



Resultados

Anuales 2006



Jueves , 22 de febrero de 2007

www.altadis.com

Índice

■ Principales magnitudes de 2006	página	3
■ Reorganización Corporativa	página	7
■ Reestructuración	página	8
■ Cigarrillos	página	11
■ Cigarros	página	22
■ Logística	página	30
■ Magnitudes financieras	página	35
■ Conclusión	página	41
■ Anexos	página	43

Información sobre la acción y los bonos

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

Bonos : Vencimiento 02/10/08 - ES017683730 (Reuters) / Isin XS0176837309 (Bloomberg)
Vencimiento 02/10/13 - ES017683837 (Reuters) / Isin XS0176838372 (Bloomberg)
Vencimiento 11/12/15 - ES023695120 (Reuters) / Isin XS0236951207 (Bloomberg)

Principales magnitudes de 2006

Millones de euros

	2005	2006	Var. 06-05
Ventas económicas	4.112	3.970	-3,4%
EBITDA	1.232	1.148	-6,8%
Beneficio Neto	577	453	-21,5%
BPA (céntimos de euro) ⁽¹⁾	212	175	-17,5%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) ⁽²⁾	267	243	-9,3%
	Plantilla	27.437	

(1) BPA básico y diluido coinciden.

(2) Beneficio líquido: Benéfico neto + Depreciación y amortización (netas de impuestos) + cargo por deterioro de activos (neto de impuestos) + Beneficios fiscales, netos de minoritarios, registrados en el Balance de situación procedentes de la deducibilidad fiscal de la amortización de fondos de comercio.

Principales acontecimientos de 2006: Los aumentos de los impuestos especiales del tabaco en España afectan a los resultados

- Ventas económicas (-3,4%) y Ebitda (-6,8%) han estado en línea con las expectativas de la Compañía
- Los resultados del negocio de Cigarrillos se han visto perjudicados por el incremento de impuestos especiales del tabaco en España
- El negocio de Cigarros ha aumentado significativamente su rentabilidad (Ebitda +10,8%), principalmente por el mercado USA y Cigarros Habanos
- El negocio de Logística ha obtenido unos buenos resultados en tabaco en Italia y Marruecos y en la logística general
- Ahorros importantes de costes obtenidos durante 2006 que han compensado parcialmente la caída de rentabilidad del mercado español
- El beneficio neto ha alcanzado 453 millones de euros (-21,5%), el BPA 175 céntimos de euro (-17,5%) y el BPA líquido⁽¹⁾, 243 céntimos de euro (-9,3%), todos ellos influidos por unas importantes partidas no recurrentes, con un importe neto de -91 millones de euros (fundamentalmente costes de reestructuración)
- Elevado flujo de caja libre operativo, 951 millones de euros, y también alto flujo de caja por la venta de activos (280 millones de euros)

(1) *Beneficio líquido: Beneficio neto + Depreciación y amortización (netas de impuestos) + cargo por deterioro de activos (neto de impuestos) + Beneficios fiscales, netos de minoritarios, registrados en el Balance de situación procedentes de la deducibilidad fiscal de la amortización de fondos de comercio.*

Cuarto trimestre de 2006

<i>Millones de euros</i>	T4 2005	T4 2006	Var. 06-05
Ventas económicas	1.072	1.029	-4,0%
EBITDA	323	283	-12,4%
Beneficio Neto	154	114	-25,9%
BPA (céntimos de euro) ⁽¹⁾	57	45	-22,1%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) ⁽²⁾	71	60	-15,8%

(1) BPA básico y diluido coinciden.

(2) Beneficio líquido: Benéfico neto + Depreciación y amortización (netas de impuestos) + cargo por deterioro de activos (neto de impuestos) + Beneficios fiscales, netos de minoritarios, registrados en el Balance de situación procedentes de la deducibilidad fiscal de la amortización de fondos de comercio.

Líder en las tres líneas de negocio del Grupo

bn = mil millones

Cigarrillos
Operador clave en
Europa Occidental

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

Cigarros
Líder mundial

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

Logística
Un modelo
único de negocio

Más de 450.000 puntos de
venta en Europa Occidental y
Marruecos

118,6 bn de cigarrillos⁽¹⁾
(-12,3%)

3.281 mn cigarros
(-4,6%)

Ingresos de €10.481 mn
(-2,1%)

**Ventas
Económicas⁽²⁾**
(variación)

€1.693 mn (-14,5%)

€888 mn (+0,4%)

€1.191 mn (+3,8%)

⁽¹⁾ Incluye 6,2 bn de cigarrillos de marcas concedidas bajo licencia a terceros.

⁽²⁾ La diferencia para alcanzar las ventas totales del Grupo se descompone en:
Otros: €210 mn (€162mn en 2005) y Eliminaciones: €-12 mn (€-61 mn en 2005).

Reorganización corporativa en Altadis

■ Dos proyectos

- Segregación de las actividades de distribución en Francia con vistas a proponer su integración en el Grupo Logista
- Simplificación de la estructura legal de cigarros USA agrupándolos bajo una misma entidad legal

■ Objetivos precisos

- Aumentar la visibilidad en distribución para facilitar la expansión y diversificación
- Fortalecer la estructura financiera de la empresa y su habilidad para ejecutar su política financiera
- Mejorar el perfil del Grupo en los mercados financieros

■ Proyectos que no afectan al empleo

■ Plazo

- Proyecto sometido a consulta con los trabajadores



Estos proyectos muestran la determinación del Grupo a optimizar todos los elementos operativos, legales y financieros para mejorar y reforzar la posición del Grupo

Los ambiciosos programas de ahorro de costes por valor de 215 millones de euros para el periodo 2006-2008 progresan rápidamente

- **Programa de reestructuración industrial actual, iniciado antes de 2006 (plan I): aportará 64 millones de euros**
 - Se han generado 49 millones de euros de ahorros en 2006 y se generarán 15 millones de euros más en los próximos años (3 millones de euros en 2007 y 12 millones de euros en 2008)
 - Aplicación finalizada en Marruecos desde diciembre de 2004, en Francia desde septiembre de 2005 y en proceso en España
 - En Europa, aproximadamente 1.500 personas abandonarán la compañía (1.167 ya lo han hecho a finales de 2005)
 - El coste total, excluyendo Marruecos, de aproximadamente 277 millones de euros, ya fue contabilizado en años anteriores
- **Plan de reducción de costes en 2006 de 91 millones de euros: ya culminado**
- **Nuevo programa de reestructuración (plan II), iniciado en febrero de 2006: generará 60 millones de euros**
- **El calendario de ahorros esperados es:**

Millones de euros	2006 (*)	2007 E	2008 E
Total	145	46	24
Plan de reestructuración I	49	3	12
Plan de reducción de costes	91	-	-
Plan de reestructuración II	5	43	12

Programa de reducción de costes en 2006 de 91 millones de euros

- **Como reacción ante:**

- El fuerte descenso de la rentabilidad en el mercado español
- Las nuevas regulaciones que afectan a la publicidad y promoción del tabaco

- **Con el objeto de limitar el impacto negativo en los resultados de Altadis**

- **El 1 de febrero de 2006 comenzó un programa de reducción de costes**

- **Este programa proporciona unos ahorros de 91 millones de euros, sin coste añadido, y en su mayoría recurrentes.**

- **Principales ahorros:**

- Gastos comerciales y de promoción (más de 55 millones de euros)
- Servicios externos (10 millones de euros)
- Proyectos (sistemas informáticos, procesos, ...) que serán ejecutados más adelante (cerca de 10 millones de euros)
- Otros (más de 10 millones de euros)

Nuevo programa de reestructuración (plan II) anunciado el 14 de febrero de 2006

- **Altadis necesitaba ajustar su estructura corporativa así como la de las Unidades de negocio, sus centros de I+D y la infraestructura logística en Francia**
- **Este programa de reorganización se está aplicando en ambos países, España y Francia**
- **El programa comprende:**
 - La agrupación de todas las funciones corporativas en una sola ubicación (Madrid)
 - La agrupación de la Dirección de cada Unidad de negocio en una única ubicación
 - El cierre del centro de I+D de Tres Cantos (Madrid)
 - El cierre del centro de distribución de París Norte
- **Todo ello generará ahorros por valor de 56 millones de euros en Altadis y 4 millones de euros adicionales provendrán de Logista. El coste estimado de este programa es de 86 millones de euros ya contabilizados en 2006**

CIGARRILLOS

Internacionalización



Cigarrillos: principales magnitudes de 2006

<i>Millones de euros</i>	2005	2006	Var. 06-05
Volumen (bn unidades)	135⁽¹⁾	119⁽¹⁾	-12,3%
Ventas económicas	1.979	1.693	-14,5%
Costes	1.311	1.169	-10,8%
EBITDA	668	524	-21,5%
Margen de EBITDA	33,7%	31,0%	-2,7 puntos

(1) Incluyen 6,5 bn y 6,2 bn de cigarrillos en 2005 y 2006, respectivamente, de marcas concedidas bajo licencia a terceros.

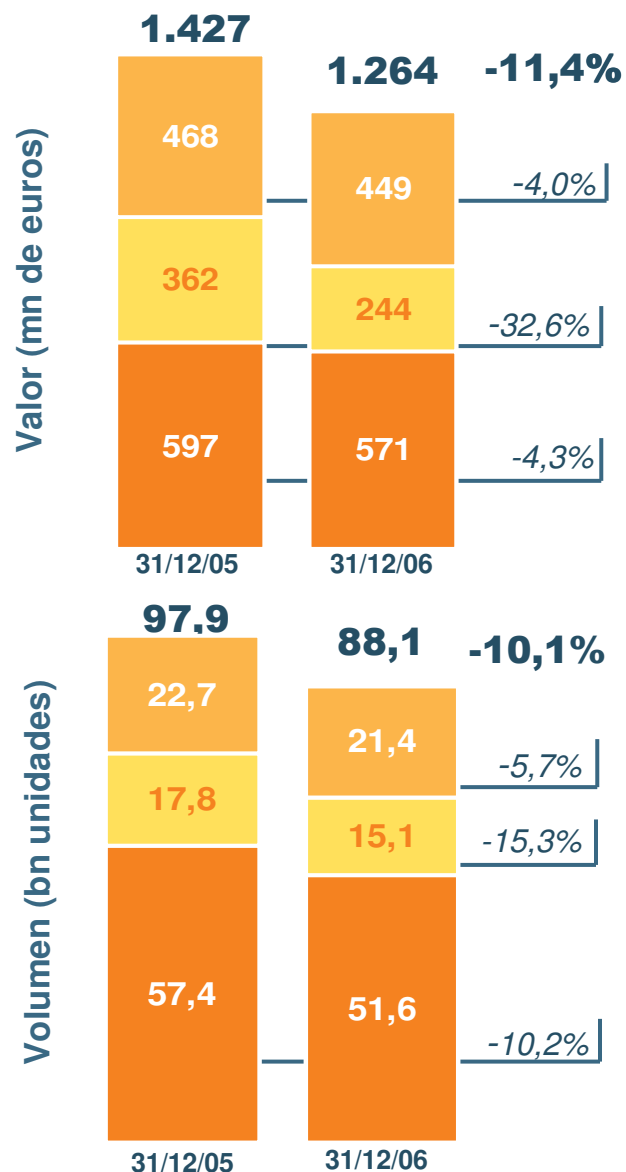
Cigarrillos: principales acontecimientos de 2006

- Las dos subidas de los impuestos especiales del tabaco en España han dañado la rentabilidad de los fabricantes. La subida de precios al final de 2006 mejora la perspectiva de 2007
- Nuevas restricciones para el consumo, publicidad y venta de productos tabaqueros en España
- Reducción del volumen total en algunos mercados europeos clave como España (-1,9%) y Alemania (-3,9%) y ligera recuperación de volúmenes en Francia (+1,6%)
- Magníficos resultados en Marruecos con todos los factores clave mostrando una dinámica positiva. Buenos resultados en el resto de Europa
- Reducción de la inversión comercial en línea con el plan de ahorro de costes

Estrategia de cigarrillos: incrementar la internacionalización

- Capitalización de las marcas principales del Grupo, Gauloises, Fortuna y Gitanes
 - ➔ Globalización de Gauloises en el segmento sub-premium.
 - ➔ Desarrollo regional de Fortuna (en el segmento medio-bajo) y Gitanes
- Uso táctico de otras marcas fuertes, bien localmente, bien en un segmento específico (Balkan Star, Marquise, Ducados Rubio, News, Nobel, ...)
- Reforzamiento en mercados a los que Altadis se ha incorporado recientemente: Marruecos y Rusia, y ampliación del alcance a través de alianzas
- Entrada en el segmento clave de super-premium: Montecristo
- Política activa de reducción de costes y continuación de la estrategia de rentabilización “cash cow” para los cigarrillos negros

Ventas de cigarrillos rubios: Gauloises sufre una ralentización temporal y Fortuna hace frente a un difícil mercado español



■ Gauloises Blondes:

Ha estado afectado por condiciones difíciles en mercados clave

■ Fortuna:

- Caída de cuota de mercado y rentabilidad en España; con ligera recuperación desde febrero
- Cuota de mercado de rubios del 2,7% en Francia y del 8,1% en Marruecos

■ Gitanes, una marca totalmente internacional.

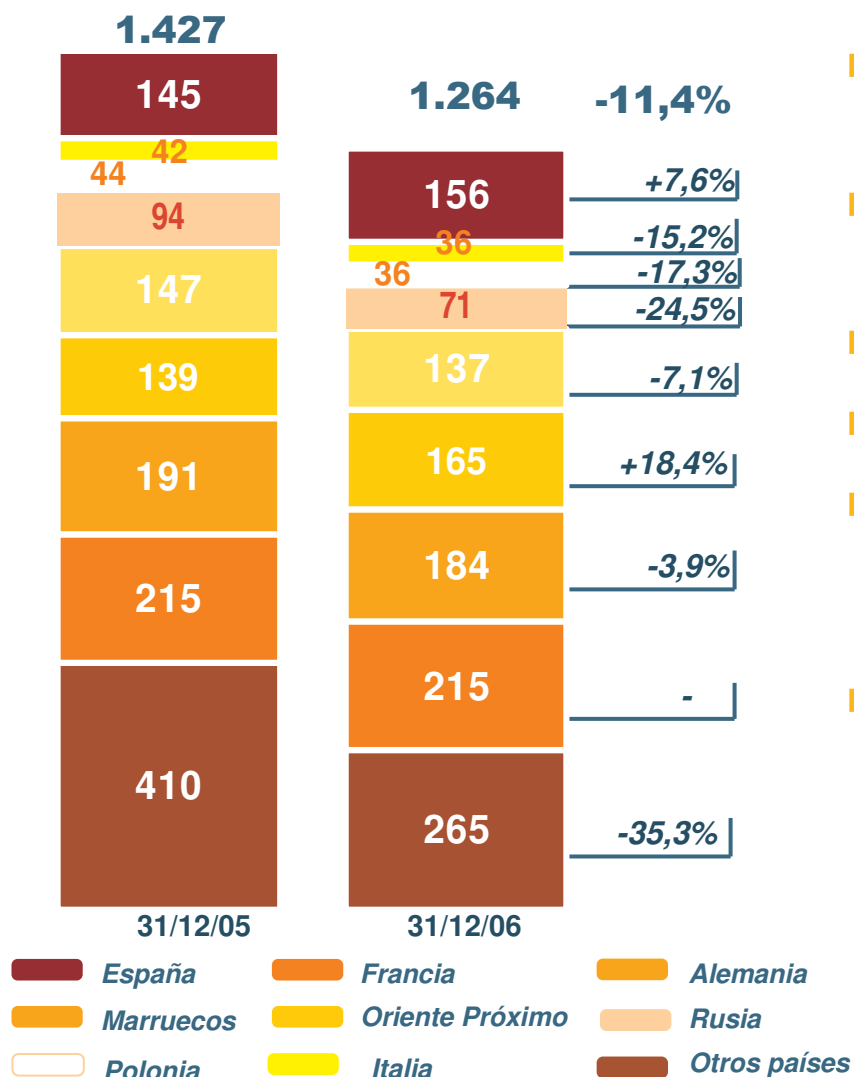
■ Marquise, en Marruecos, aumenta su cuota de mercado de rubios hasta el 74,3%

■ Balkan Star en Rusia, una marca táctica clave

■ Ducados Rubio, una marca consolidada en el mercado español, que mejora el portafolio

Cigarrillos rubios: Marruecos obtiene excelentes resultados. Difícil entorno de precios en España

Valor (Millones de euros)



- **España:** los incrementos de impuestos especiales y el *mix* erosionan las ventas
- **Francia:** Evolución positiva del mercado.
- **Alemania:** el mercado total disminuye
- Excelentes resultados en **Marruecos**.
- **Orientes Próximo:** Centrados en la reorganización de los flujos logísticos en un entorno político complicado
- **Rusia:** Difícil entorno para las marcas locales. Las marcas internacionales de Altadis comienzan a despegar

Cuotas de rubio en Europa

(Volumen en billones de unidades)		2005	2006	Var.
España				
Volumen		21,2	20,1	-5,4%
Cuota de mercado		26,9%	25,3%	-1,6
Francia				
Volumen		9,2	9,2	-
Cuota de mercado		18,6%	18,0%	-0,6
Alemania				
Volumen		6,1	5,7	-6,1%
Cuota de mercado		6,1%	5,9%	-0,2
Italia				
Volumen		1,8	1,6	-11,2%
Cuota de mercado		2,0%	1,6%	-0,4
Austria				
Volumen		1,1	1,0	-4,6%
Cuota de mercado		8,6%	7,9%	-0,7
Polonia				
Volumen		6,4	5,5	-14,1%
Cuota de mercado		8,6%	7,6%	-1,0
Bélgica y Luxemburgo				
Volumen		1,1	1,1	-3,2%
Cuota de mercado		5,9%	6,3%	+0,4

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

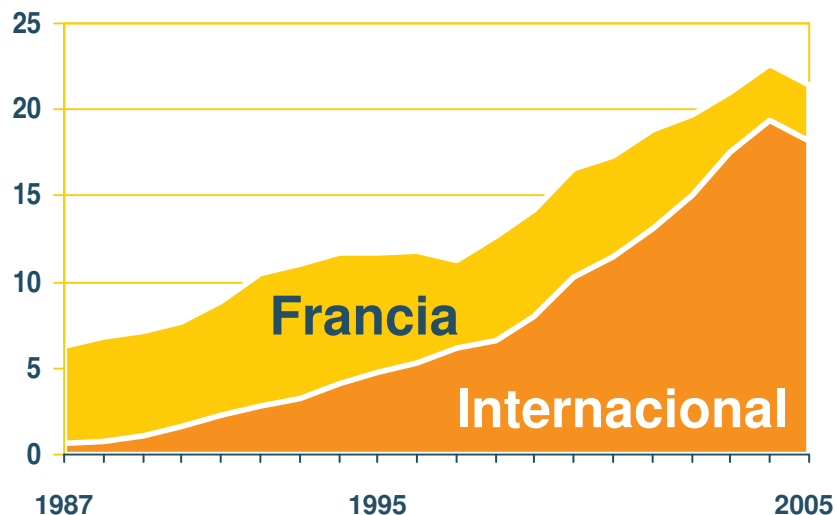
Gauloises Blondes: una marca internacional estratégica

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



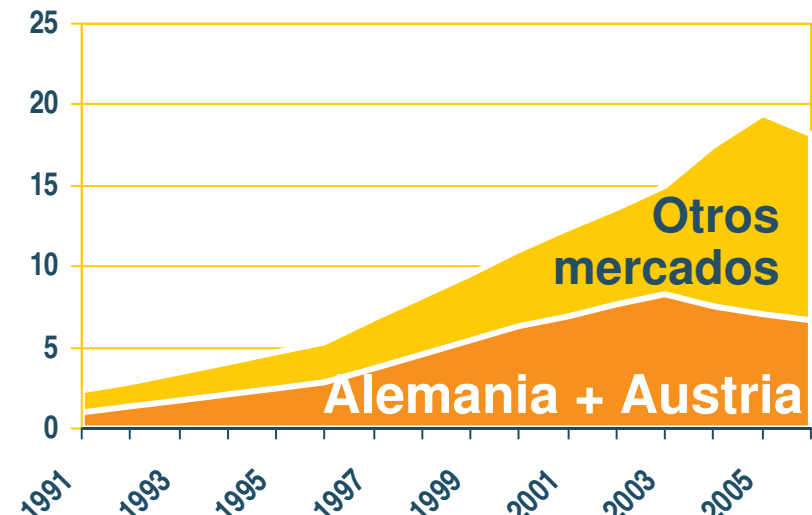
Gauloises Blondes en el mundo

(bn unidades)



Gauloises Blondes fuera de Francia

(bn unidades)



Las ventas internacionales de Gauloises Blondes sufren una ralentización temporal

(Volumen en millones de unidades)
(Ventas en millones de euros)

	2003	2004	2005	2006	Var. % 06-05	TAM (06-03)
Alemania						
Volumen	7.096	6.420	6.015	5.657	-6,0%	-7,3%
Ventas	148,8	180,6	189,8	182,7	-3,7%	+7,1%
Otros países europeos						
Volumen	4.176	3.973	3.986	3.869	-2,9%	-2,5%
Ventas	78,0	90,1	94,8	91,8	-3,2%	+5,6%
Oriente Próximo						
Volumen	1.671	5.501	8.217	7.839	-4,6%	+67,4%
Ventas	19,8	62,7	88,8	84,0	-5,3%	+61,9%
Otros países						
Volumen	2.060	1.600	1.171	822	-29,8%	-26,4%
Ventas	26,7	24,1	19,0	16,2	-15,2%	-15,5%
Total (sin incluir Francia)						
Volumen	15.003	17.494	19.389	18.187	-6,2%	+6,6%
Ventas	273,3	357,5	392,4	374,7	-4,5%	+11,1%

Nota: Las ventas de 2003 están contabilizadas según principios contables españoles. Las de 2004 , 2005 y 2006 según NIIF.

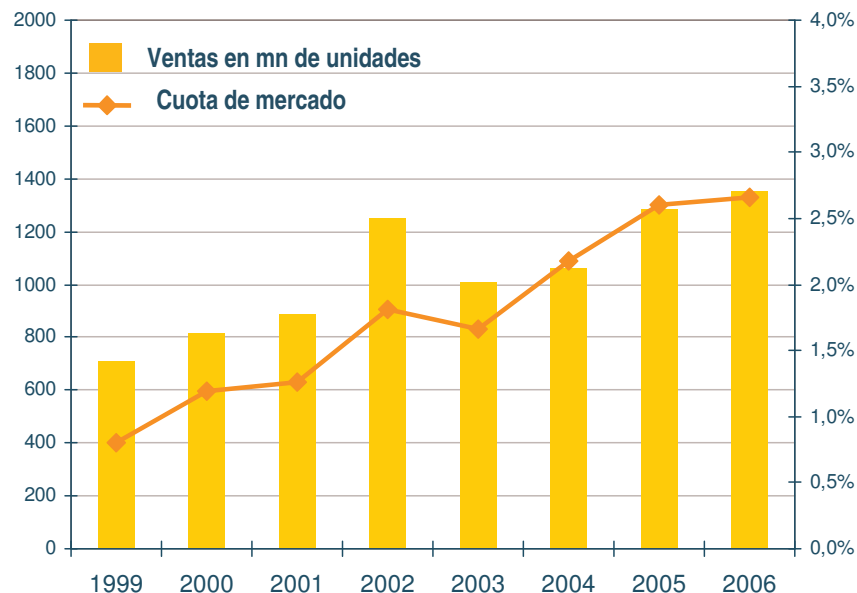
Las ventas en 2004 según NIIF se han incrementado por importe de 35,7 mn de euros respecto a las contabilizadas según principios contables españoles.

Fortuna amplía su presencia geográfica

España: Sólida base inicial – Cuota de mercado del 13,1%

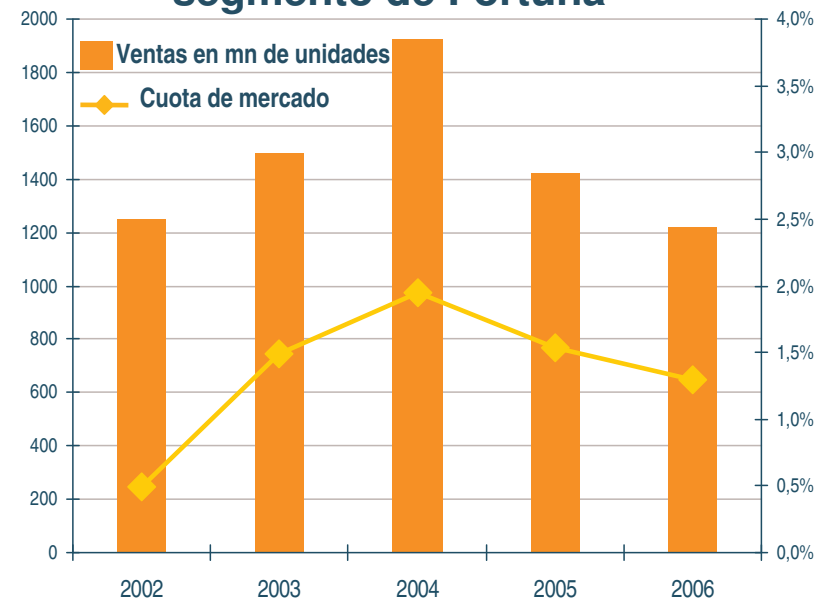
- Capitalización de las raíces españolas y latinas: universales y atractivas.
- Potencial frente a otras marcas internacionales con una imagen más débil.
- Precio medio-bajo.
- Oferta atractiva de valor añadido para los consumidores: 18/25 años, hombre/mujer urbanos.

Francia: Crecimiento en cuota desde 1997



➔ **Cuota de mercado en Francia 2006: 2,7%**

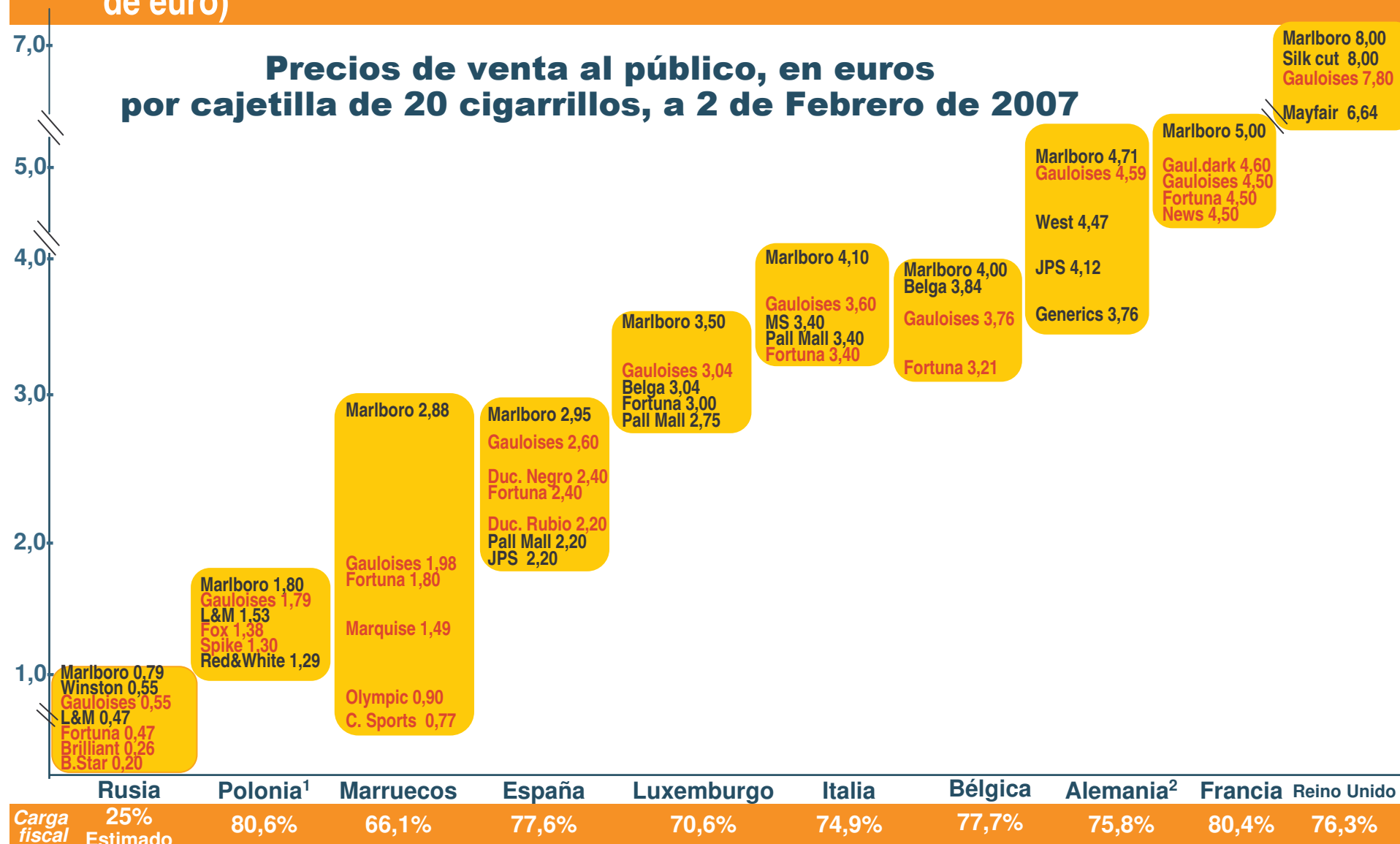
Italia: Fuerte competencia en el segmento de Fortuna



➔ **Cuota de mercado en Italia 2006: 1,3%**

En Marruecos (lanzamiento en junio de 2004), cuota de mercado en 2006: 8,1%

Potencial de subidas de precios en algunos mercados clave: Últimos cambios, España en enero (+20 céntimos de euro) e Italia en febrero (+10 céntimos de euro)



Carga fiscal (impuestos especiales + IVA) de la MPPC (Categoría de precios más vendida)

¹ PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 24 cigarrillos los precios son Fox: € 1,60 y para 30 cigarrillos, Spike: € 1,96.

² PVP para la cajetilla de 20 cigarrillos. Para 17 cigarrillos (cajetilla estándar), los precios son respectivamente € 4,00, € 3,90, € 3,80, € 3,50 y € 3,20

CIGARROS

Nº 1 mundial destacado



Cigarros: Principales magnitudes de 2006

Magnífica evolución del Ebitda (+10,8%)

<i>Millones de euros</i>	2005	2006	Var. 06-05
Volumen (millones de cigarros)	3.438	3.281	-4,6%
Ventas económicas	885	888	+0,4%
Costes	631	607	-3,8%
EBITDA	254	281	+10,8%
Margen de EBITDA	28,7%	31,7%	+3,0 puntos

Cigarros: Principales acontecimientos de 2006. Las ventas de EE.UU. y de cigarros cubanos impulsan el crecimiento

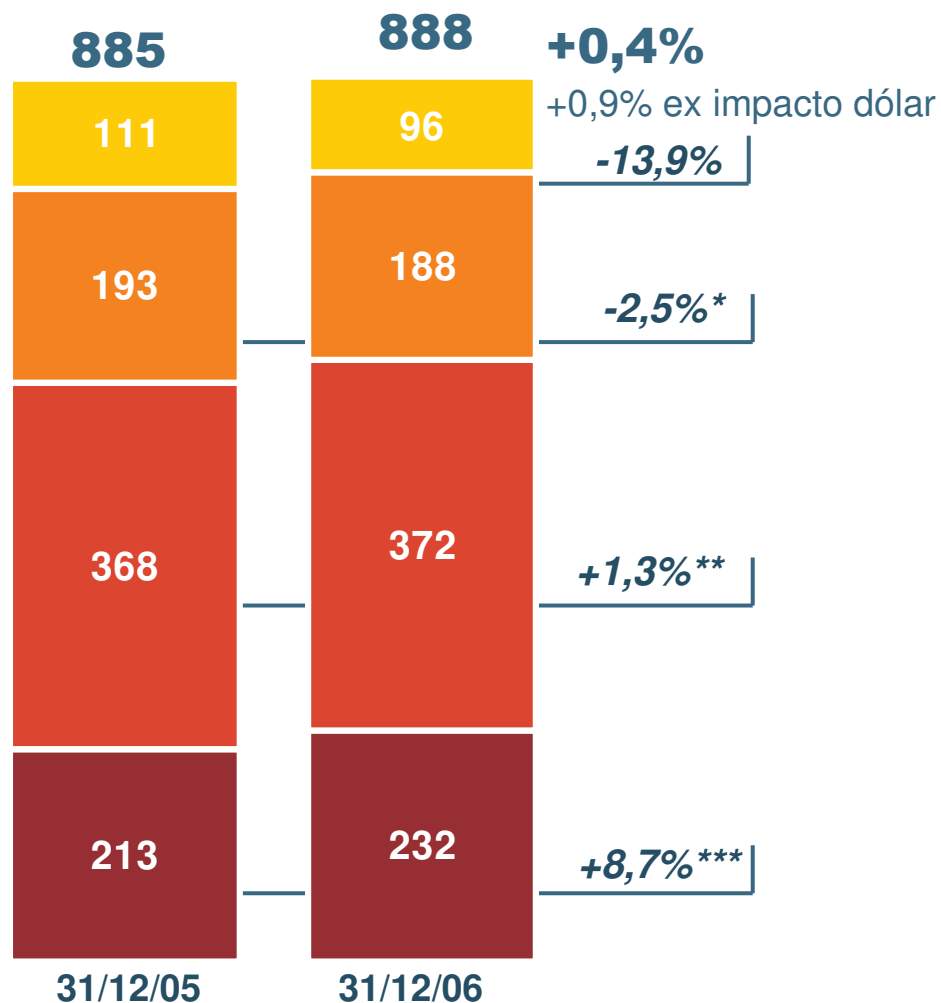
- Todos los factores clave de la actividad han sido fuertemente positivos, excepto los volúmenes
- Las ventas han aumentado un +4,1% en dólares en el importante mercado de EE.UU. a pesar del aumento de la competencia
- Las ventas de cigarros cubanos han tenido un resultado muy alentador en varios mercados emergentes (Rusia, América Latina y Asia-Pacífico)
- Excelente mejora del margen: +3.0 puntos

Estrategia de Cigarros: liderazgo

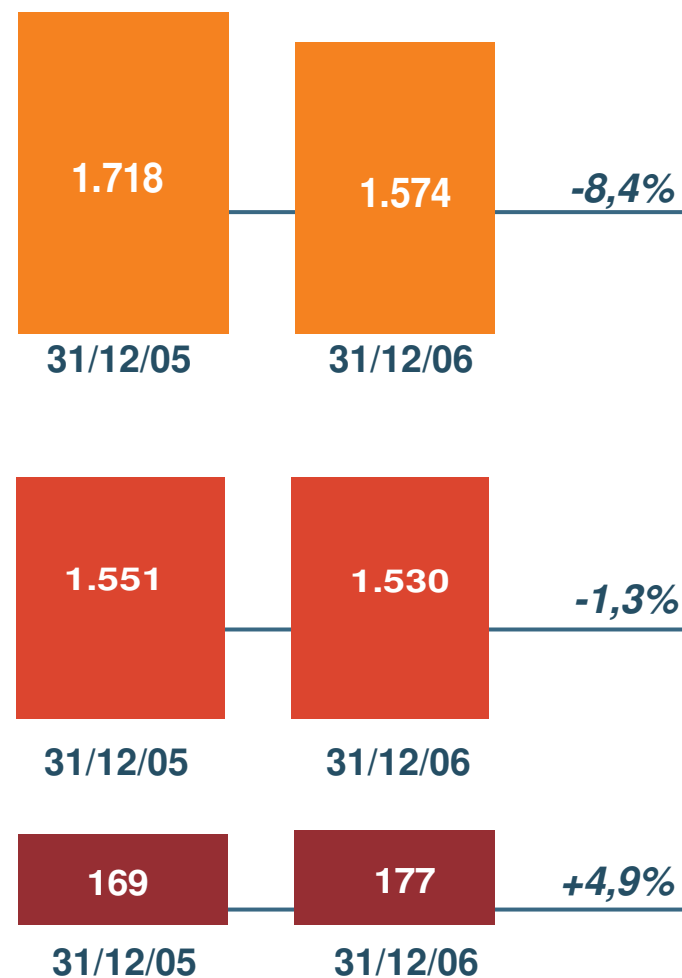
- Fortalecer constantemente el liderazgo en EE.UU., a través de la innovación, el mix de productos y la reducción de costes
- Aumentar las ventas y los márgenes en Habanos mediante una mejora continua de la cartera de productos y una más amplia distribución internacional
- Asegurar las cuotas de mercado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

Excelente crecimiento de las ventas de cigarros a pesar de la mayor competencia

Valor (mn de euros) y Variación



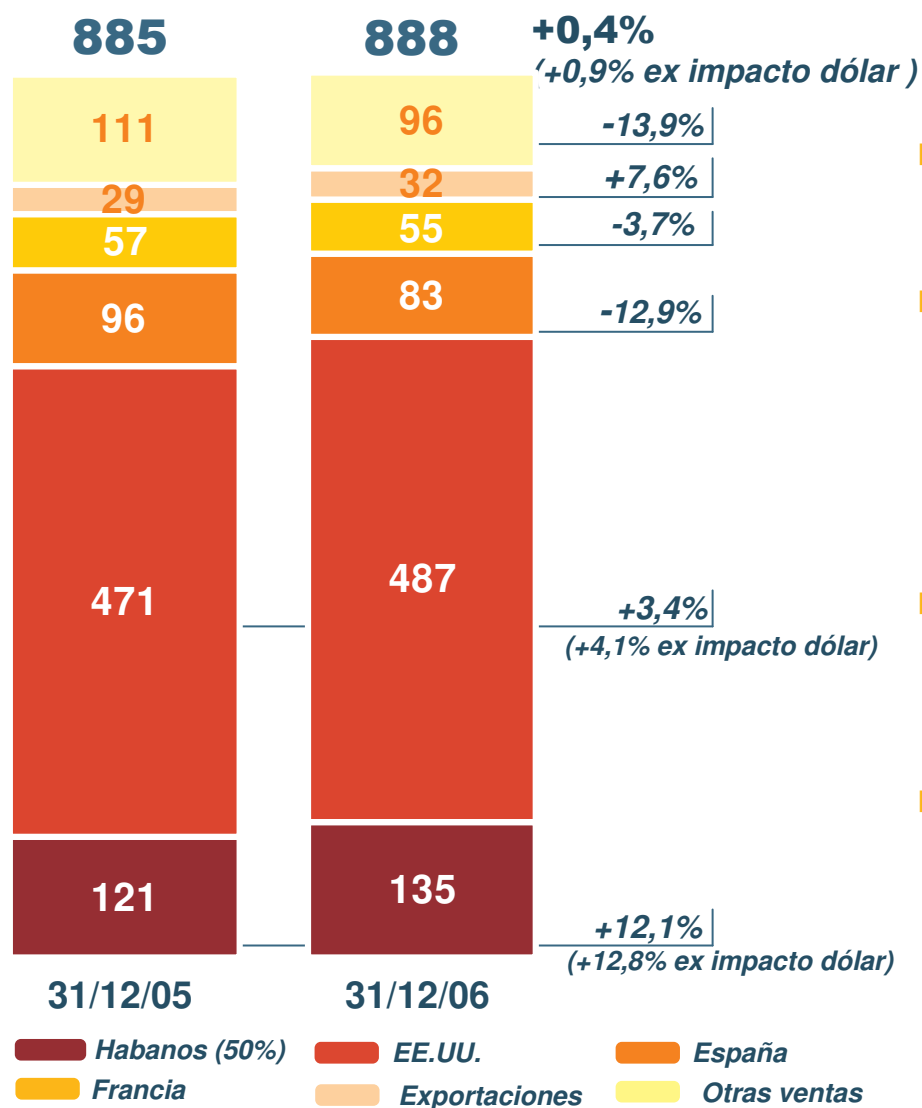
Volumen (mn de unidades) y Variación



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

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

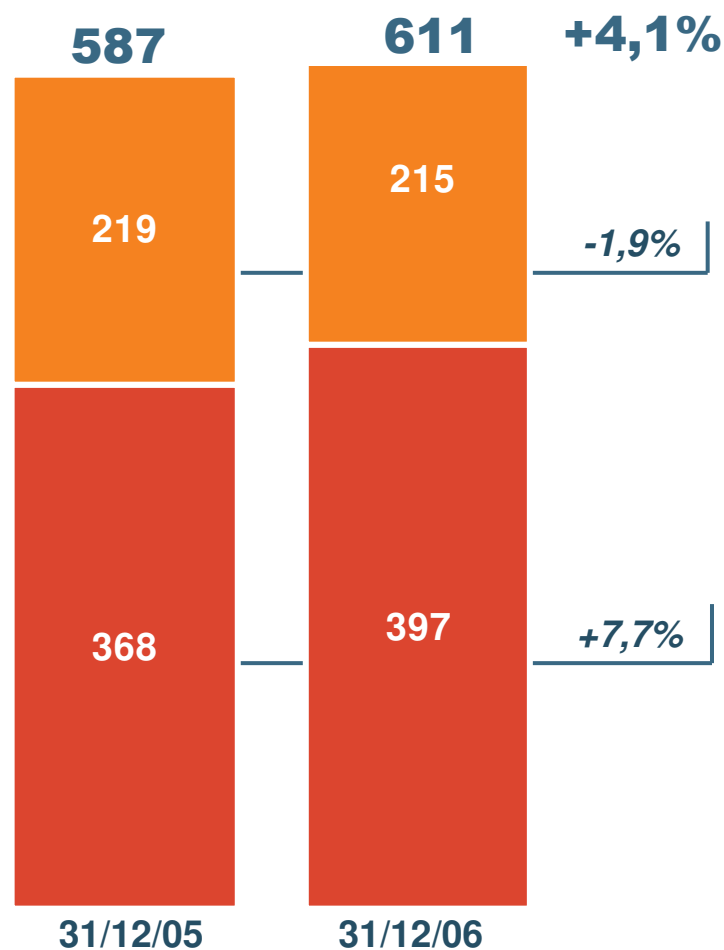
Valor (mn de euros) y Variación



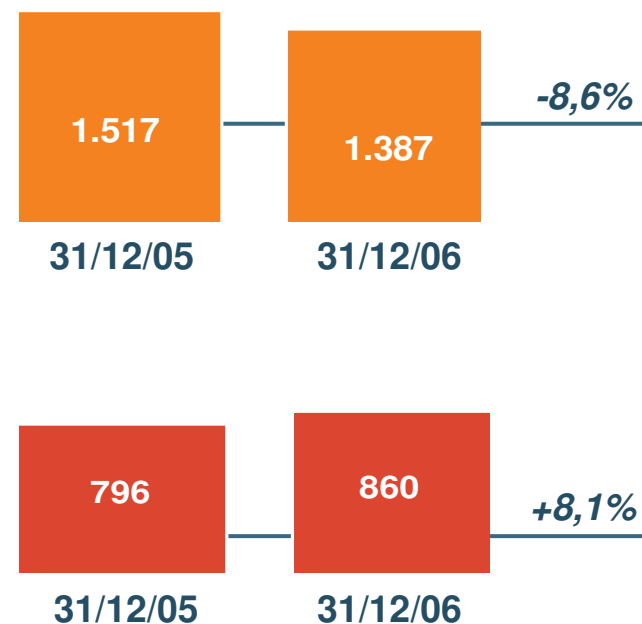
- **JR Cigar:** ventas de 52 millones de euros
- **Mercados francés y español:** Los volúmenes en el mercado español han estado afectados por las nuevas restricciones legales. Mercado francés en ligero retroceso
- **EE.UU.:** El segmento *Premium y Natural* ha generado un fuerte crecimiento en moneda constante
- **Cigarros cubanos:** Los mercados emergentes adquieren una mayor relevancia

EE.UU.: crecimiento del 4,1 % en dólares impulsado por el segmento Premium y Natural

Valor (mn de USD) **y Variación**



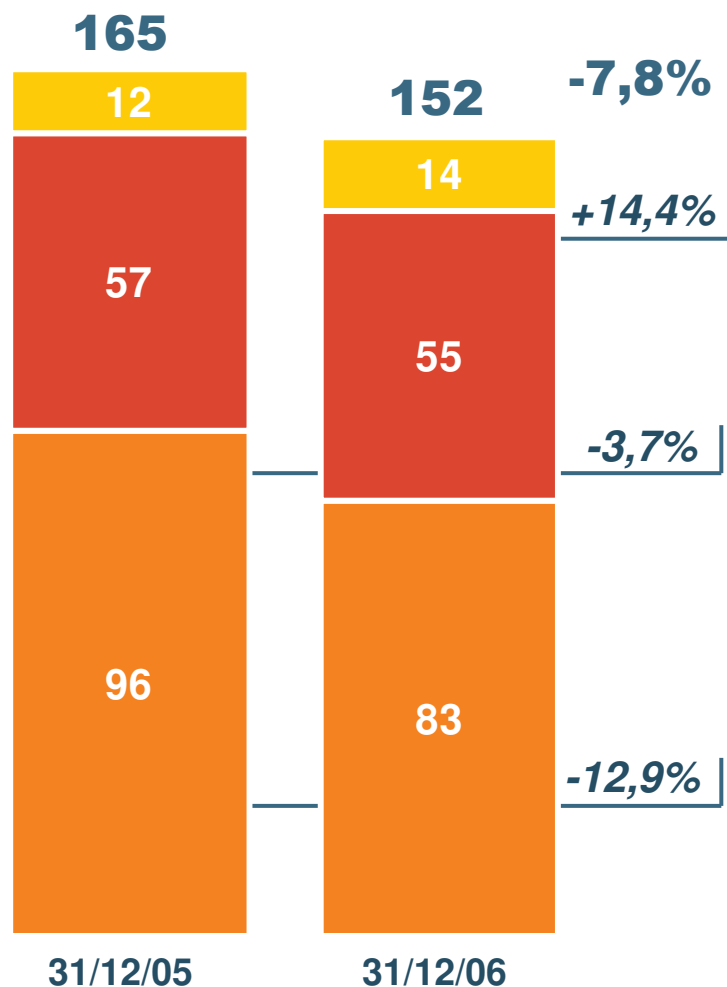
Volumen (mn de unidades) **y Variación**



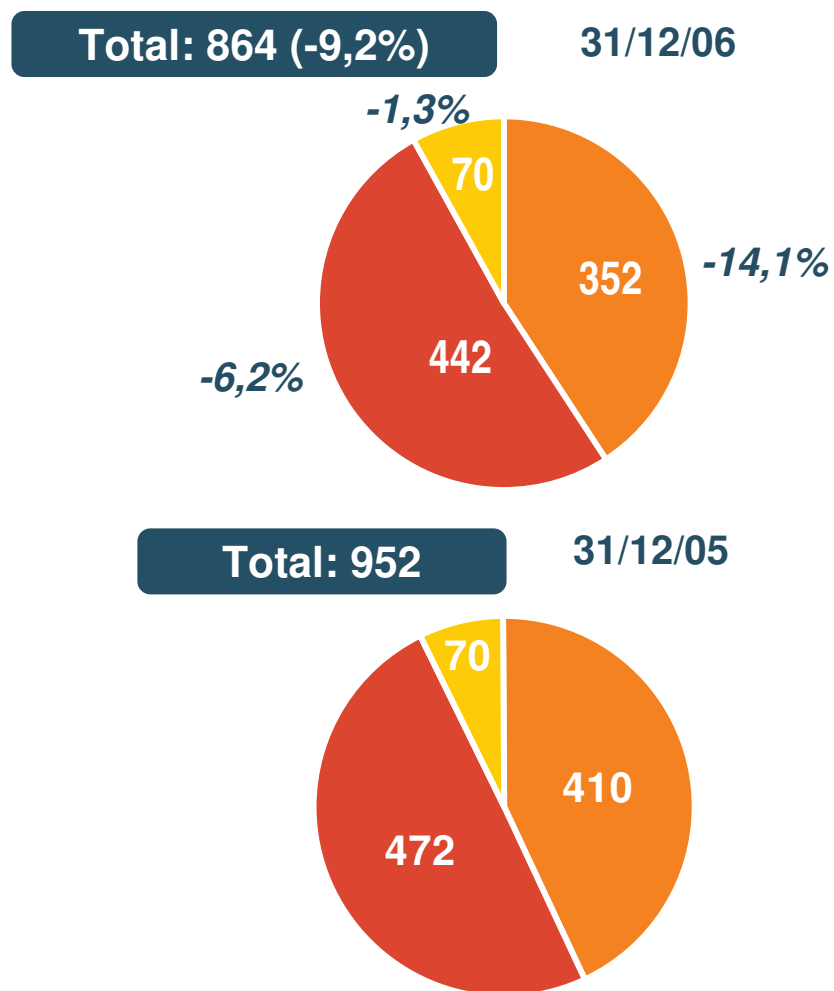
— Premium y Natural — Mass (Popular y Little)

Europa: Mercado español afectado por las nuevas restricciones legales y ligero descenso en Francia

Valor (mn de euros) y Variación



Volumen (mn de unidades) y Variación



■ España ■ Francia ■ Exportaciones

LOGÍSTICA



**Un modelo de negocio
único**

Logística: principales magnitudes de 2006

<i>Millones de euros</i>	2005	2006	Var. 06-05
Ingresos	10.707	10.481	-2,1%
Ventas económicas	1.147	1.191	+3,8%
Costes	836	881	+5,4%
EBITDA	311	310	-0,2%
Margen de EBITDA	27,1%	26,0%	-1,1 puntos

Logística: principales acontecimientos de 2006

- Evolución dispar del volumen total en mercados donde Altadis está presente (-1,9% en España, +1,8% en Francia, +3,7% en Marruecos, +1,1% en Italia)
- Logística general: incremento del +6,3% de las ventas económicas, propiciado por los buenos resultados de los servicios de transporte en España y Portugal
- Progresos en el proyecto “Farma” (ventas de 17 millones de euros)

Estrategia de Logística: aplicar una especialización única a nuevos campos

- Mantener el liderazgo en la distribución de productos tabaqueros en España, Francia, Marruecos, Italia y Portugal
- Extender a la logística general (no tabaquera) la especialización aplicada con éxito, buscando nichos de mercado con elevados márgenes
- Optimizar los recursos operativos

Tanto la logística tabaquera como la general han obtenido buenos resultados

Número de puntos de venta atendidos: más de 450.000

<i>Ventas económicas (Millones de euros)</i>	2005	2006	Var.
España y Portugal	169,2	156,8	-7,3%
Francia	167,3	165,3	-1,2%
Italia	175,5	193,3	+10,1%
Marruecos	50,2	54,1	+7,8%
Tabaco	562,2	569,5	+1,3%
España y Portugal	373,5	402,9	+7,9%
Francia	222,2	227,1	+2,2%
Marruecos e Italia	3,8	7,0	+86,3%
General	599,5	637,0	+6,3%
Eliminaciones	(15,0)	(15,7)	+4,7%
TOTAL	1.146,7	1.190,8	+3,8%



MAGNITUDES FINANCIERAS

Principales magnitudes de resultados: Crecimiento orgánico afectado por los cambios en los impuestos especiales en España

2005 vs 2006
(Millones de euros)

**Ventas económicas:
-142**

Orgánico: -165

Del cual impacto mercado español: -263

Perímetro: +28

Conversión de moneda: -5

- Importante caída en España
- Variación de los impuestos especiales y nueva ley de tabaco en España
- Aldeasa
- Evolución desfavorable del dólar

- Importante caída en España acompañada de importantes ahorros
- Reestructuración y ahorro de costes
- Variación de los impuestos especiales y nueva ley de tabaco en España
- Aldeasa
- Evolución desfavorable del dólar

Orgánico: -88

Del cual
Reestructuración: +54
Reducción costes: +91
Impacto mercado español: -230

Perímetro: +6

Conversión de moneda: -2

EBITDA: -84

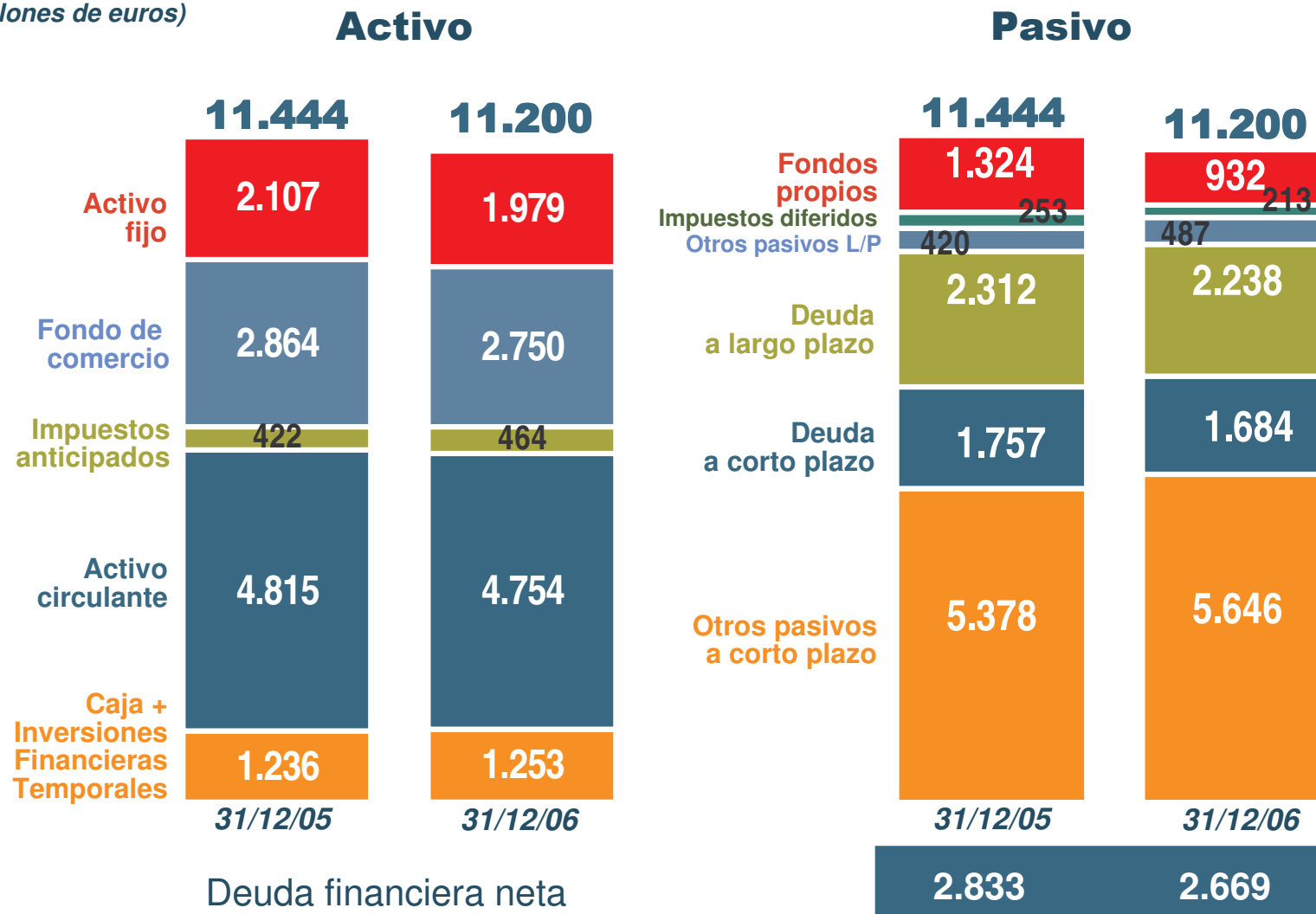
Cuenta de resultados del año 2006

(Millones de euros)	2005	2006	Var.
Ingresos	12.708,2	12.495,8	-1,7%
(Coste de los productos distribuidos) + (Comisión del depositario) + Descuentos	(8.596,3)	(8.525,7)	-0,8%
Ventas económicas	4.111,9	3.970,1	-3,4%
EBITDA ⁽¹⁾	1.231,9	1.147,8	-6,8%
(Amortización) + (Depreciación)	(195,0)	(198,9)	+2,0%
Resultado de las actividades ordinarias	1.036,9	948,9	-8,5%
Otros gastos e ingresos	16,5	(90,5)	NS
Resultado de explotación	1.053,4	858,4	-18,5%
Resultado financiero	(87,8)	(115,9)	+32,0%
Impuestos sobre sociedades	(336,6)	(242,2)	-28,0%
Empresas asociadas por puesta en equivalencia	0,5	9,0	NS
Intereses minoritarios	(52,9)	(56,6)	+7,0%
Resultado neto del Grupo	576,6	452,7	-21,5%
BPA (céntimos de euro) ⁽²⁾	212	175	-17,5%
Beneficio líquido por acción (céntimos de euro) ⁽³⁾	267	243	-9,3%
Número medio de acciones (millones) ⁽⁴⁾	272,3	259,2	4,8% reducción

(1) EBITDA: Resultado de las actividades ordinarias antes de la depreciación y amortización (2) BPA básico y diluido coinciden (3) Beneficio líquido= Benéfico neto + Depreciación y amortización (netas de impuestos) + cargo por deterioro de activos (neto de impuestos) + Beneficios fiscales, netos de minoritarios, registrados en el Balance de situación procedentes de la deducibilidad fiscal de la amortización de fondos de comercio. (4) Número medio de acciones = promedio de (total de acciones – acciones propias)

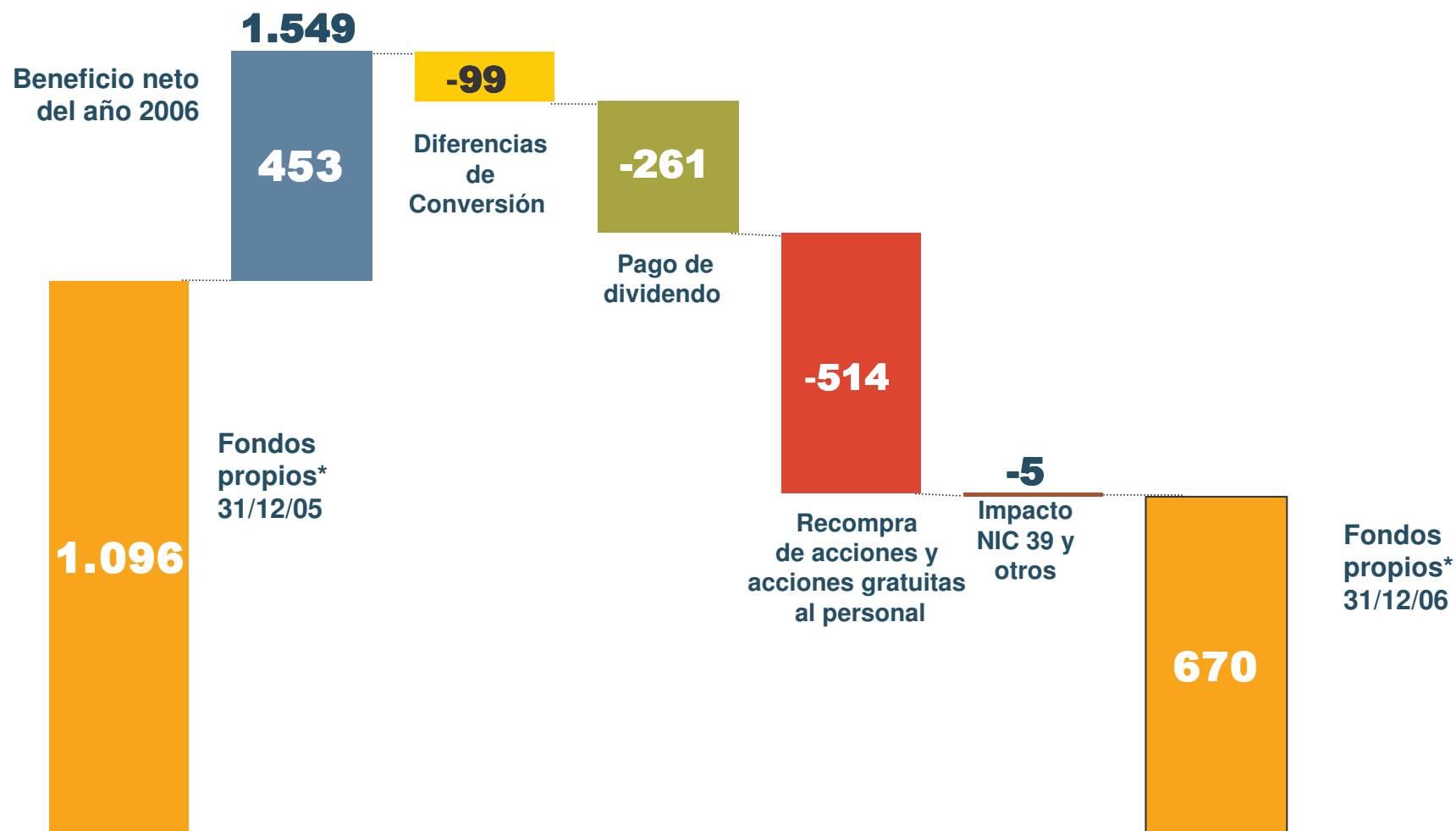
El balance refleja la recompra de acciones y el pago de dividendos

(Millones de euros)



Evolución de los fondos propios del Grupo Altadis

Millones de euros



* No incluye los intereses minoritarios

La generación de caja ha financiado la recompra de acciones y el pago de dividendos

(Millones de euros)	2005	2006
EBITDA	1.232	1.148
Variación del fondo de maniobra operativo	(389)	227
Flujo operativo (EBITDA + Var. fondo de maniobra operativo)	843	1.375
Pago por impuesto de sociedades	(226)	(275)
Pagos por reestructuración y otros pagos extraordinarios	(144)	(111)
Flujo de caja de las actividades ordinarias	473	989
Dividendos de compañías Asociadas por puesta en equivalencia	29	5
Pagos/cobros procedentes de inversiones financieras temporales	45	49
Pagos por adquisiciones de activos tangibles e intangibles	(171)	(188)
Cobros por desinversiones	117	280
Adquisición de filiales neta de caja adquirida	(424)	(34)
Flujo de caja de las actividades de inversión	(404)	112
Pagos por intereses financieros	(97)	(104)
Dividendos pagados	(259)	(282)
Compra de acciones (de compañías del Grupo)	(456)	(516)
Incremento/reducción de la deuda (corto y largo plazo)	844	(120)
Flujo de caja de las actividades de financiación	32	(1.022)
Variación neta de caja y equivalentes de caja	101	79
Impacto neto por fluctuación del tipo de cambio	13	(12)
Posición inicial de caja y equivalentes de caja	978	1.092
Posición final de caja y equivalentes de caja	1.092	1.159
Inversiones financieras temporales	144	94
Deuda a corto plazo	(1.757)	(1.684)
Deuda a largo plazo	(2.312)	(2.238)
Posición final de deuda neta	(2.833)	(2.669)
Flujo de caja libre operativo*	446	951

* Flujo de caja libre operativo = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento (171 millones de euros en 2005, 149 millones de euros en 2006)

CONCLUSIÓN



Creación de valor para nuestros accionistas

- Tendencia al **crecimiento** tanto de las ventas como de los beneficios (2006 ha de ser considerado como una excepción)
- Aumento de esfuerzos en **ahorro de costes y venta de activos no estratégicos** (280 millones de euros de cobros por desinversiones en 2006 y al menos 200 millones de euros esperados en flujos de entrada durante 2007 y 2008)
- Política atractiva de retorno al accionista:
 - Política de **dividendos**: incremento anual de doble dígito del dividendo por acción, se ha propuesto el pago de €1,10 por acción para el 2007, lo que significa un aumento del 10%
 - **Recompra** y amortización **de acciones**:
 - Amortización del 4,9% aprobado por la Junta General de junio de 2006 (desde el año 2000 ya se ha amortizado más del 20% del capital)
 - Al menos un 3% hasta junio de 2007, antes de reanudar el ritmo del 5% en junio de 2008
- Comienzo del proceso de **reorganización corporativa**
- **Adquisiciones** basadas en su encaje estratégico y creación de valor
- Especial atención al gobierno corporativo y a la **transparencia**
- **Perspectiva: El crecimiento se reanudará a partir del 2007**

ANEXOS



Anexos

- Calendario Corporativo – Contactos
- Definiciones
- Reestructuración
- RTM
- Gobierno corporativo
- Información cigarrillos
- Evolución reciente de los precios en España
- Nuevas leyes del tabaco en España y en Francia
- Logística General
- Evolución de los fondos propios de Altadis, S.A.
- Exposición limitada al tipo de cambio del dólar
- Contingencias no recogidas en el balance
- Accionariado
- El riesgo de litigios es limitado
- Datos trimestrales

Calendario corporativo - Contactos

CALENDARIO

20 de marzo de 2007 (provisional)	Pago del dividendo a cuenta
10 de mayo de 2007 (provisional)	Resultados 1er trimestre 2007
Mayo 2007 (provisional)	Informe Anual
12 de Junio de 2007 (provisional)	Junta General de Accionistas
19 de junio de 2007 (provisional)	Pago del dividendo complementario
30 de agosto de 2007 (provisional)	Resultados 1er semestre 2007
15 de noviembre de 2007 (provisional)	Resultados 9 primeros meses 2007
21 de febrero de 2007 (provisional)	Resultados del año 2007

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

CONTACTOS

Pedro ALONSO DE OZALLA

Director de Relaciones con Inversores

Teléfono: 34 91 360 92 47

Fax: 34 91 360 90 33

E-mail: paozalla@altadis.com

Definiciones

Definiciones de algunos conceptos específicos de Altadis que son utilizados en esta presentación

- **Venta económicas.** Las ventas económicas para los negocios de Cigarrillos y Cigarros son iguales a los ingresos + comisiones de depositario + descuentos por pronto pago. En el negocio de Logística, las ventas económicas son iguales al margen de distribución (el cual no incluye el valor de los productos distribuidos, como sí ocurre en los ingresos)

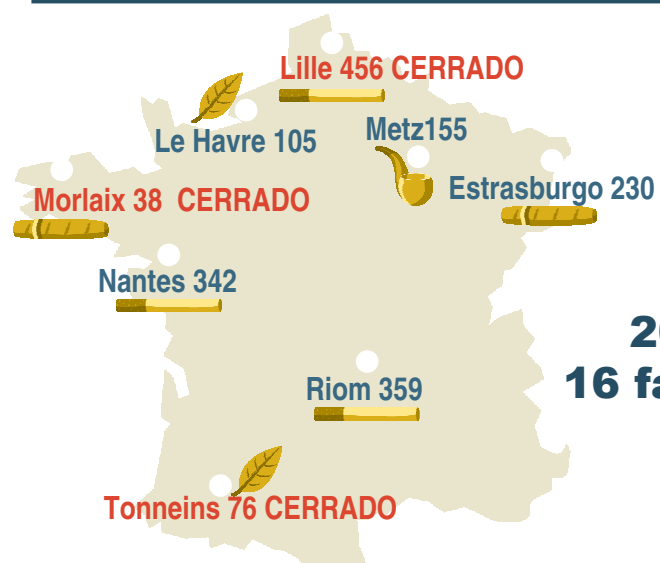
Este concepto proporciona una visión más proporcionada de la actividad del Grupo, dado que la cifra de ingresos aumenta las ventas de Logística de forma significativa y provoca que la importancia aparente de cada negocio no sea la real.

- **Eliminaciones** (como parte del total de las ventas económicas y del Ebitda) contienen:
 - Transacciones entre unidades de negocio (la más frecuente es la venta de cigarrillos y cigarros al negocio de Logística cuando esto provoca incremento de las existencias de la última, a diferencia de las ventas que son inmediatamente vendidas por el negocio de Logística al mercado, sin modificar sus existencias)
 - Ajustes contables, generalmente poco significativos
- **Flujo de caja libre operativo** = flujo operativo – pago por impuesto de sociedades – CAPEX de mantenimiento
- **Orgánico** (aplicado a las ventas económicas y al Ebitda). Supone mantener constantes, tanto el perímetro de consolidación como el tipo de cambio de conversión del dólar
- **Otros** (como parte del total de las ventas económicas y del Ebitda) contiene:
 - Los resultados de Aldeasa, desde el 1 de mayo de 2005, y los resultados de un reducido número de pequeñas filiales que no se incluyen en ninguna de las tres unidades de negocio
 - Los costes del centro corporativo

Situación actual y después de la reestructuración (plan I)



**Objetivo:
10 fábricas**



**2004:
16 fábricas**



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

Altadis Maroc (RTM) ha obtenido la extensión del monopolio hasta el final del 2010

Año 2006

Cigarrillos	Volumen (bn uds)	Variación 2006-2005	Cuota de Mercado
Rubio local	8,1	+13,9%	59%
Negro local	3,1	-18,9%	22%
Altadis internacional	1,0	+28,4%	7%
Total Altadis	12,2	+4,3%	88%
Otros	1,6	-1,6%	12%
Mercado total	13,8	+3,7%	100%

Millones de euros

2006

Ventas económicas: 269

Ebitda: 156

- El plan de bajas voluntarias, desarrollado durante 2004, ha permitido la salida de más de 800 personas (1/3 de la plantilla), con unos ahorros de 10 millones de euros

Otros datos de la compañía

- RTM posee el monopolio de la distribución e importación del tabaco hasta el 1 de enero de 2011

Sinergias esperadas

2005: 18 millones de euros

2008: 25 millones de euros

Gobierno corporativo

- **Desde la creación de Altadis y actualizado en 2005, para recoger las últimas recomendaciones:**
 - Comisión de Auditoría y Control
 - Comisión de Nombramientos y Retribuciones
 - Comisión de Estrategia, Ética y Buen Gobierno
 - Código ético de conducta interno
- **Audidores: Deloitte & Touche.**
- **Se auditan las cuentas anuales y se revisan las semestrales**
- **Calificación financiera por Standard & Poor's: BBB+ (perspectiva negativa) y Moody's: Baa2 (perspectiva estable)**
- **La transición a las NIIF se ha realizado con éxito desde el 1 de enero de 2005**
- **El Informe Anual de Gobierno Corporativo se incluye en el Informe Anual desde 2004**

Mercados totales de cigarrillos español, francés, alemán, marroquí y ruso

(Volumen: bn unidades,
Valor: Millones de €)

2005	2006	Var. %
------	------	--------

MERCADO TOTAL ESPAÑOL

Volumen	Rubio	78,8	79,3	+0,6%
	Negro	12,0	9,8	-18,4%
Total		90,8	89,1	- 1,9%
Valor	Rubio	1.689	1.380	-18,2%
	Negro	228	158	-30,9%
Total		1.917	1.538	-19,8%

MERCADO TOTAL MARROQUÍ

Volumen	Rubio	9,6	10,7	+12,4%
	Negro	3,8	3,1	-18,9%
Total		13,4	13,8	+3,7%

2005	2006	Var. %
------	------	--------

MERCADO TOTAL FRANCÉS

Volumen	Rubio	49,3	50,9	+3,2%
	Negro	5,5	4,9	-11,2%
	Picaduras	7,8	7,8	+0,2%
Total		62,6	63,6	+1,6%
Valor	Rubio	1.311	1.358	+3,6%
	Negro	137	121	-11,5%
	Picaduras	173	179	+3,5%
Total		1.621	1.658	+2,3%

(Volumenes)

MERCADO TOTAL ALEMÁN

Cigarrillos	96,9	93,2	-3,9%
-------------	------	------	-------

MERCADO TOTAL RUSO

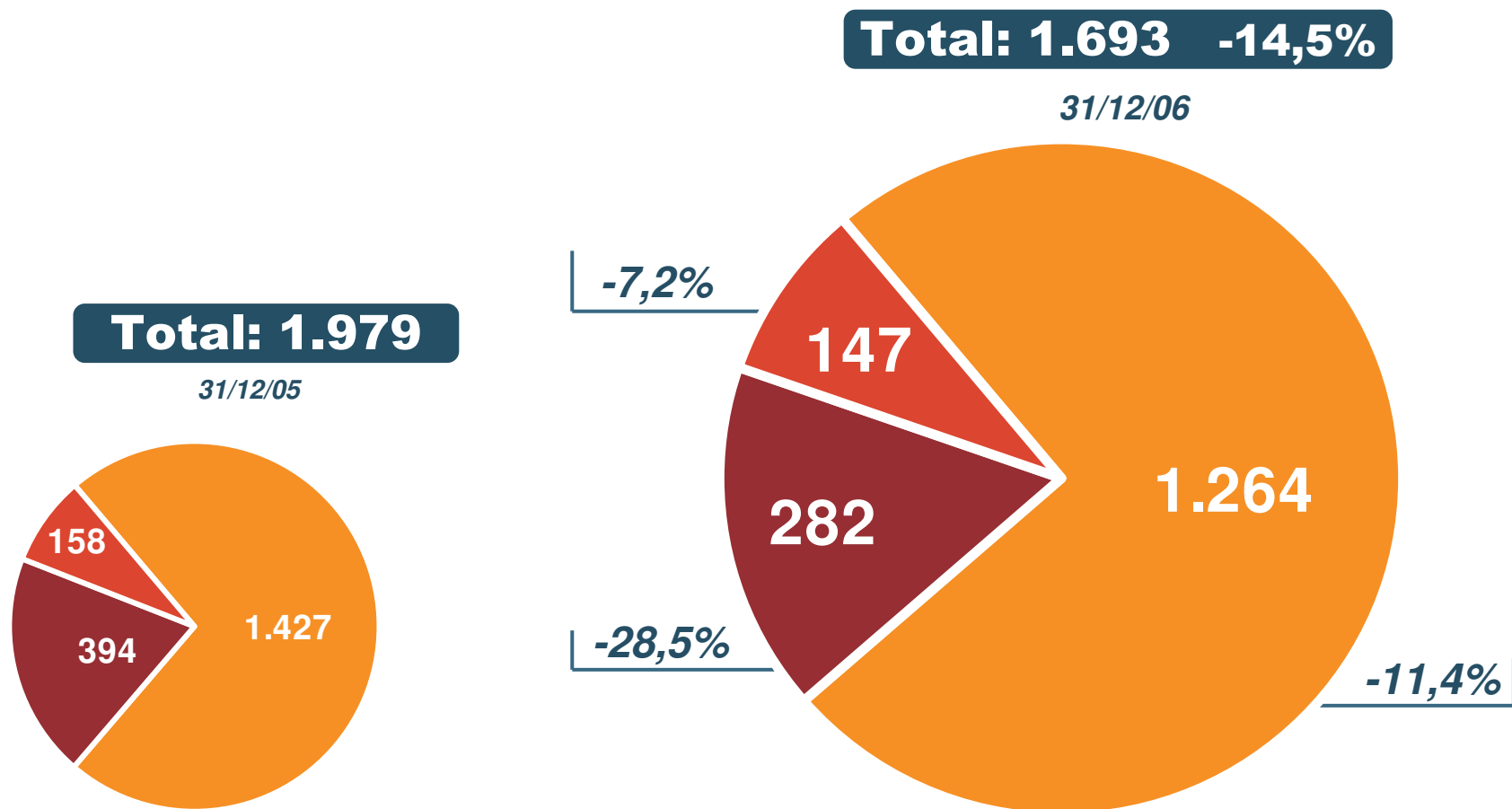
(12 meses hasta 30 de noviembre de 2006)

Cigarrillos	335	337	+0,7%
-------------	-----	-----	-------

Notas: La evolución del mercado puede diferir de las ventas facturadas al distribuidor.
Los datos en valor no incluyen la tarifa de distribución.
Las ventas de picaduras en España no son significativas.
Los datos del mercado ruso proceden de Business Analytica

Cigarrillos: Rubios suponen el 75% del total

Segmentos (Millones de euros) y Variación



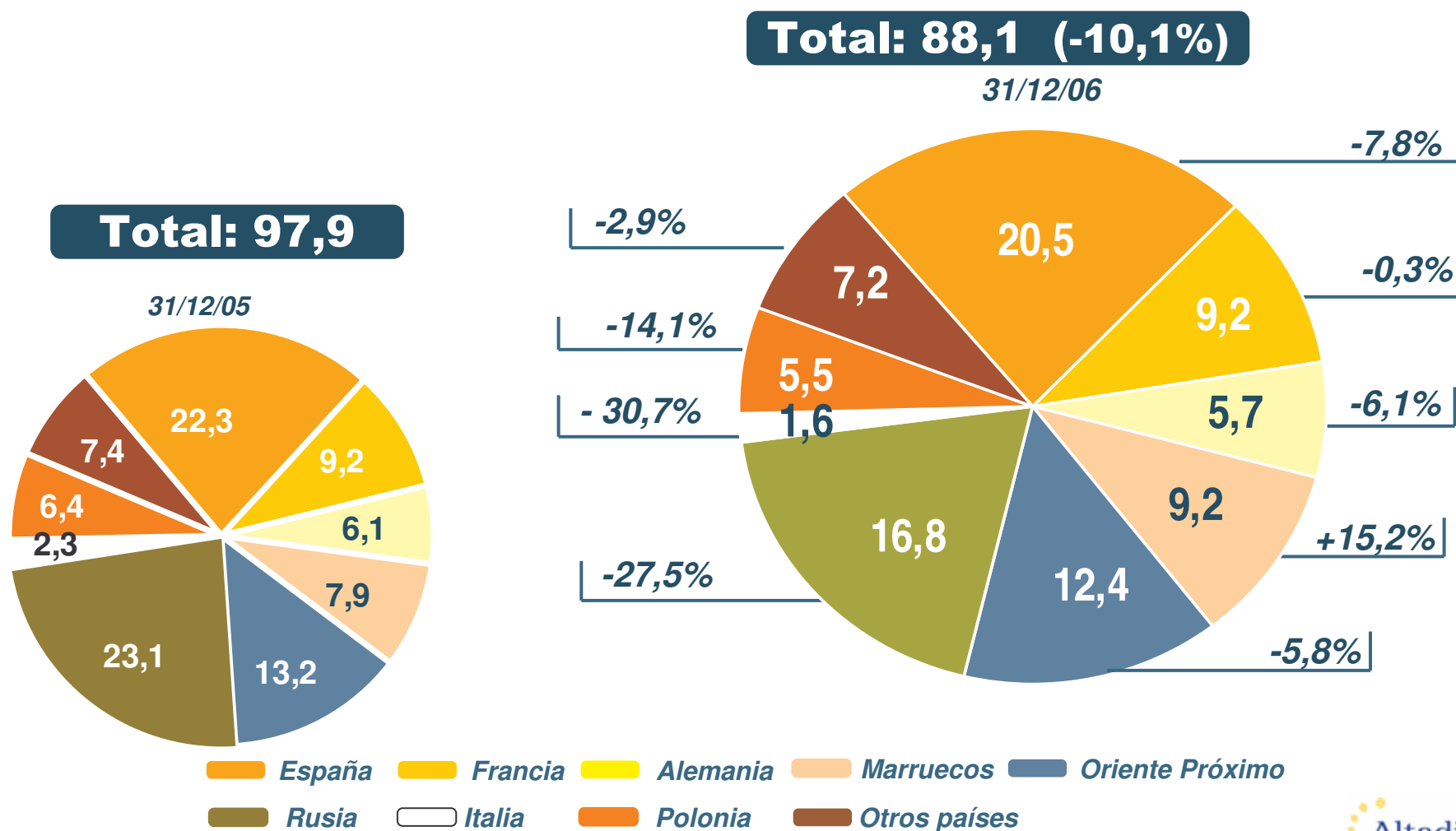
Cigarrillos rubios

Cigarrillos negros

Picaduras y otras ventas

Volúmenes de cigarrillos rubios

Volumen (bn unidades) y Variación



Ventas de cigarrillos de Altadis por segmentos y mercados

	2005	2006	Var. %
VENTAS POR SEGMENTOS (bn unidades)			
Rubio	97,9	88,1	-10,1%
Negro	27,1	20,8	-23,0%
Picaduras	3,7	3,5	-6,2%
Total	128,7	112,4	-12,7%

MARCAS PRINCIPALES (bn unidades)			
Gauloises Blondes	22,7	21,4	-5,7%
Fortuna	17,8	15,1	-15,3%
Rubio	40,5	36,5	-9,9%
Ducados	8,8	6,5	-26,2%
Gauloises Brunes	4,0	3,6	-9,4%
Negro	12,8	10,1	-20,9%

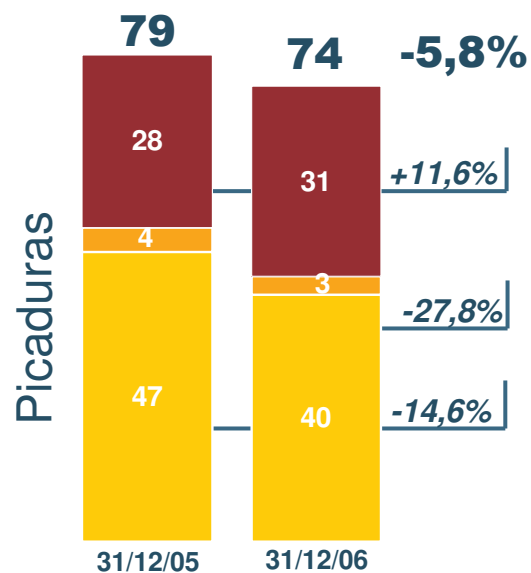
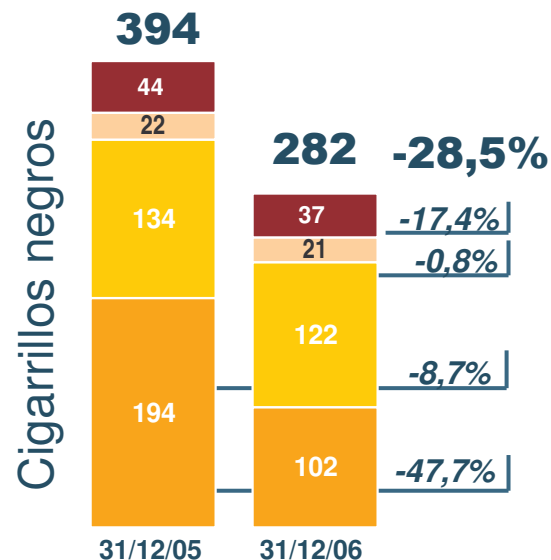
	2005	2006	Var. %
VENTAS POR MERCADOS (bn unidades)			
España	32,4	28,2	-13,0%
Francia	16,6	15,8	-4,6%
Alemania	6,5	6,1	-5,8%
Marruecos	11,9	12,4	+4,3%
Oriente Próximo	13,2	12,4	-6,0%
Rusia	30,4	21,5	-29,2%
Polonia	6,4	5,5	-14,3%
Italia	2,3	1,6	-30,0%
Otros países europeos	5,9	6,0	+0,2%
Otros países	3,1	2,9	-7,4%
Total	128,7	112,4	-12,7%

VENTAS POR MERCADOS (Millones de euros)			
España	608	370	-39,2%
Francia	395	377	-4,7%
Alemania	205	199	-3,1%
Marruecos	161	187	+15,8%
Oriente Próximo	148	137	-7,4%
Rusia	110	82	-25,6%
Polonia	44	36	-17,5%
Italia	43	36	-15,0%
Otros países europeos	141	153	+8,6%
Otros países	45	44	-1,8%
Otras ventas	79	72	-8,7%
Total	1.979	1.693	-14,5%

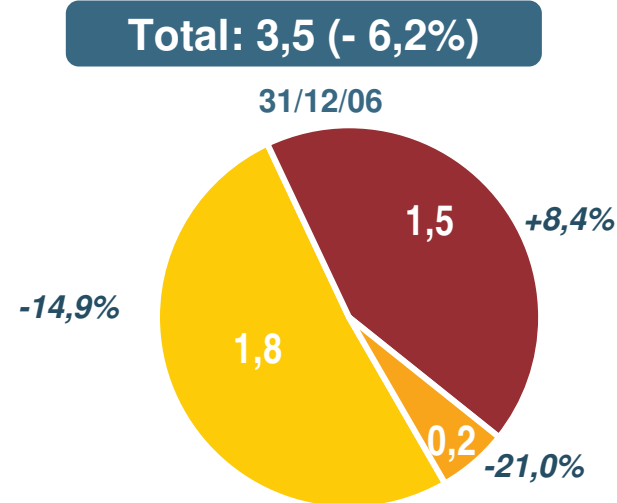
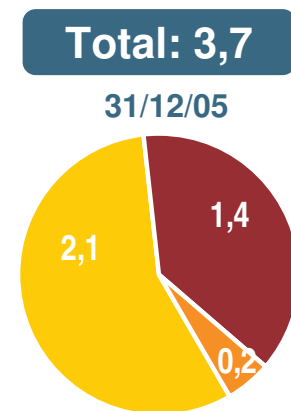
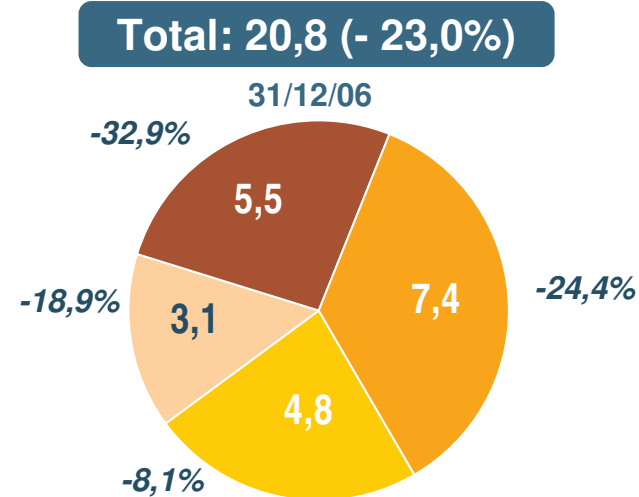
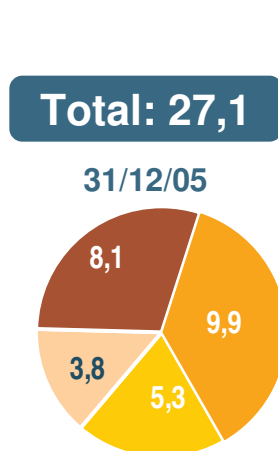
Nota: Ventas facturadas al distribuidor

Ventas de cigarrillos negros y picaduras

Valor (Millones de euros) y Variación



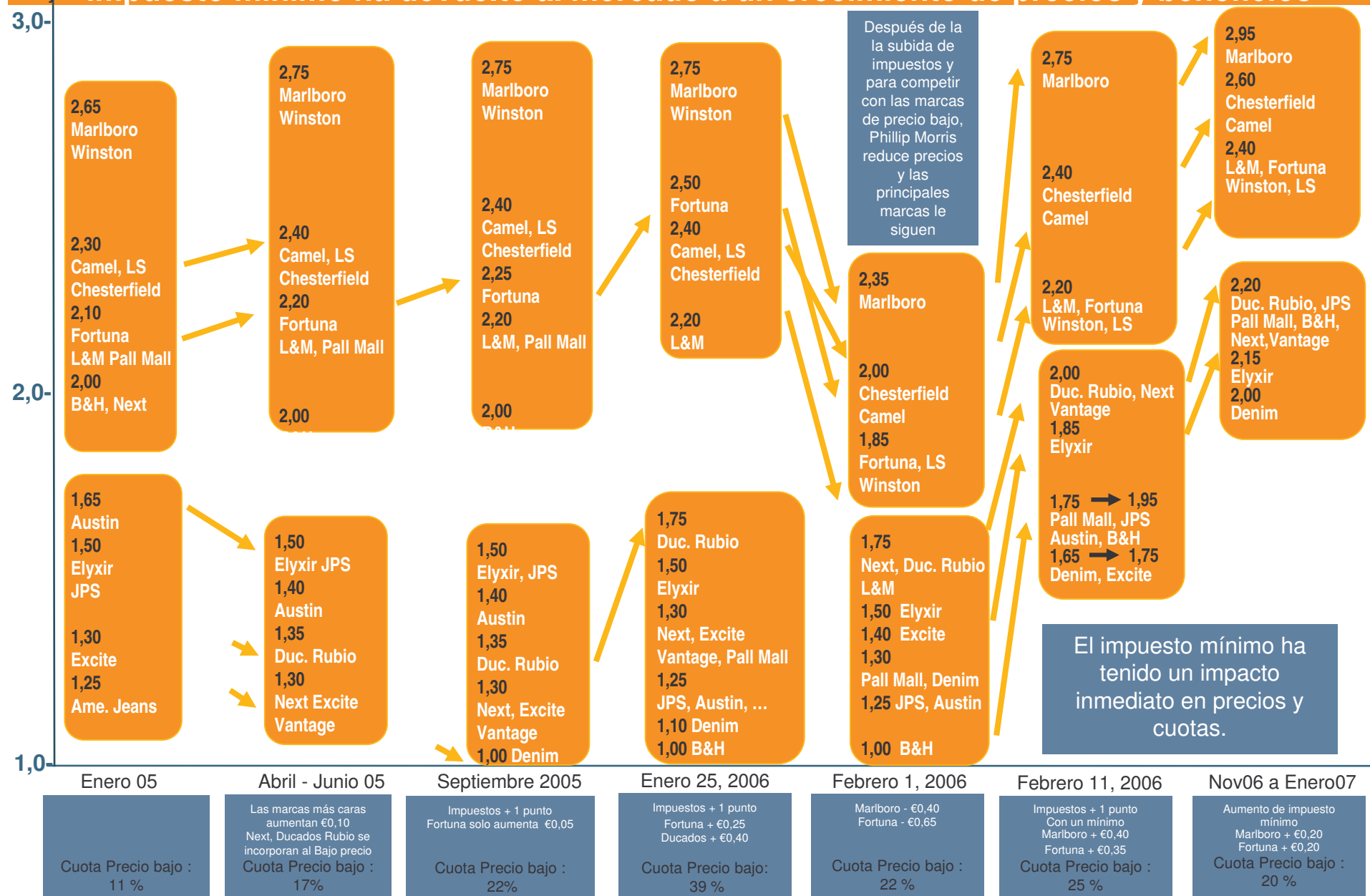
Volumen (bn unidades) y Variación



■ España
 ■ Francia
 ■ Marruecos
 ■ Internacional

Evolución reciente de los precios en España

El impuesto mínimo ha devuelto al mercado a un crecimiento de precios y beneficios



Nueva ley del tabaco en España en vigor desde el 1 de enero de 2006

Situación anterior	Situación actual	Principales diferencias
Venta de productos tabaqueros		
■ Estancos ■ Máquinas expendedoras ⁽¹⁾ ■ Hoteles, Restaurantes, Bares, Pubs, Gasolineras, Kioscos,...(en mostrador) ⁽¹⁾ ■ Duty free (Aeropuertos y Puertos) ■ Compradores mayores de 16 años ■ Muestras y cajetillas de menos de 20 unidades están permitidas	■ Estancos ■ Máquinas expendedoras ⁽¹⁾ ■ Sólo Bares & Restaurantes de más de 100m² pueden vender cigarros de capa natural (Natural y Premium) en mostrador ■ Duty free (Aeropuertos y Puertos) ■ Compradores mayores de 18 años ■ Muestras y cajetillas de menos de 20 unidades están prohibidas	■ Venta de cigarrillos en mostrador prohibida ■ Presentaciones de menos de 20 cigarrillos prohibidas
Consumo		
■ El consumo está prohibido en un limitado número de lugares públicos (Transportes públicos, Hospitales,...)	■ Prohibición total de fumar en lugares públicos y lugares de trabajo - Excepciones; Hoteles, Bares y Restaurantes: ✓ >100m²: Espacio para fumadores permitido hasta un máximo del 30% de la superficie disponible, bajo determinadas condiciones ✓ <100m²: El propietario del establecimiento decidirá si autoriza o no el consumo ■ Otras autorizaciones específicas: Aeropuertos, Teatros, Cines,...	■ Prohibición total de fumar en lugares de trabajo ■ Condiciones específicas para Hoteles, Bares y Restaurantes de más de 100m²
Publicidad		
■ Solo prohibida en la televisión	■ Prohibición total de publicidad y promoción: ✓ TV, radio, periódicos, Internet, patrocinio⁽²⁾ y publicidad en exteriores ✓ Promoción solo autorizada dentro de los estancos	■ Prohibición total

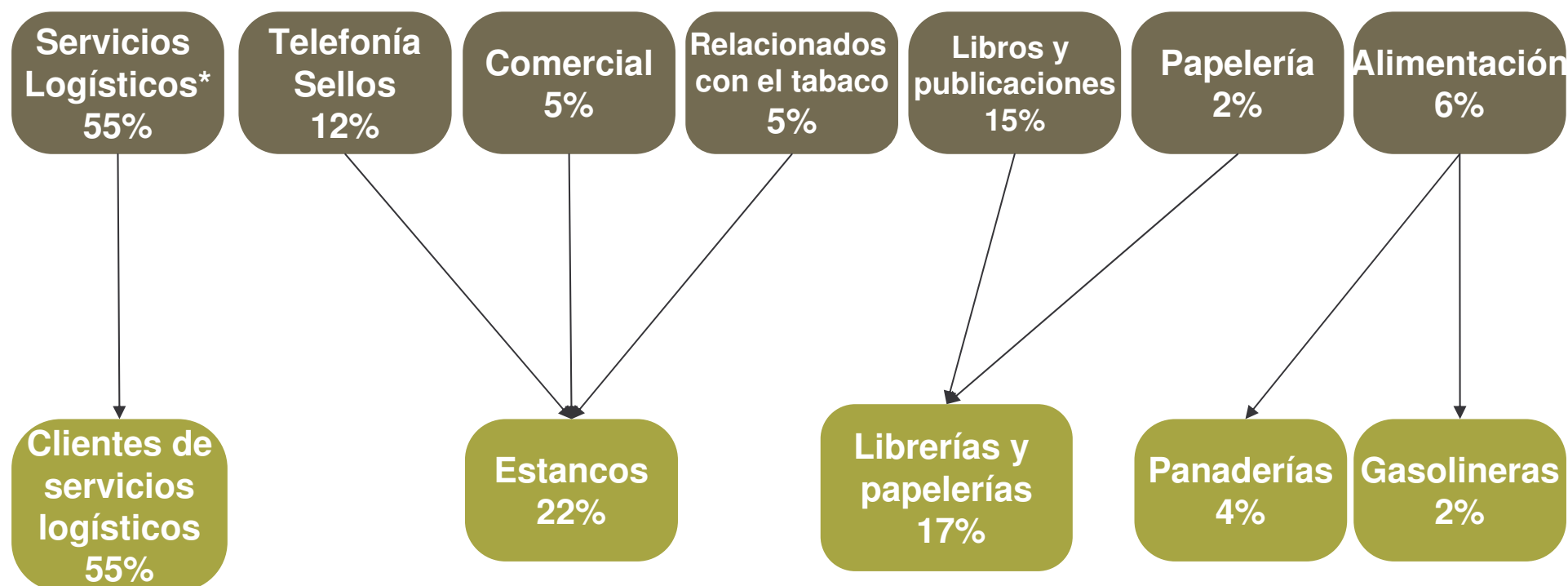
Nueva ley del tabaco en Francia en vigor desde el 1 de febrero de 2007

Situación anterior	Situación actual	Principales diferencias
Consumo		
Ley Evin: ■ Prohibición de fumar en un número limitado de espacios públicos (transporte público, cines,...) ■ Excepciones en áreas especiales en colegios (solo adultos), lugares de trabajo y aeropuertos ■ Excepciones en hoteles, bares y restaurantes si existen espacios habilitados	■ Prohibición total en lugares de trabajo y espacios públicos, excepto: → espacios habilitados en lugares de trabajo (efectivo en 2007) ■ Período transitorio hasta el 1 de enero de 2008 para: → hoteles, bares y restaurantes	■ Prohibición total en lugares de trabajo excepto áreas especiales habilitadas (efectivo en 2007) ■ Prohibición total en hoteles, bares y restaurantes a partir del 1 enero de 2008

Logística General: productos y canales variados y complementarios

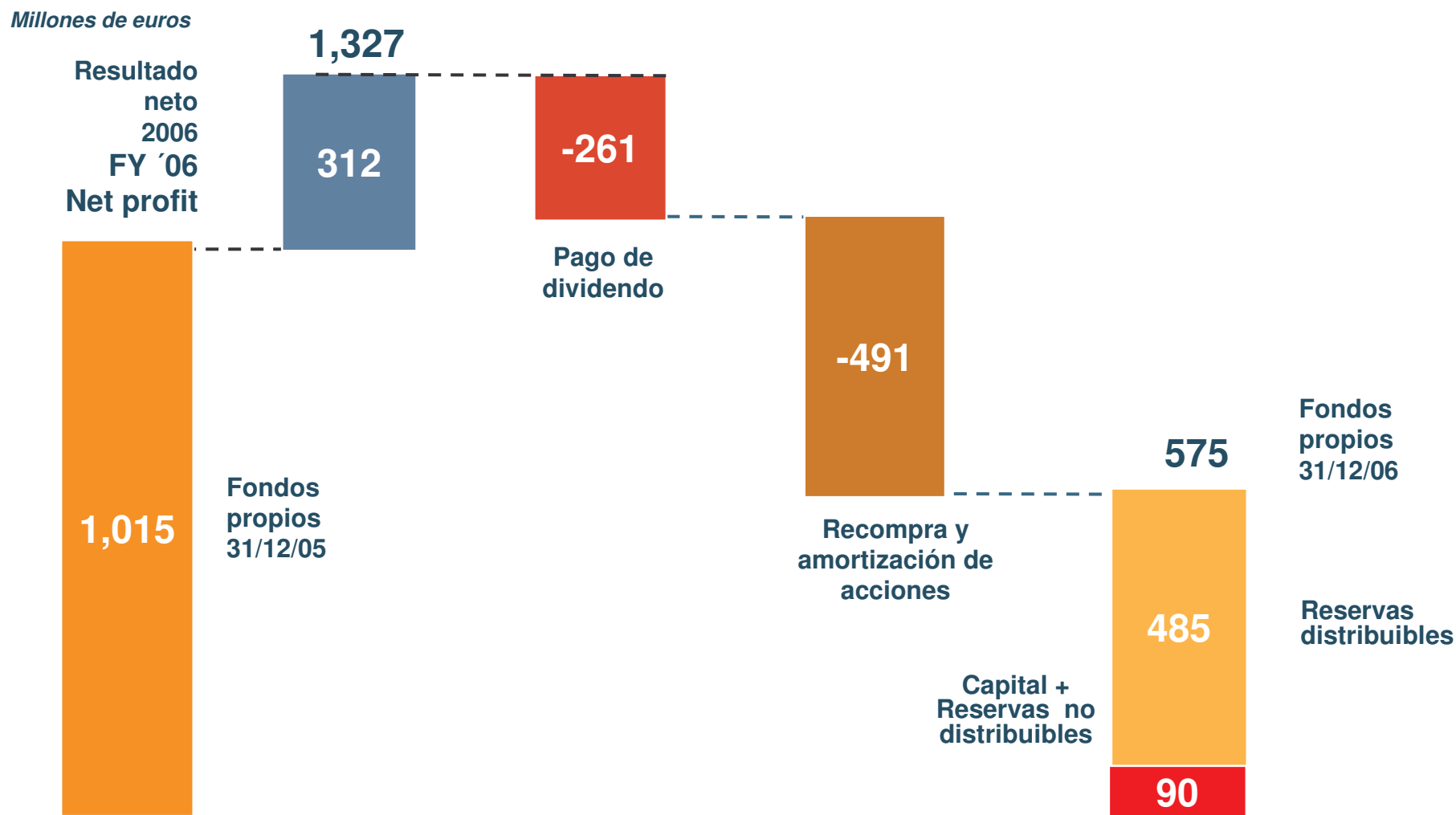
Porcentajes sobre el total de ventas económicas de la Logística General (no tabaquera) de 2006

LÍNEAS DE PRODUCTOS



CANALES

Los dividendos y la recompra de acciones sitúan las reservas distribuibles de Altadis, S.A. en € 485 millones



Nota: Las cuentas oficiales de la sociedad matriz Altadis, S.A. se presentan siguiendo los principios contables españoles (PGC, Plan General de Contabilidad)

Exposición al tipo de cambio del dólar: principalmente un impacto de conversión contable

La mayor parte de las actividades de Altadis (abastecimiento, fabricación y comercialización) se realizan por completo en la misma zona monetaria

Actividad en la zona del euro

No exposición – USD

Compras USD = Ventas USD

(compras netas, plazo de diferimiento > 12 meses)

Actividad en la zona del dólar

Exposición neta de + 300 mn de dólares

(contribución al EBITDA del Grupo)

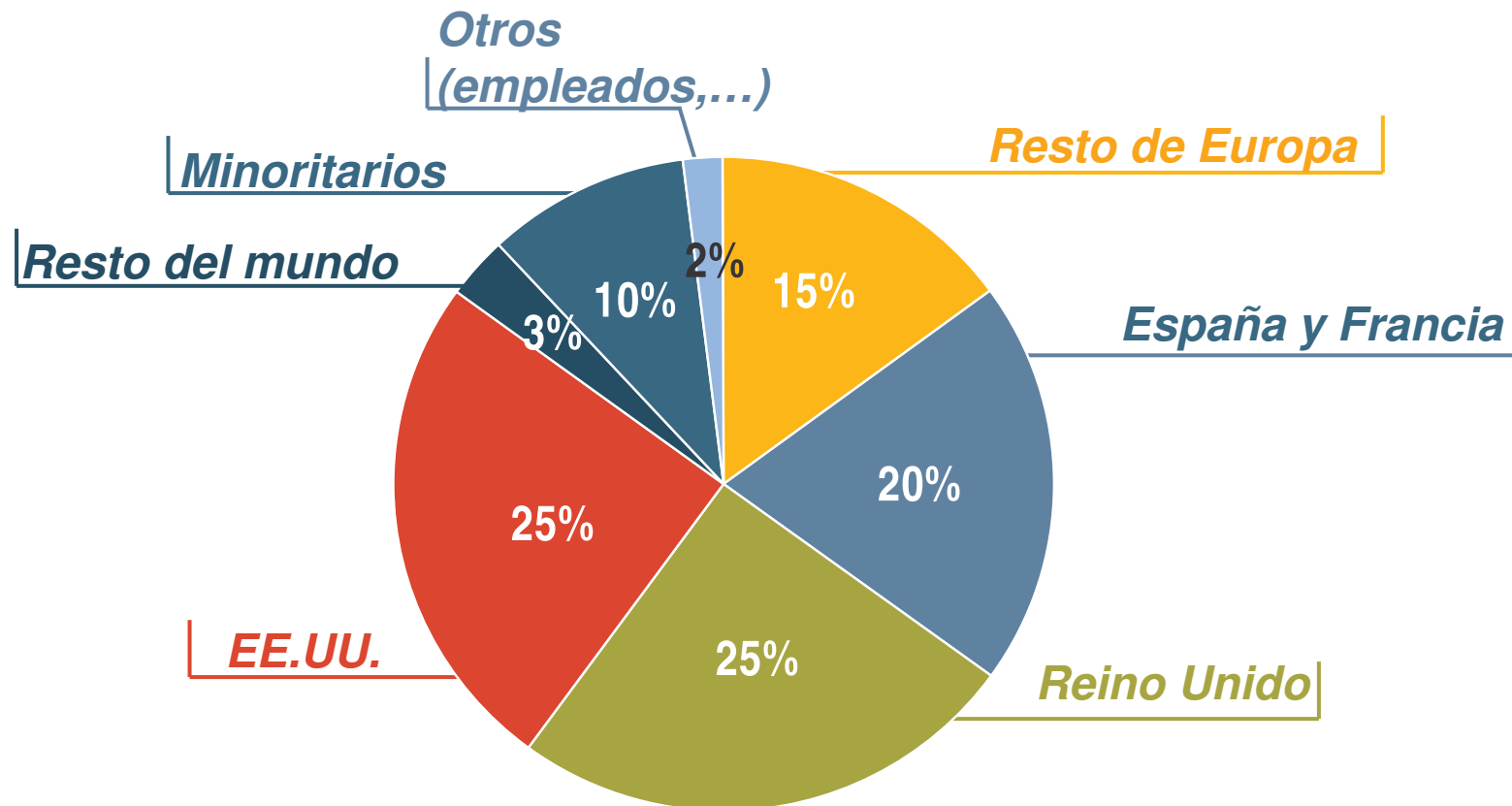
El desarrollo de las ventas en USD incrementa ligeramente el impacto del dólar en la cuenta de resultados

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

Escasas contingencias no recogidas en el balance

- Aval (*comfort letter*) por un crédito bancario concedido a una compañía del Grupo por importe de € 120 millones, del cual el 50% ya está incluido en el balance de situación del Grupo Altadis
- JR CIGAR: para la participación restante, opción de compra/venta que podrá ser ejercida al final de 2008. El precio de adquisición para este resto de acciones se establecerá en función de los resultados de la empresa en los últimos ocho trimestres previos al ejercicio de la opción de compra o de venta
- La mayoría de los planes de pensiones son de aportaciones definidas
- Todos los derivados han sido contabilizados en el Balance de situación (NIIF). Política prudente de coberturas financieras

Un accionariado internacional



Aproximadamente 100 inversores representan el 80% del accionariado institucional
Aproximadamente 150.000 accionistas minoritarios

El riesgo de litigios es limitado y cada vez menor

SITUACIÓN DE ALTADIS:

- Casos en curso: 2 demandas individuales + Junta de Andalucía + 1 demanda individual desestimada por el Juzgado de 1ª Instancia
- 21 sentencias favorables, ninguna decisión desfavorable
- La demanda de la Junta de Andalucía está en el curso de un largo proceso jurisdiccional que afecta tanto a tribunales civiles como administrativos (en relación con la necesidad de incluir al Estado en el proceso)
- Las sentencias favorables son generalmente tajantes

FACTORES CLAVE Y, CONCRETAMENTE, LA AUSENCIA DE:

- Class actions (hay un proyecto en Francia para permitir estas acciones colectivas)
- punitive damages (condenas ejemplarizantes)
- cuota litis (porcentaje de la condena)
- jurados populares

Distinguen de manera fundamental la legislación en Europa continental y EE.UU., lo que conduce a un tipo y nivel de riesgo totalmente diferente

Datos Trimestrales (NIIF)

VENTAS ECONÓMICAS

(Millones de euros)

	T1'05	T2'05	T3'05	T4'05	AÑO 2005	T1'06	T2'06	T3'06	T4'06	2006
Cigarrillos	468,3	529,2	476,1	505,8	1.979,4	393,1	425,4	432,1	442,0	1.692,6
Cigarros	190,1	224,2	232,5	237,9	884,7	212,4	237,8	209,9	227,7	887,8
Logística	259,2	303,1	285,6	298,8	1.146,7	279,3	301,7	296,1	313,7	1.190,8
Otros	10,1	41,1	58,3	52,1	161,6	46,4	54,0	59,5	50,6	210,5
Ajustes	(42,6)	(36,2)	41,0	(22,7)	(60,5)	(1,3)	(14,4)	8,7	(4,6)	(11,6)
Total	885,1	1.061,4	1.093,5	1.071,9	4.111,9	929,9	1.004,5	1.006,3	1.029,4	3.970,1

EBITDA

(Millones de euros)

	T1'05	T2'05	T3'05	T4'05	AÑO 2005	T1'06	T2'06	T3'06	T4'06	2006
Cigarrillos	159,9	182,1	162,0	163,7	667,7	115,5	133,8	143,3	131,3	523,9
Cigarros	46,0	61,5	75,2	71,0	253,7	66,2	76,2	69,3	69,3	281,0
Logística	58,4	90,6	81,8	79,9	310,7	62,0	85,5	83,4	79,3	310,2
Otros	(9,9)	(2,8)	3,8	8,1	(0,8)	(5,0)	3,7	9,3	(0,7)	7,3
Ajustes	(12,1)	(17,9)	30,3	0,3	0,6	12,5	-	9,3	3,6	25,4
Total	242,3	313,5	353,1	323,0	1.231,9	251,2	299,2	314,6	282,9	1.147,8