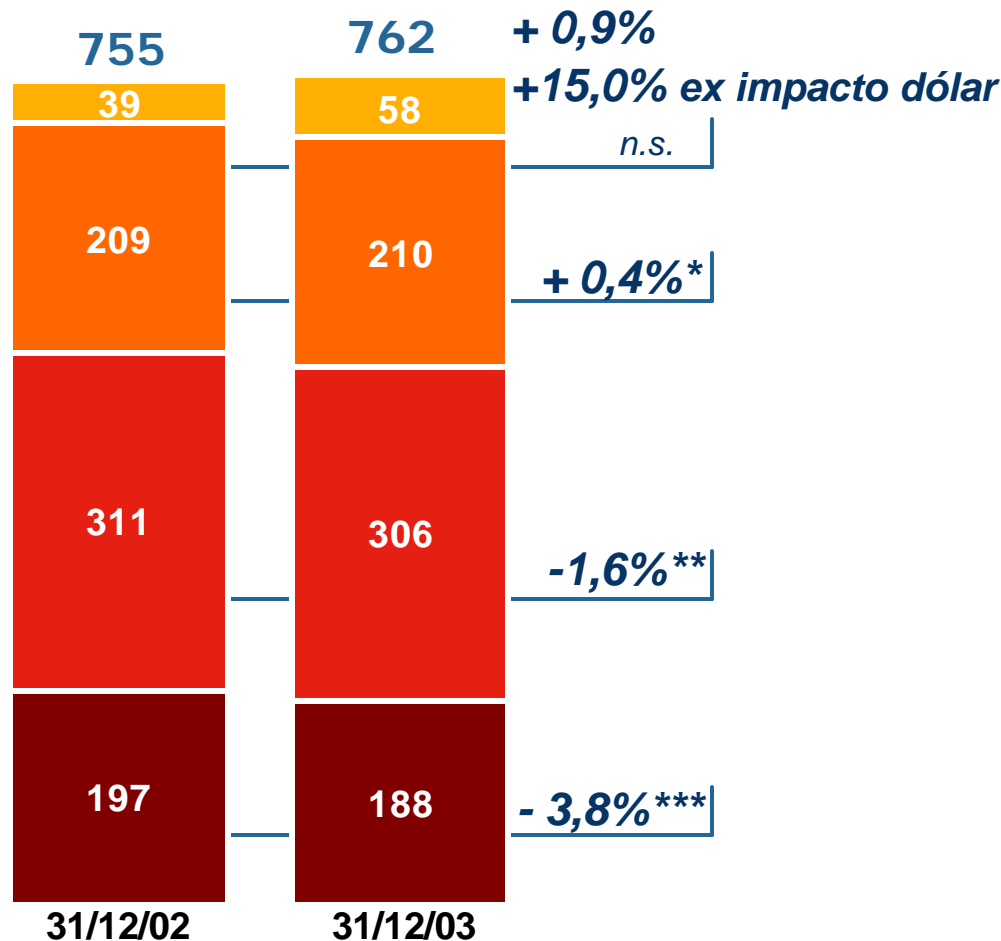


Cigarros: estrategia de liderazgo

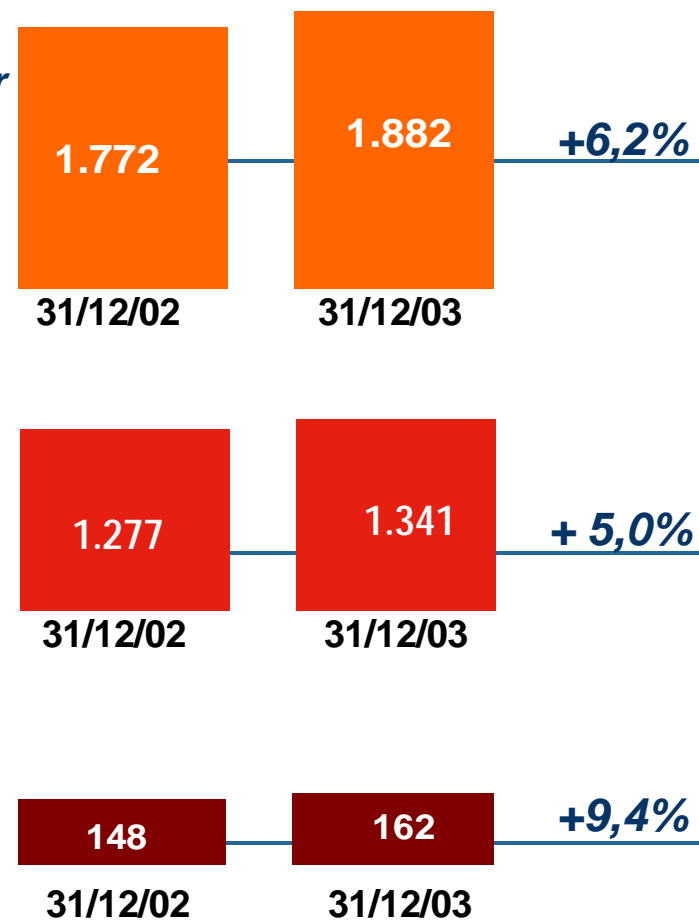
- Reforzar el liderazgo en los EE.UU., con productos innovadores
- Aumentar ventas y márgenes en Habanos mejorando la cartera de productos
- Cambio de tendencia en España aumentado la cuota de mercado durante el segundo semestre mediante nuevos y exitosos lanzamientos
- Mantener la cuota de mercado en valor en Francia a pesar de las condiciones del mercado
- Crecimiento significativo de las exportaciones

Cigarros: fuerte crecimiento de las ventas excluyendo el impacto del dólar

Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (mn unidades)

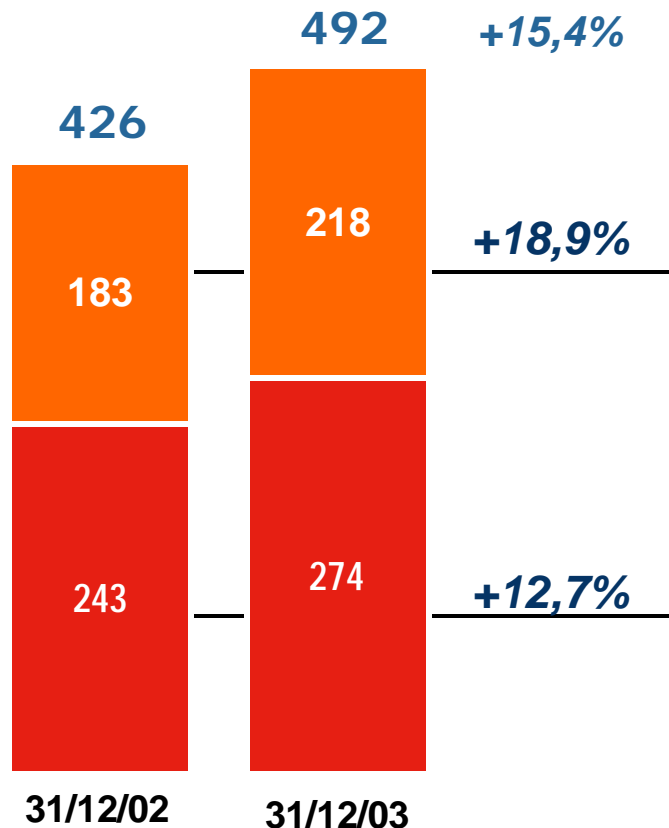


■ Premium y Habanos (50%)
 ■ Natural
 ■ Mass (Popular + Little)
 ■ Otras ventas

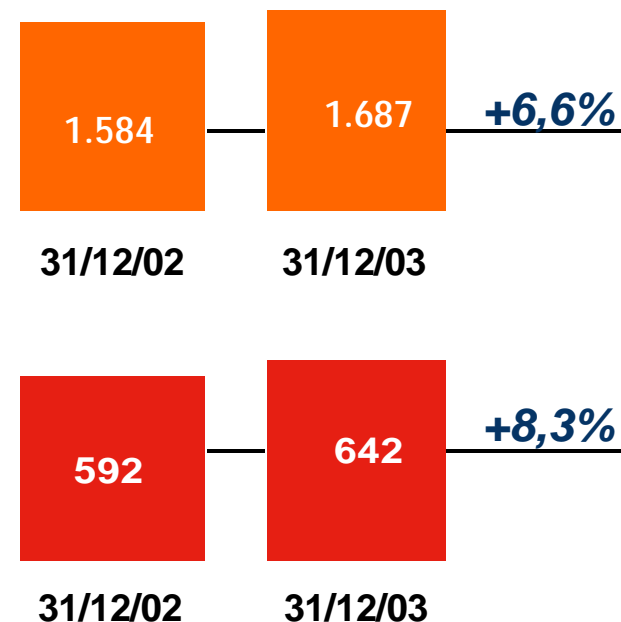
Excluyendo el impacto del dólar, respectivamente: * +19,8%, ** +10,3% y *** +11,9%

EE.UU.: excepcional crecimiento de las ventas del +15,4% en dólares

Valor (USDmn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (mn unidades)



■ Premium y Natural

■ Mass (Popular + Little)

MARCA PHILLIES (cigarros con sabores) en 2003

Crecimiento en volumen +19%

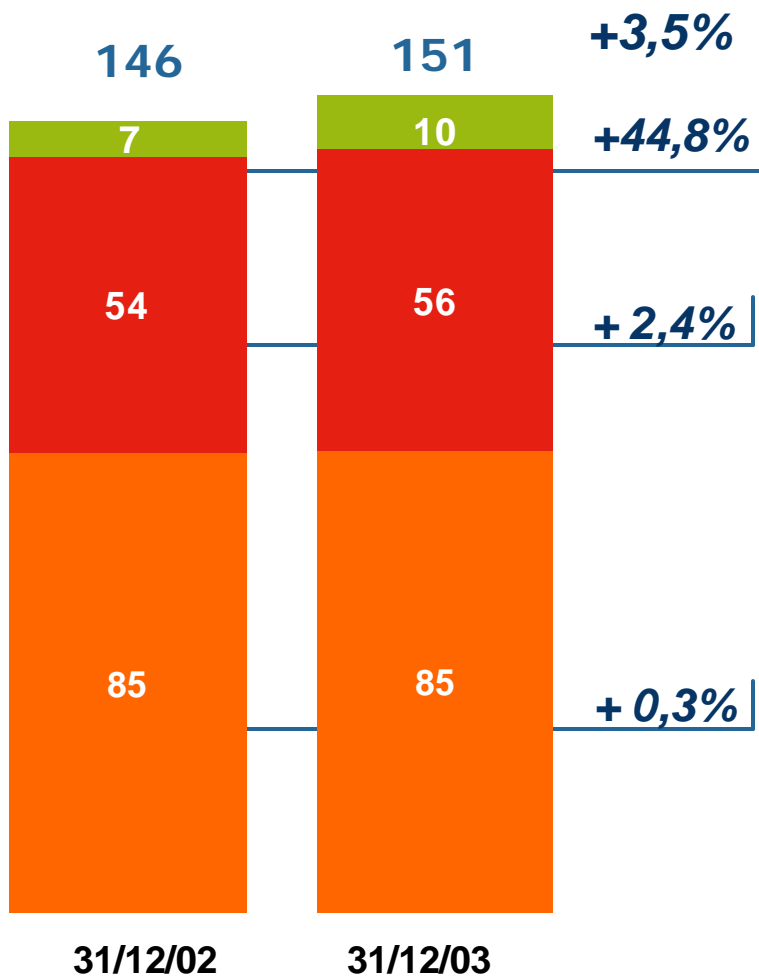
69% de las ventas del segmento *popular* de Altadis

Los cigarros cubanos mejoran

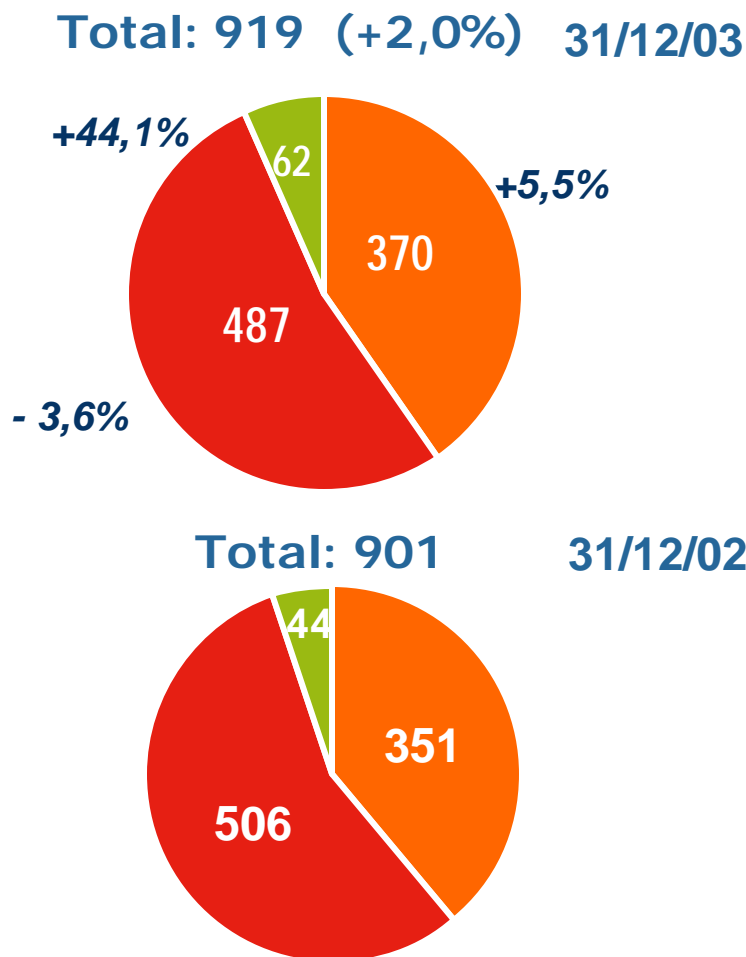
- las ventas de cigarros cubanos han aumentado un 17% en dólares, a pesar de que el entorno para este tipo de consumo de lujo no está aún totalmente reestablecido
- El margen de EBITDA ha crecido 3,8 puntos
- Política comercial activa, propia de productos de lujo, ampliando líneas con ediciones limitadas, reservas especiales, cigarros “vintage”

Europa: vuelta a una tendencia de crecimiento

Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (mn unidades)



■ España
 ■ Francia
 ■ Exportaciones

Algunas de nuestras iniciativas en el cuarto trimestre



Saint Luis Rey
Churchill *Reserva Especial*



Cohiba Siglo VI



Caja de 5 Robustos
cubanos



Backwoods



VegaFina mini

Algunas de nuestras iniciativas en el cuarto trimestre

■ En EE.UU.:

- Re-lanzamiento de la marca Saint Luis Rey (*premium*)
- Lanzamiento de nuevo sabor de Backwoods: Ron Salvaje

■ Habanos:

- Lanzamiento de la selección de Robustos (caja de 5 robustos: Cohiba, Montecristo, Partagás, Romeo y Julieta, Hoyo de Monterrey)
- Lanzamiento de Cohiba Siglo VI: vitola exclusiva denominada "Cañonazo"

■ En España:

- Ampliación de la gama y re-lanzamiento de VegaFina mini: tradicional, filter y aromático

■ En Francia:

- Lanzamiento de habanos: Guantanamera selección

LOGÍSTICA

Mejora de la eficiencia de las actividades vinculadas al tabaco e importante crecimiento de la logística general



23% de las ventas económicas del Grupo

22% del Ebitda del Grupo

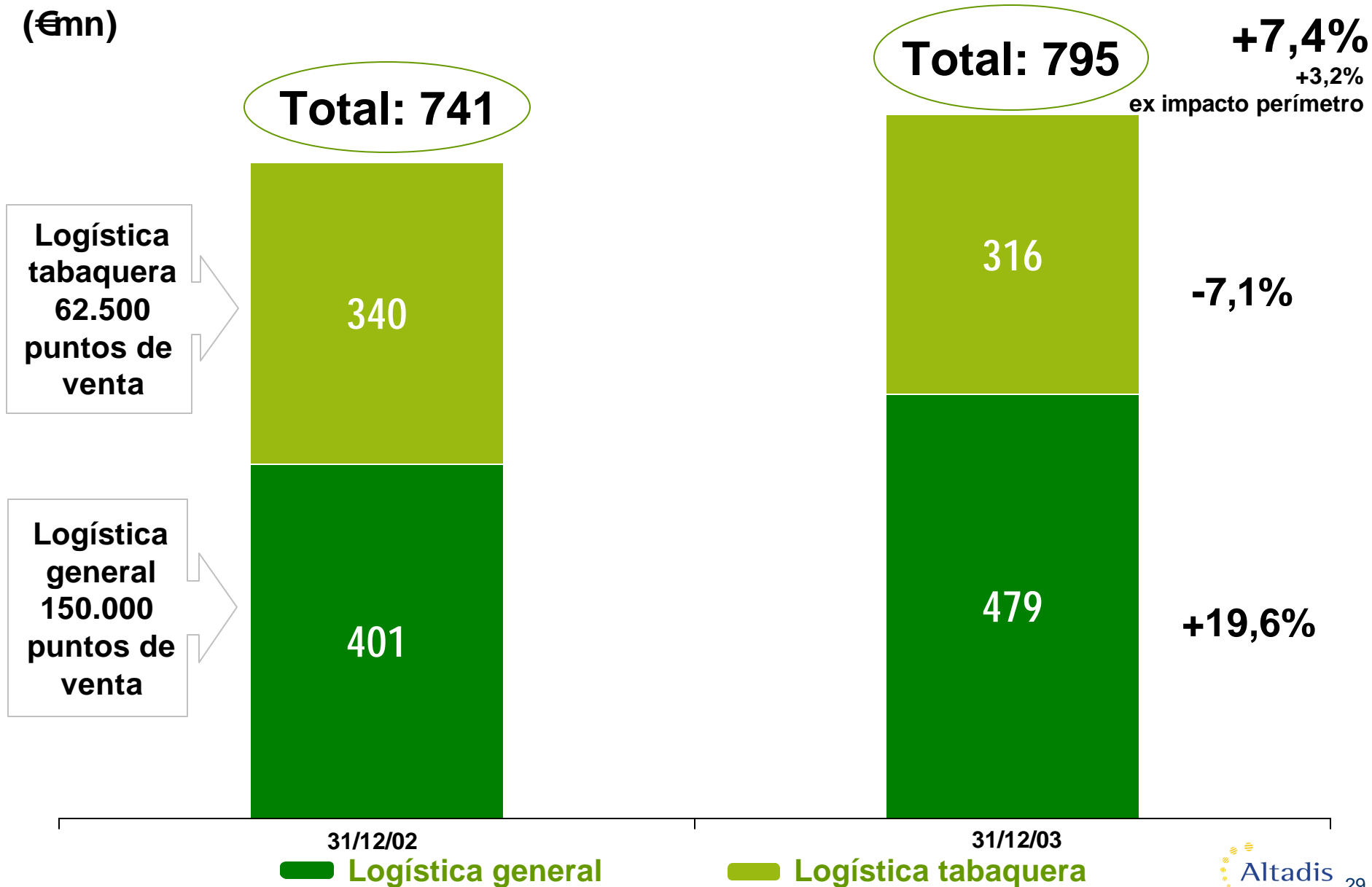
Margen de Ebitda: 29,2% de las ventas económicas
(-2,0 puntos)

Estrategia de logística: aplicación de una especialización única a nuevos campos

- Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España y Francia a la vez que se optimizan costes
- Mayor desarrollo de la especialización aplicada con éxito a la logística general
- Concentrarse en servicios logísticos para nichos de mercado con elevados márgenes
- Optimizar los medios operativos

Logística: incremento de las ventas económicas del 7,4%

(€mn)



Logística tabaquera: impacto de la evolución de los volúmenes

Número de puntos de venta

62.500

<i>Ventas económicas (€mn)</i>	31/12/02	31/12/03	Variación
España y Portugal	166,6	157,2	- 5,6%
Francia	172,3	169,7	- 1,5%
Eliminaciones	+0,9	-11,1	
TOTAL	339,8	315,8	- 7,1%

Logística general: +11.9% sin el efecto del cambio de perímetro

Número de puntos de venta

150.000

Ventas económicas (€mn)

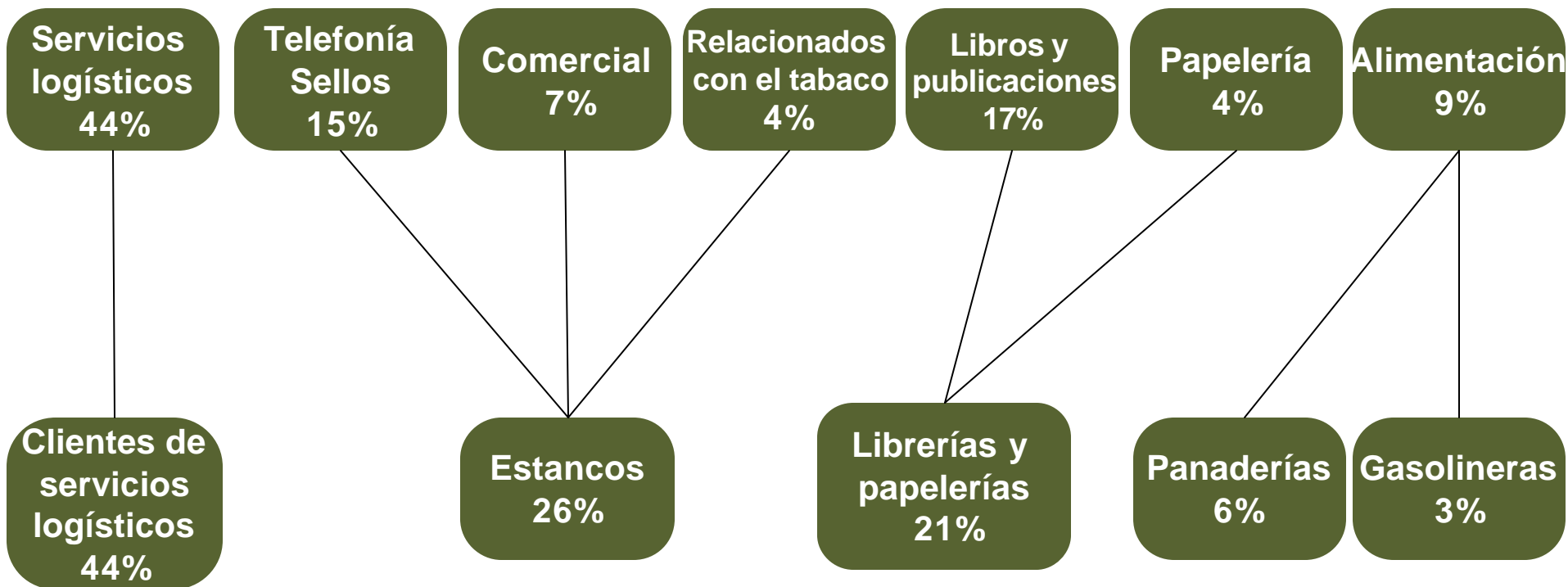
	31/12/02	31/12/03	Variación
España y Portugal*	242,7	310,5	+ 27,9%
Francia	158,2	168,8	+ 6,7%
TOTAL	400,9	479,3	+ 19,6% +11,9% ex impacto del perímetro

* El Grupo Burgal está consolidado desde el 25 de febrero de 2002

Logística general: productos y canales variados y complementarios

Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la logística general (no tabaquera) del año 2003

LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES

Algunas de nuestras iniciativas comerciales en el cuarto trimestre

- Presencia reforzada en el sector del “cuidado personal” en España mediante un acuerdo con *Perfumerías Juteco*, cadena comercial con 75 tiendas para la venta de productos de perfumería
- Desarrollo de las ventas de una herramienta de gestión informática para quioscos en España (programa *kios 2001* comprado con la compañía Cyberpoint, ya utilizado en 1.000 puntos de venta)
- Las tarjetas telefónicas de recarga electrónica superan ahora el 50% de las ventas de tarjetas telefónicas en Francia
- 1'Dis, marca de las actividades mayoristas en Francia, ha lanzado un nuevo expositor para reforzar las ventas de productos de pastelería

El proyecto pharma

Un sector afín a la especialización de Altadis

- ✓ Altamente regulado
- ✓ Alto nivel de seguridad exigido
- ✓ Canal especializado y extendido
- ✓ 20.000 puntos de venta
- ✓ Alto PVP por unidad

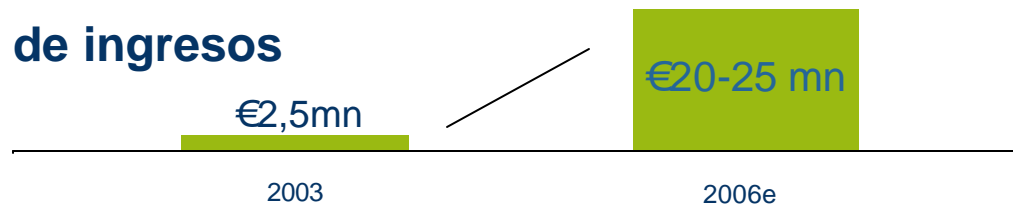
Oportunidad de negocio: Subcontratación de las actividades logísticas de los laboratorios

- Las compañías adquiridas (Opelog e Integra 2 del Grupo Bungal y Transportes Alameda) proporcionan acceso a las actividades farmacéuticas pre-mayoristas y de distribución.
- Inversiones en almacenes, sistemas y herramientas informáticas permitirán el desarrollo de la operación.

Logista cuenta ya con la capacidad de obtener una cuota de mercado del 20-30% en 2006

Nuevas oportunidades han sido ya identificadas: extenderse a la totalidad de la cadena de valor logística.

Estimación de ingresos



En el cuarto trimestre de 2003, Logista ha lanzado la mayor plataforma farmacéutica de España, con una extensión de 23.000 m2 y capacidad de almacenaje para 17.000 palets, en Leganés (Madrid).



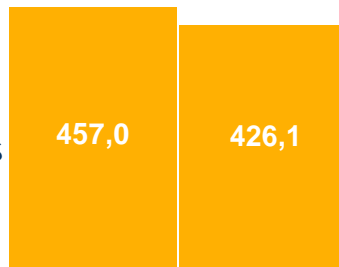
MAGNITUDES FINANCIERAS

T4: fuerte reacción a corto plazo ante los precios en Francia, excelente trimestre para cigarrillos

Total ventas económicas: €888 mn +4,8% +1.5% ex impacto perímetro y tipo de cambio

Cigarrillos

- 6,8%



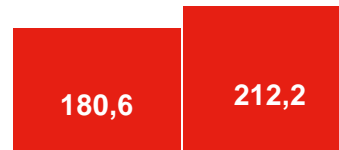
T4'02 T4'03

Cigarros

+ 17,5%

+ 31,5%

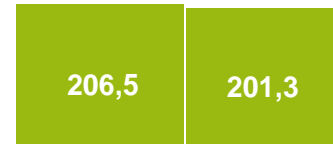
ex impacto dólar



T4'02 T4'03

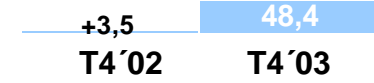
Logística

- 2,5%



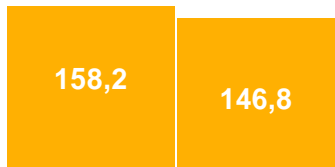
T4'02 T4'03

RTM, otros y ajustes



Ventas Económicas

- 7,2%



T4'02 T4'03

+ 16,8%

+ 40,5%

ex impacto dólar

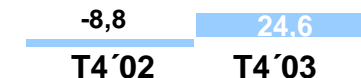


T3'02 T4'03

- 11,0%



T4'02 T4'03



T4'02 T4'03

Ebitda

Total Ebitda : €271 mn + 8,4 % +6.2% ex impacto perímetro y tipo de cambio

Cómo hemos mejorado nuestra rentabilidad en 2003

2002 vs 2003

(€mn)

Ventas económicas: +203

Crecimiento orgánico: +187

Perímetro: +153

Tipo de cambio: -137

Otros: 0

- 5,9%
Crecimiento de volúmenes internacionales, diferentes precios y evolución de volúmenes en Francia
- RTM y Bural
- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

- +5,4%
Precios, mix, control de costes

Crecimiento orgánico: +52

- Reestructuración 2002 y sinergias de la fusión

Reestructuración y Sinergias: +41

- RTM y Bural

Perímetro: +66

- Evolución desfavorable del tipo de cambio del dólar

Tipo de cambio: -52

Otros: 0

Ebitda: +107

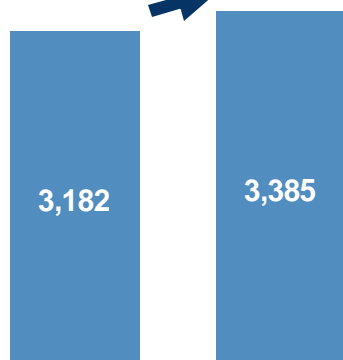
Crecimiento del margen de Ebitda hasta el 31,8%

2002 vs 2003

(€mn)

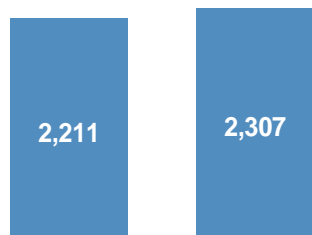
Ventas Económicas

+ 6,4%

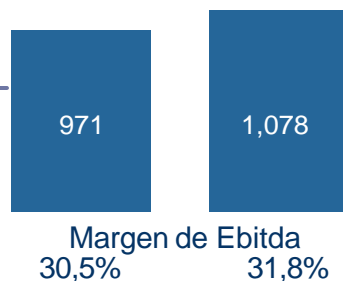


Gastos de Explotación

+ 4,4%

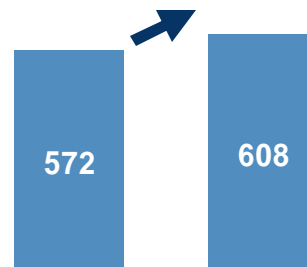


EBITDA
+ 11,0%

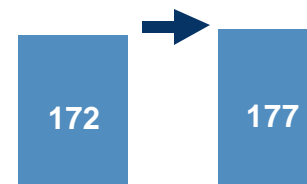


Desglose del EBITDA

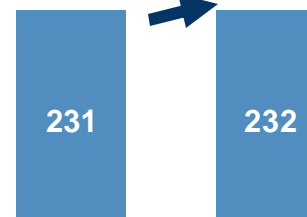
Cigarrillos + 6,3%



Cigarros + 3,2%
+ 24,5% ex impacto dólar



Logística + 0,5%



RTM, Otros y
ajustes n/s



Incremento de las ventas del 1,9% de 1.689 a 1.721 millones de euros
Incremento del margen de Ebitda de 1,4 puntos hasta el 35,3%
Incrementos de cuotas de mercado
Subida de precios
Crecimiento de volúmenes de rubio
Impacto positivo de la reestructuración

Aumento de las ventas del 0,9% (15,0% ex impacto del dólar), de 755 a 762 millones de euros

Incremento del margen de Ebitda de 0,6 puntos hasta el 23,3%
Fuerte aumento de las ventas en EE.UU.
Impacto negativo del dólar
Vuelta a tendencia de crecimiento de Habanos
Efecto positivo de la reestructuración

Incremento de las ventas del 7,4% de 741 a 795 millones de euros

Disminución del margen de Ebitda de 2,0 puntos hasta el 29,2%
Dilución por adquisiciones
Crecimiento orgánico de la logística general
Optimización de costes

Primera consolidación de RTM (2S 2003)

EBITDA: +11,0% hasta €1,078 millones

2002 vs 2003
(€mn)

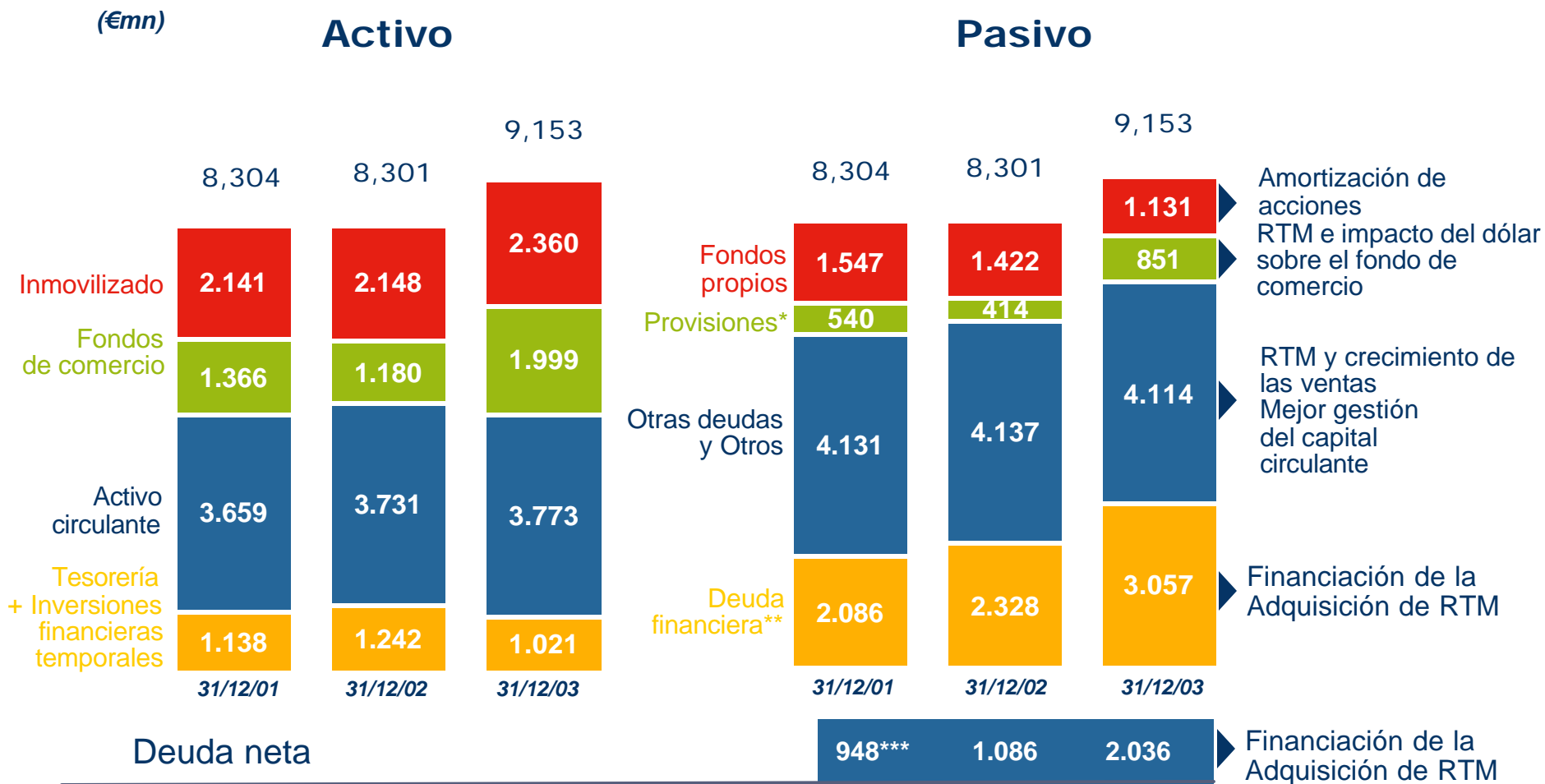
	2002	2003	Variación***
<i>Ventas Económicas</i>	3.182,1	3.385,4	+6,4%
EBITDA*	971,1	1,078,0	+11,0%
<i>EBITA</i>	859,5	954,9	+11,1%
Beneficio de explotación (EBIT)	810,5	915,3	+12,9%
<i>Resultados Financieros</i>	(36,8)	(82,9)	-125,4%
<i>Amortización del Fondo de Comercio</i>	(94,5)	(118,0)	-24,8%
<i>Empresas Asociadas por puesta en equivalencia</i>	26,6	15,7	-40,9%
<i>Resultados Extraordinarios</i>	(32,1)	(250,7)	-681,5%
Beneficios Antes de Impuestos	673,6	479,4	- 28,8%
<i>Impuesto sobre Sociedades</i>	(196,8)	(142,5)	+ 27,6%
<i>Intereses Minoritarios</i>	(41,6)	(43,7)	- 4,8%
Beneficio Neto del Grupo	435,2	293,2	- 32,6%
Beneficio por Acción (en céntimos de euro)	146	101	- 31,0%
Promedio de acciones (millones)**	297,8	290,9	2,3% (reducción)

* Ebitda: Ebit + depreciación y amortización de marcas y otros activos inmateriales

** Promedio de acciones = promedio de (total de acciones – acciones propias)

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

Aumento del balance de situación por la adquisición de RTM



* incluye provisiones + diferencias negativas de consolidación + socios externos

** incluye deudas a corto y largo plazo

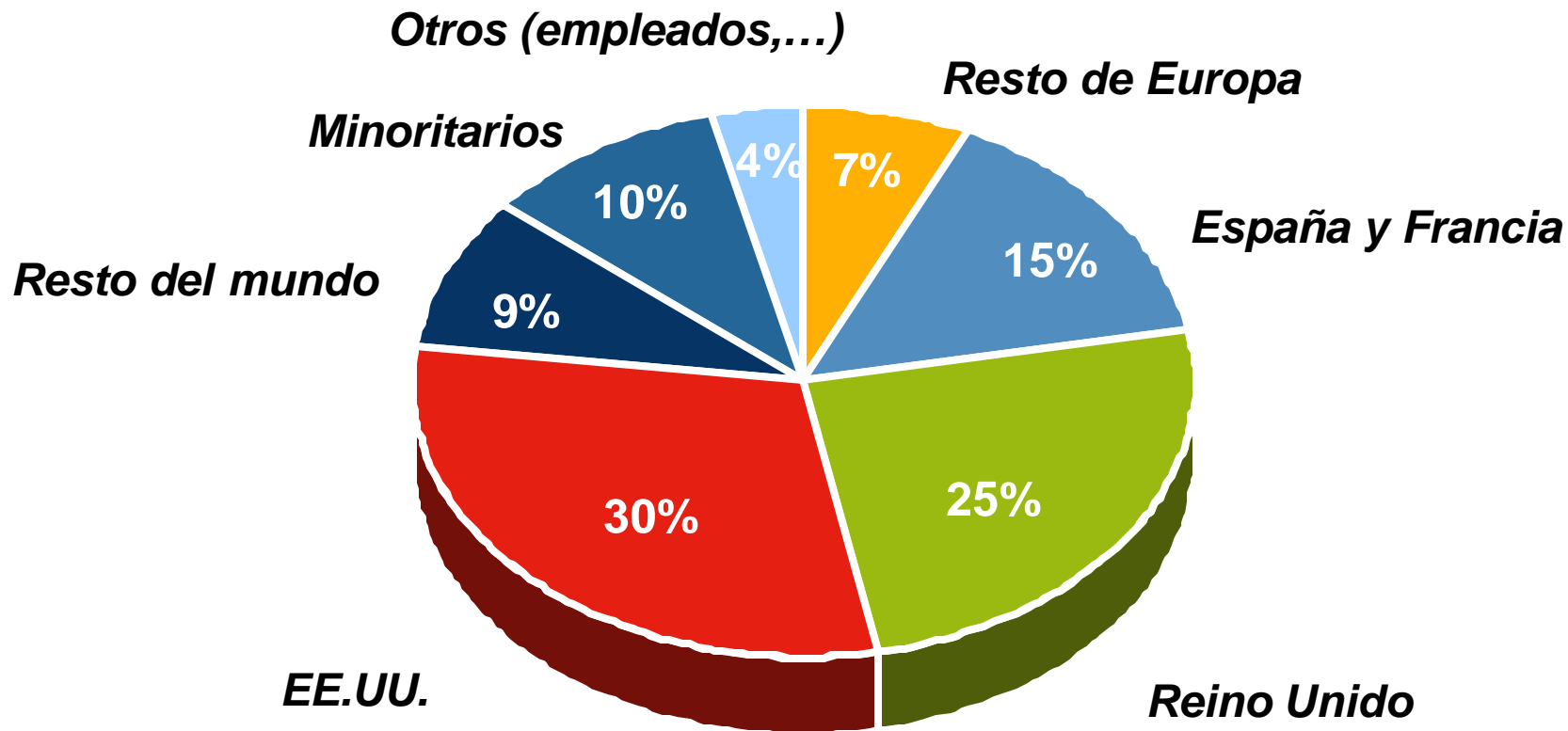
*** incluye titulización de deudas a cobrar a estanqueros por € 537 mn

Un flujo de caja alto y recurrente: flujo de caja libre operativo de € 700 millones

	(€mn)	2002	2003
<i>Ebitda</i>		971	1.078
<i>Diferencias de conversión + Variación capital circulante</i>		(174)	(62)
Flujo operativo (Ebitda + Dif. de conversión + Var. capital circulante)		797	1.016
<i>Pago por impuesto de sociedades</i>		(260)	(160)
<i>Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios</i>		(103)	(40)
Flujo de caja de las actividades ordinarias		434	816
<i>Pagos por inversiones</i>		(137)	(143)
<i>Crédito a los estanqueros</i>		(106)	(24)
<i>Adquisiciones e inversiones financieras</i>		(32)	(1.328)
<i>Ingresos por desinversiones</i>		93	293
Flujo de caja de las actividades de inversión		(182)	(1.202)
<i>Pagos por los intereses financieros</i>		(36)	(80)
<i>Dividendos netos</i>		(200)	(198)
<i>Compra de acciones (de compañías del Grupo)</i>		(188)	(210)
Flujo de caja de las actividades de financiación		(423)	(488)
Cambio neto en caja y equivalentes		(171)	(874)
Posición financiera neta inicial		(948)	(1.086)
<i>Deuda neta de compañías adquiridas</i>		-	(87)
<i>Cambio neto de caja</i>		(171)	(874)
<i>Impacto por fluctuación del tipo de cambio en la deuda bancaria y adquirida</i>		33	11
Posición financiera neta final		(1.086)	(2.036)
Flujo de caja libre operativo*		335	700

* Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – gasto de capital en mantenimiento de activos fijos (€91 mn en 2002 y €132 en 2003) – crédito a los estanqueros

Un accionariado internacional



- Aproximadamente 100 inversores representan el 85% del accionariado institucional
- Más de 200.000 accionistas minoritarios

Nota: cifras estimadas

CONCLUSIÓN



Crear valor para nuestros accionistas

- Potencial de crecimiento, en ventas y resultados.
- Transparencia e información relevante facilitada al mercado .
- Política de dividendos: incrementar regularmente el dividendo con una política de distribución de resultados de alrededor del 50%, como referencia. En 2004 se pagará un dividendo de 80 céntimos de euro por acción, que supone un incremento del 14,3% y un *payout* superior al 50%.
- Mejora del apalancamiento financiero tras completarse el proceso de adquisición de RTM.
- Recompra y amortización de acciones de compañías del Grupo. En junio, la Junta General de Accionistas amortizó un 4,9% y autorizó una nueva recompra de otro 5%. Recompra de aproximadamente un 2,5% prevista para antes de junio de 2004.
- Potencial para adquisiciones: conocimiento y capacidad financiera para realizar adquisiciones de importancia estratégica y creadoras de valor.



Anexos



Anexos

- Calendario Corporativo - Contactos
- Reorganización
- Gobierno corporativo
- Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados
- Mercados totales de cigarrillos español y francés
- Ventas de cigarrillos negros y picaduras
- Gauloises Blondes y Fortuna en Europa Occidental
- Ventas de cigarros de Altadis por mercados
- Evolución de los fondos propios
- Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- Escasas contingencias no recogidas en el balance
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

23 de marzo de 2004	Pago del dividendo a cuenta
Mayo 2004	Informe Anual
13 de mayo de 2004	Resultados primer trimestre 2004
15 de junio de 2004	Junta General de Accionistas (Madrid)
16 de junio de 2004	Reunión de Accionistas (París)
22 de junio de 2004	Pago del dividendo complementario
31 de agosto de 2004* (fecha provisional)	Resultados primer semestre 2004
10 de noviembre de 2004 (fecha provisional)	Resultados 9 primeros meses 2004
16 de febrero de 2005 (fecha provisional)	Resultados anuales 2004

* fecha actualizada

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

CONTACTOS

Stanislas VRLA

Director de Relaciones con Inversores

Teléfono: 33 1 44 97 62 21

Fax: 33 1 44 97 66 27

E-mail: stanislas.vrla@altadis.com

Pedro ALONSO DE OZALLA

Director Adjunto de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 92 91

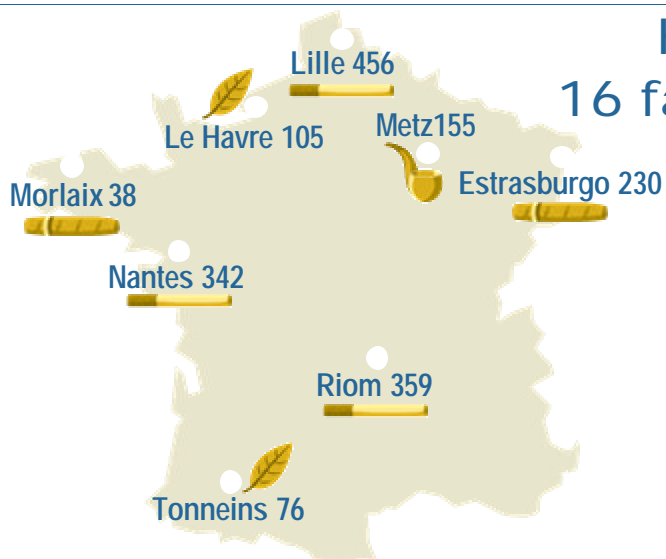
E-mail: paozalla@altadis.com

Situación actual y después de la reorganización

Objetivo
10 fábricas



Hoy
16 fábricas



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

Nota: los mapas no muestran el cierre propuesto de otras 3 dependencias (logística y unidades técnicas)

Gobierno corporativo

- Desde la creación de Altadis y actualizado el 7 de mayo de 2003, para recoger las últimas recomendaciones
 - Comisión de Auditoría y Control
 - Comisión de Nombramientos y Retribuciones
 - Código ético de conducta interno

- Auditores:
 - Altadis, Altadis USA y Logista: Deloitte & Touche
 - Seita: Deloitte & Touche y BFA (Ernst and Young)

- Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales

- Calificación financiera por Standard & Poor's: A- (*perspectiva negativa*) y Moody's: Baa1 (*perspectiva estable*)

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

- Un informe sobre Gobierno Corporativo incluido en el Informe Anual de 2002

Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

	31/12/02	31/12/03	Var. %
VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)			
Rubio	62,9	64,6	+2,8%
Negro	28,6	24,6	-14,0%
Picaduras	3,8	3,6	-4,5%
Total	95,3	92,8	-2,5%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)			
Gauloises Blondes	18,9	19,7	+4,4%
Fortuna	19,0	19,7	+3,5%
Rubio	37,9	39,4	+4,0%
Ducados	14,1	13,0	-7,3%
Gauloises Brunes	8,5	6,7	-21,4%
Negro	22,5	19,7	-12,6%

	31/12/02	31/12/03	Var. %
VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)			
España	37,8	36,8	-2,8%
Francia	26,1	22,5	-13,9%
Alemania	7,7	7,7	-0,4%
Polonia	9,7	8,4	-13,6%
Resto de Europa	6,6	8,1	+25,1%
Resto del Mundo	7,4	9,3	+26,8%
Total	95,3	92,8	-2,5%

VENTAS POR MERCADOS (millones de euro)			
España	591	629	+6,5%
Francia	572	540	-5,7%
Alemania	160	161	+0,4%
Polonia	71	58	-19,0%
Resto de Europa	123	150	+22,6%
Resto del Mundo	107	120	+12,5%
Otras Ventas	65	63	n.s.
Total	1.689	1.721	+1,9%

Mercados totales de cigarrillos español y francés: evoluciones diferentes

(Volumen en bn unidades,
valor en €mn)

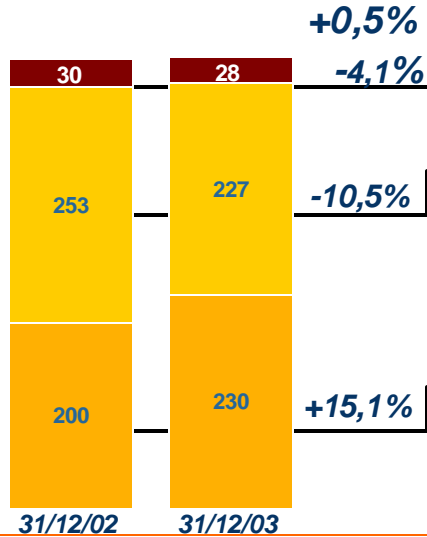
		31/12/02	31/12/03	Var. %
MERCADO TOTAL ESPAÑOL				
Volumen	Rubio	73,1	76,4	+4,4%
	Negro	18,1	15,9	-12,1%
	Total	91,2	92,3	+1,2%
Valor	Rubio	1.452	1.545	+6,4%
	Negro	223	242	+8,8%
	Total	1.675	1.787	+6,7%
MERCADO TOTAL FRANCÉS				
Volumen	Rubio	69,1	60,9	-11,8%
	Negro	11,4	8,7	-23,7%
	Picaduras	7,0	7,0	+0,5%
	Total	87,5	76,6	-12,4%
Valor	Rubio	1.824	1.691	-7,3%
	Negro	251	225	-10,7%
	Picaduras	138	152	+10,2%
	Total	2.213	2.068	-6,6%

Nota: Datos en valor no incluyen la tarifa de distribución. Las ventas de picaduras en España no son significativas

Ventas de cigarrillos negros y picaduras: las ventas crecen a pesar de la caída de volúmenes

Cigarrillos negros

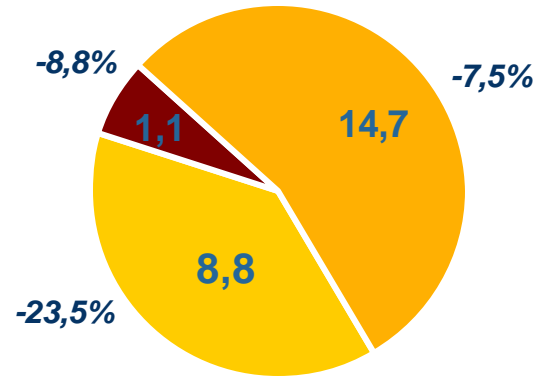
Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (bn unidades)

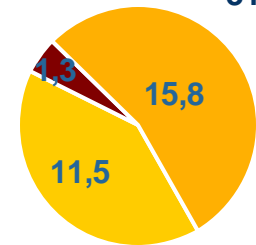
Total: 24,6 (-14,0%)

31/12/03



Total: 28,6

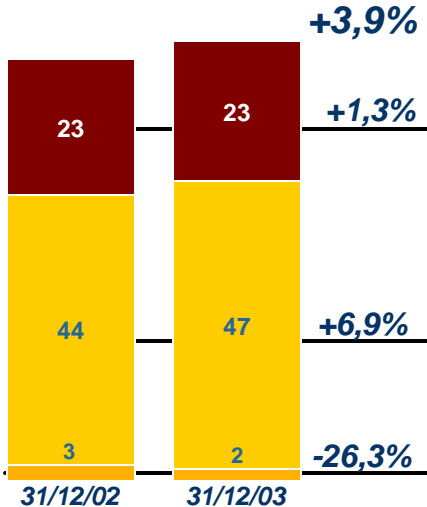
31/12/02



■ España ■ Francia ■ Internacional

Picaduras

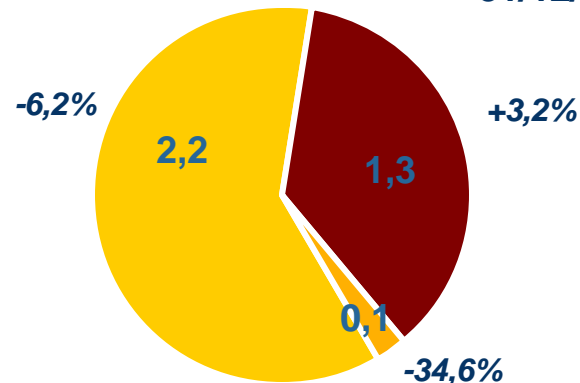
Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



Volumen (bn unidades)

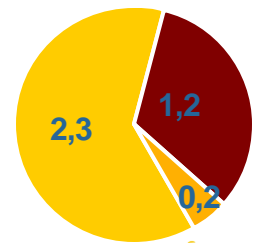
Total: 3,6 (-4,5%)

31/12/03



Total: 3,8

31/12/02



Gauloises Blondes y Fortuna en Europa Occidental: 35,1 billones de unidades y creciendo

GAULOISES BLONDES

15,3 bn unidades (-3,4%)

€332mn (-0,3%)

Cuota de mercado 3,3%*

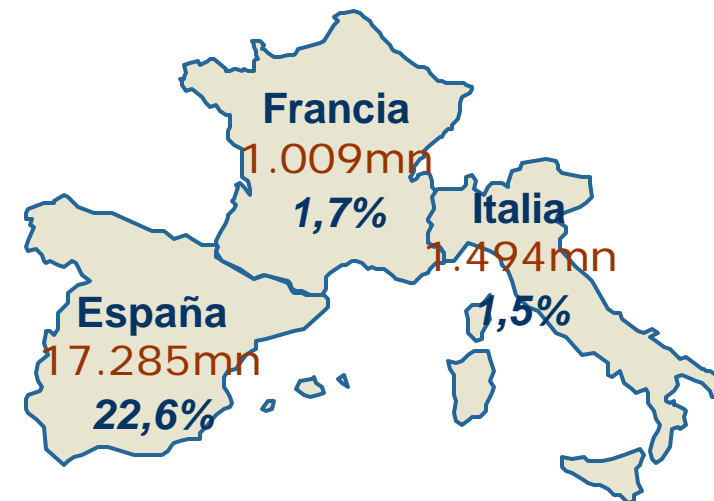
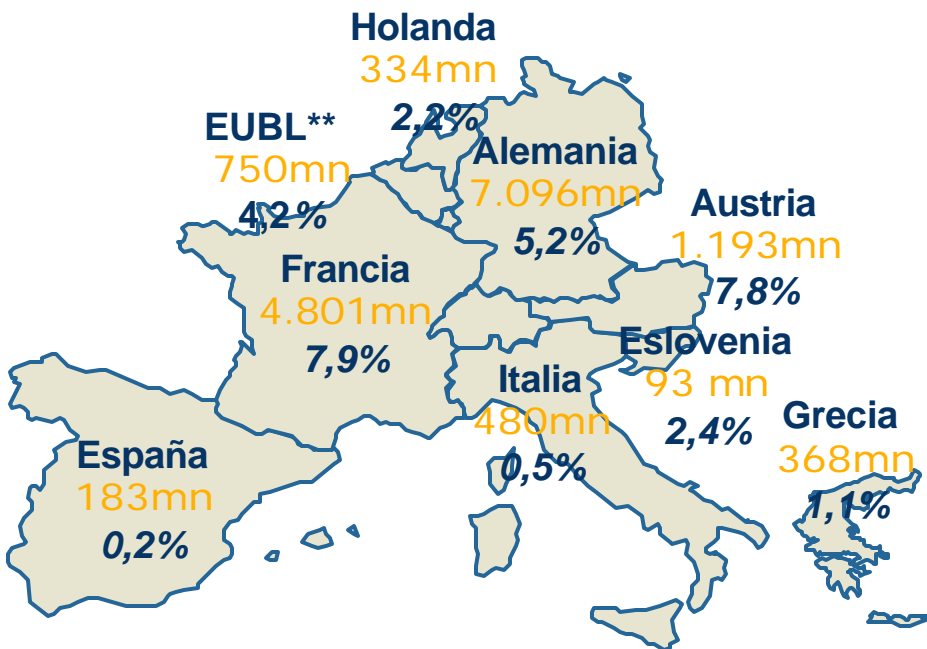
FORTUNA

19,8 bn unidades (+2,7%)

€359mn (+3,4%)

Cuota de mercado 8,3%*

2003

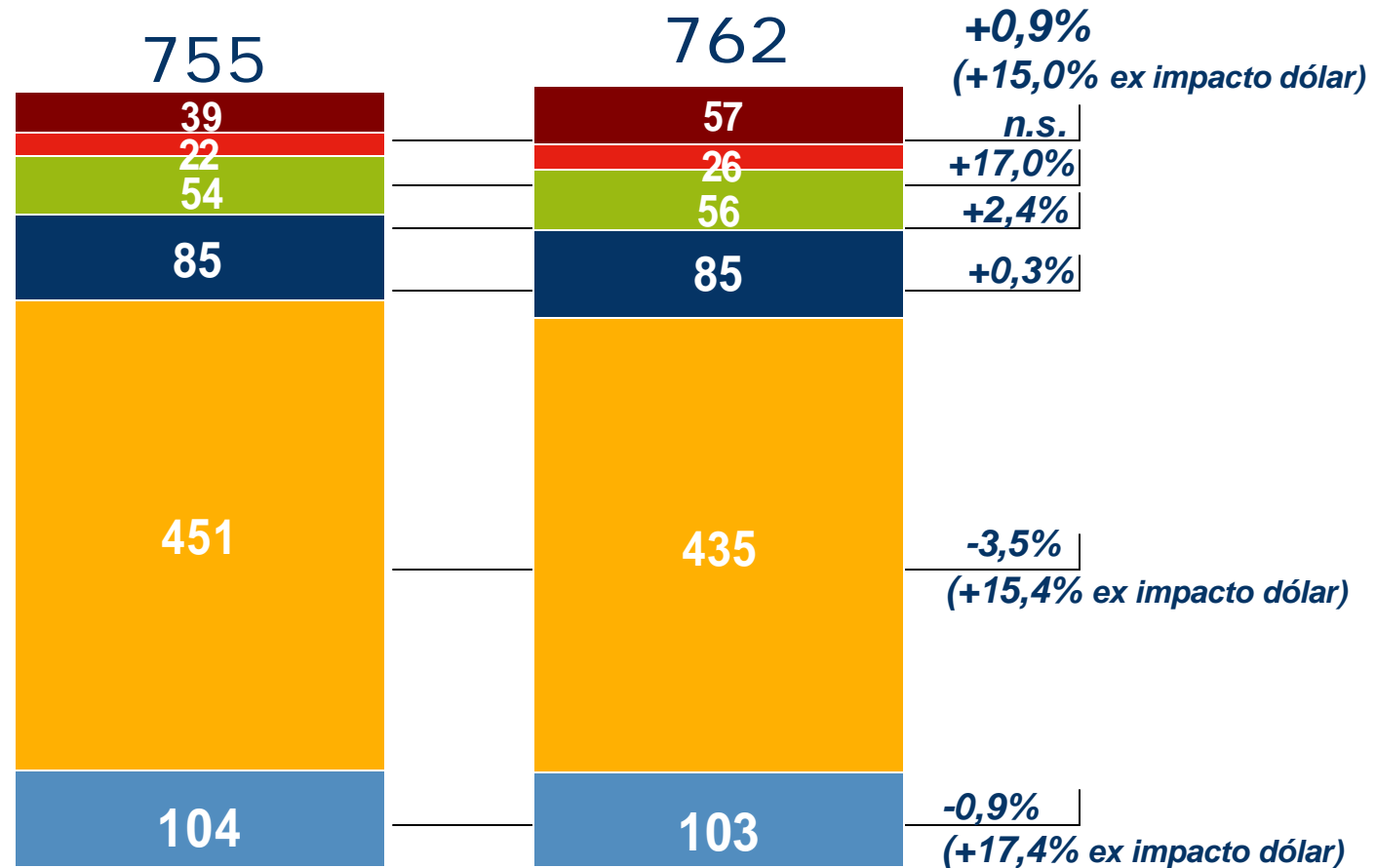


* Cuota de mercado estimada para el perímetro reflejado en el mapa

** Unión Económica de Bélgica y Luxemburgo

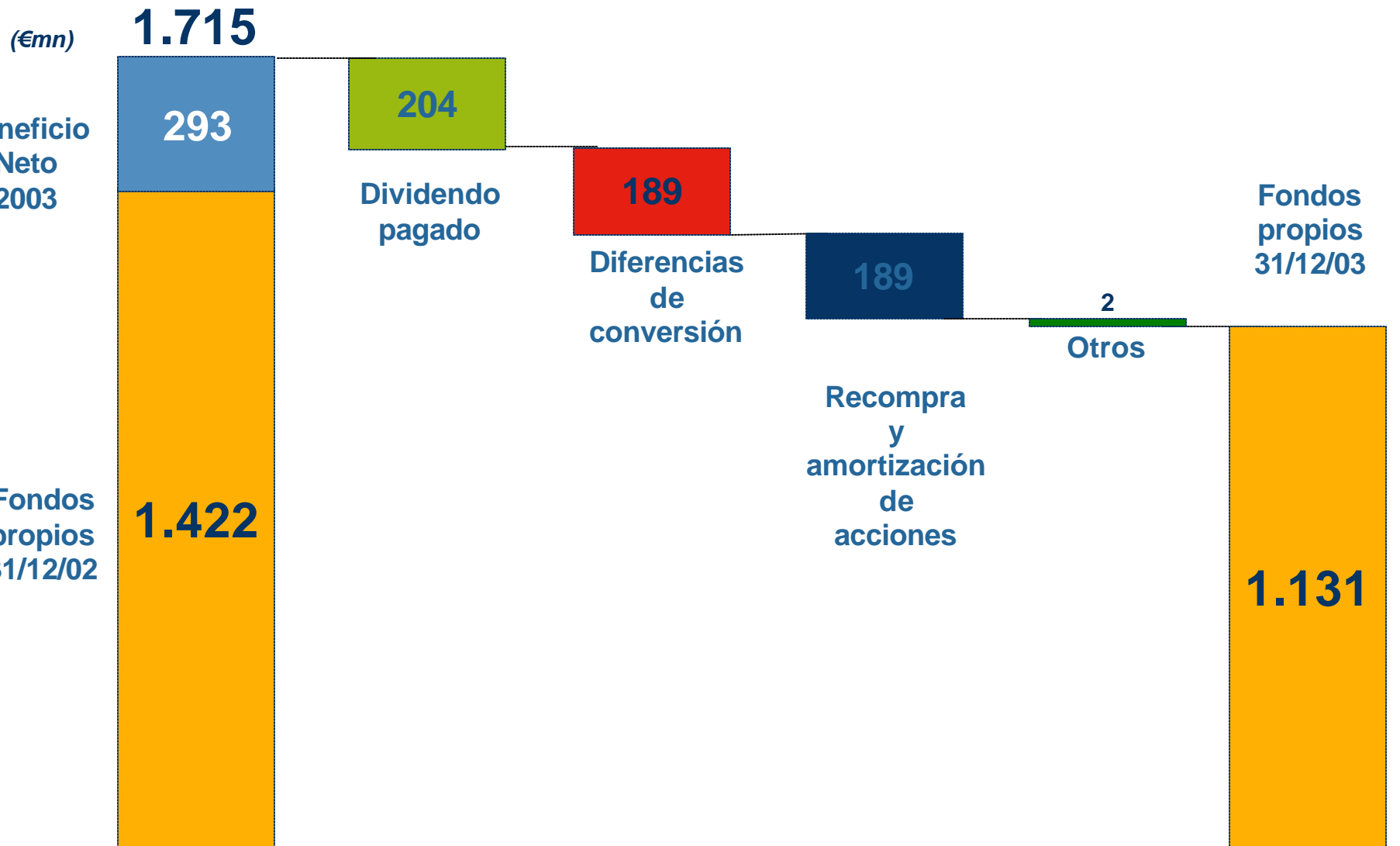
Ventas de cigarrillos de Altadis por mercados: fuerte crecimiento del 15,0% excluyendo el impacto USD

Valor (€mn) y Crecimiento 2002-2003



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

Fondos propios de € 1.131 mn por el pago del dividendo, la amortización de acciones y las diferencias de conversión



Exposición limitada al tipo de cambio del dólar

A

Actividad en la zona del euro

Exposición neta: USD - 115 mn

(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta: USD + 205 mn

(contribución al Ebitda del Grupo)

El impacto del dólar en la cuenta de resultados, aunque reducido, ha aumentado por el desarrollo de las ventas en USD

B

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

Escasas contingencias no recogidas en el balance

- *Equity swap* para el plan de stock-options por € 173 millones
- Tipos de interés (*swaps*):
 - 3,44% para €537 millones (2003)
 - 1,97% para €450 millones (2004)
 - Interés variable para €500 millones (2003-2013)
 - 1,73% para USD 84 millones (2003)
- Tipos de interés (*caps*):
 - 4,00% para €250 millones (2003-2008)
 - 3,76% para €200 millones (2003-2008)
- Tipos de cambio (*hedges*):
 - Futuro de venta de USD 265 millones a \$1,16/€ (2004)
 - Futuro de compra de USD 67 millones a \$1,17/€ (2004)
- Marruecos: opción de compra/venta para el 20% restante de *Régie des Tabacs* por aproximadamente € 323 mn en 2007/2008
- Otros:
 - Aval (*comfort letter*) por un crédito bancario concedido a Habanos de € 130 millones, del cual el 50% ya está incluido en el balance de situación de Altadis
 - Contrato de arrendamiento a largo plazo de oficinas centrales de Paris
 - La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas

El riesgo de litigios es limitado

SITUACIÓN DE ALTADIS:

- Casos en curso: 8 demandas individuales + 2 de asociaciones de personas con laringectomía + Junta de Andalucía + CPAM Saint Nazaire
- 18 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- En la demanda de la Junta de Andalucía, el Tribunal de Primera Instancia ha dictaminado la necesidad de incluir al Estado en el proceso, por lo que éste deberá volver al Tribunal Contencioso-Administrativo. Se prevé que la Junta de Andalucía recurra esta decisión.
- Las sentencias favorables son a menudo tajantes

FACTORES CLAVE Y, CONCRETAMENTE, LA AUSENCIA DE:

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

distinguen de manera fundamental la legislación en Europa continental y EEUU, lo que conduce a un tipo y nivel de riesgo totalmente diferente

Datos trimestrales

VENTAS ECONÓMICAS

(€mn)

	T1	T2	T3	T4	2002	T1	T2	T3	T4	2003
Cigarrillos	374,4	438,3	419,1	457,0	1.688,8	406,5	472,9	415,2	426,1	1.720,7
Cigarros	173,5	201,3	199,8	180,6	755,2	163,2	193,1	193,8	212,2	762,3
Logística	156,1	194,1	184,0	206,5	740,7	192,7	201,5	199,7	201,3	795,2
Otros y ajustes	1,8	-0,8	-7,2	3,5	-2,6	-11,1	-25,6	95,5	48,4	107,2
Total	705,8	833,0	795,6	847,5	3.182,1	751,3	841,9	904,2	888,0	3.385,4

EBITDA

(€mn)

	T1	T2	T3	T4	2002	T1	T2	T3	T4	2003
Cigarrillos	119,3	143,0	151,1	158,2	571,7	142,4	169,2	149,4	146,8	607,8
Cigarros	35,4	48,3	51,6	36,5	171,8	36,6	46,0	52,0	42,6	177,2
Logística	50,5	57,4	58,9	64,3	231,1	54,2	58,7	62,0	57,3	232,2
Otros y ajustes	5,0	-1,6	1,9	-8,8	-3,5	-9,5	-8,3	54,0	24,6	60,8
Total	210,2	247,1	263,5	250,2	971,1	223,7	265,6	317,4	271,3	1.078,0

Nota: RTM está incluida en "Otros y ajustes" desde T3'03