



Le 22 février 2007

RÉSULTATS D'ALTADIS POUR L'EXERCICE 2006 : L'EBE RESSORT À 1 148 MILLIONS D'EUROS

Les résultats de l'exercice 2006 ont largement pâti de la hausse de la fiscalité du tabac en Espagne au mois de février, avec pour conséquence directe un recul significatif des ventes et de la rentabilité sur ce marché clé. En réponse à cet événement, le déploiement des vastes mesures de réduction des coûts au sein d'Altadis a connu une montée en puissance. Dans ce contexte, et grâce aux très bonnes performances de la branche Cigares, de l'activité Cigarettes au Maroc et de la distribution des produits du tabac en Italie, le chiffre d'affaires économique et l'EBE du Groupe atteignent des niveaux proches de ceux de l'exercice 2005.

En octobre 2006, le Groupe a dévoilé ses principales orientations stratégiques à la communauté financière, réaffirmant à cette occasion le rôle clé de ses trois branches d'activité (Cigarettes, Cigares et Distribution) et sa confiance dans les perspectives de croissance de chacune d'elles.

Hier soir, Altadis a par ailleurs annoncé le lancement d'un projet de refonte organisationnelle visant, d'une part, à intégrer au sein de Logista la totalité des opérations de distribution en Europe et, d'autre part, à fédérer autour d'une seule et unique entité juridique l'ensemble de l'activité Cigares aux États-Unis. Une décision motivée par des raisons tant stratégiques que financières, puisqu'il s'agit à la fois de rationaliser la structure juridique et d'optimiser les ressources financières, l'assiette fiscale et les réserves distribuables.

RESULTATS FINANCIERS

Pour l'exercice 2006, le chiffre d'affaires économique d'Altadis s'établit à 3 970 millions d'euros, contre 4 112 millions d'euros en 2005.

Le chiffre d'affaires économique du Groupe pour le quatrième trimestre atteint 1 029 millions d'euros, contre 1 072 millions d'euros au quatrième trimestre 2005.

Le changement de périmètre (essentiellement dû à la consolidation d'Aldeasa, qui n'avait contribué que huit mois aux résultats de l'exercice 2005) a eu un impact positif de

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



28 millions d'euros, tandis que la faiblesse du dollar, qui a perdu en moyenne 0,6 % par rapport à l'exercice précédent (1,26 dollar pour 1 euro, contre 1,25 en 2005), a eu un impact négatif de -5 millions d'euros sur le chiffre d'affaires économique.

Le chiffre d'affaires économique de la branche Cigarettes s'élève à 1 693 millions d'euros, contre 1 979 millions d'euros en 2005. Ce repli de 286 millions d'euros (-14,5 %), en grande partie dû à la hausse des droits d'accise en Espagne, a été légèrement accentué par une baisse du niveau des stocks par rapport à l'année précédente.

Le chiffre d'affaires économique de la branche Cigares s'établit à 888 millions d'euros contre 885 millions d'euros en 2005, en hausse de 3 millions d'euros (+0,4 %), grâce aux très fortes performances réalisées aux États-Unis, essentiellement au premier semestre du fait de l'évolution du dollar et des prix au cours de l'exercice, ainsi que par les cigares cubains.

Le chiffre d'affaires économique de la branche Distribution ressort à 1 191 millions d'euros, contre 1 147 millions d'euros en 2005, soit une progression de 44 millions d'euros (+3,8 %). La forte croissance de la distribution du tabac en Italie et au Maroc et de l'ensemble de la distribution généraliste a plus que compensé le recul enregistré par la distribution des produits du tabac en Espagne.

Le chiffre d'affaires économique des Autres activités (Aldeasa et frais généraux), s'élève à 210 millions d'euros (contre 162 millions d'euros en 2005), reflétant l'entrée d'Aldeasa dans le périmètre de consolidation le 1^{er} mai 2005, tandis que les Éliminations intragroupe ressortent à -12 millions d'euros (contre -61 millions d'euros en 2005, du fait d'une augmentation des stocks à cette période).

Avec un EBE de 1 148 millions d'euros (1 232 millions d'euros en 2005), la marge d'EBE d'Altadis s'élève à 28,9 % (contre 30,0% en 2005).

L'EBE du Groupe pour le quatrième trimestre atteint 283 millions d'euros (323 millions d'euros au quatrième trimestre 2005).

Au cours de l'exercice, le changement de périmètre eu un impact positif de 6 millions d'euros. Les restructurations ont généré 54 millions d'euros d'économies, et les mesures de réduction des coûts déployées en 2006, 91 millions d'euros, conformément au calendrier établi, tandis que l'incidence du cours du dollar s'est révélée négative, à -2 millions d'euros.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



La branche Cigarettes affiche un EBE de 524 millions d'euros, contre 668 millions d'euros en 2005, en recul de 144 millions d'euros. Ce résultat reflète essentiellement le repli de la marge en Espagne depuis début 2006, mais également la baisse des ventes et la dégradation de la structure des ventes, dont l'impact a toutefois été modéré par des efforts fructueux de restructuration et de réduction des coûts.

L'EBE de la branche Cigares enregistre une solide progression de 27 millions d'euros (+10,8 %), à 281 millions d'euros (254 millions d'euros en 2005), grâce, là encore, à d'excellentes performances au premier semestre.

L'EBE de la branche Distribution est resté quasiment stable, à 310 millions d'euros (311 millions d'euros en 2005), malgré l'évolution défavorable des prix en Espagne.

L'EBE des Autres activités s'inscrit à 7 millions d'euros (contre -1 million d'euros en 2005), cette amélioration étant liée à la consolidation d'Aldeasa et au recul des frais généraux du Groupe sous l'effet des mesures de réduction des coûts. Les Éliminations, qui correspondent essentiellement à des ventes intragroupe de produits finis, s'établissent à 26 millions d'euros (contre 1 million d'euros en 2005), suite à une réduction des stocks et à une baisse des marges en Espagne.

Les amortissements s'élevant à -199 millions d'euros, contre -195 millions d'euros en 2005, essentiellement du fait de l'amortissement des concessions aéroportuaires d'Aldeasa, le résultat des activités ordinaires s'établit à 949 millions d'euros, contre 1 037 millions d'euros en 2005.

À -91 millions d'euros, contre +16 millions d'euros en 2005, les Autres produits et charges reflètent plusieurs éléments exceptionnels, notamment la charge de restructuration, la dépréciation des actifs de Balkan Star et les plus-values réalisées sur la cession d'actifs non stratégiques (telle l'usine de Valence). Le résultat opérationnel s'élève donc à 858 millions d'euros, contre 1 053 millions d'euros en 2005.

Le résultat financier s'établit à -116 millions d'euros (contre -88 millions d'euros en 2005), essentiellement du fait de l'augmentation de l'endettement net moyen, passé de 1 965 millions d'euros en 2005 à 2 241 millions d'euros, suite au rachat, courant 2006, des 20 % restants du capital d'Altadis.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs
TÉL. : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 90 33
E-mail : paozalla@altadis.com



L'impôt sur les sociétés ressort à -242 millions d'euros, contre -337 millions d'euros en 2005. Le taux effectif d'imposition s'élève à 32,6 %, contre 34,9 % en 2005. Un crédit d'impôt récurrent de 24 millions d'euros a par ailleurs été constaté séparément directement dans le bilan en application des normes IFRS, au titre de l'amortissement fiscalement déductible des survaleurs.

Le résultat des sociétés mises en équivalence est passé de 1 million d'euros en 2005 à 9 millions d'euros, suite d'une part à l'augmentation de la contribution des sociétés mises en équivalence, et d'autre part à la cession de la participation d'Altadis dans Cita.

Les intérêts minoritaires, qui concernent essentiellement Logista et JR Cigar, s'établissent à -57 millions d'euros (contre -53 millions d'euros en 2005).

Le résultat net s'élève à 453 millions d'euros, contre 577 millions d'euros en 2005, essentiellement du fait de l'érosion des bénéfices sur le marché espagnol des cigarettes et des éléments exceptionnels mentionnés ci-dessus, notamment la charge de restructuration. Le bénéfice par action s'établit à 175 centimes d'euros, contre 212 centimes d'euros en 2005, avec un résultat nettement supérieur en termes de trésorerie générée, à 243 centimes d'euros (267 centimes d'euros en 2005).

Le flux de trésorerie opérationnel généré au cours de l'exercice 2006 atteint 951 millions d'euros (contre 446 millions d'euros en 2005, un niveau anormalement bas dû à des éléments exceptionnels), suite essentiellement à l'amélioration du besoin en fonds de roulement. Le programme de cessions non stratégiques a porté sur un montant de 280 millions d'euros.

L'endettement net a reculé de 164 millions à 2 669 millions d'euros, contre 2 833 millions d'euros au 31 décembre 2005.

Le 7 juin 2006, l'Assemblée générale a approuvé l'annulation de 13,1 millions d'actions (4,9 % des actions en circulation), ce qui ramène le nombre moyen d'actions en circulation à 259,2 millions pour l'exercice 2006, soit 4,8 % de moins qu'en 2005. Le nombre d'actions en circulation s'établit à 256,1 millions, dont 2,7 millions détenues par le Groupe en autocontrôle au 31 décembre 2006.

L'Assemblée générale a approuvé le rachat d'une nouvelle tranche d'actions à hauteur de 5 %. La direction du Groupe a annoncé son intention de racheter au moins 3 % de ses

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



propres actions d'ici juin 2007, toujours confiante de pouvoir renouer avec un rythme annuel d'acquisition de 5 % en 2008.

Conformément à l'engagement du Groupe d'assurer une croissance annuelle à deux chiffres du dividende par action, le Conseil d'Administration proposera, à l'approbation de la prochaine Assemblée générale la distribution d'un dividende de 1,1 euro par action en 2007, soit une augmentation de 10 % par rapport au 1 euro versé en 2006.

RAPPORT D'ACTIVITE

Progression des ambitieux plans de restructuration et de réduction des coûts

Début 2006, le groupe Altadis a nettement intensifié ses efforts de restructuration et de rationalisation afin de faire face à l'évolution significative de ses activités et de l'environnement économique sur le marché du tabac. Les mesures s'articulaient autour de trois axes :

- un premier plan de restructuration, lancé avant 2006 (64 millions d'euros d'économies) ;
- un programme de réduction des coûts mis en place le 1^{er} février 2006 (91 millions d'euros d'économies) ;
- un nouveau projet de restructuration lancé le 14 février 2006 (60 millions d'euros d'économies).

Au total, ce sont plus de 215 millions d'euros qui devraient ainsi être économisés sur trois ans. Aux 145 millions d'euros d'économies réalisées en 2006 devraient en effet s'ajouter 46 millions d'euros en 2007 et 24 millions d'euros en 2008.

Le premier plan de restructuration est en voie d'achèvement : après la fermeture des principaux sites concernés (Lille en août 2005 et l'usine de cigares de Cadix en décembre 2005), deux autres fermetures (Séville et Tarragone) et de nouveaux départs sont prévus pour 2007.

Le programme de réduction des coûts décidé par la direction d'Altadis le 1^{er} février 2006 suite aux évolutions survenues sur certains des principaux marchés du Groupe, notamment en Espagne, a permis d'économiser 91 millions d'euros en 2006, sans surcoût additionnel.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



Le dernier plan de restructuration a été lancé le 14 février 2006 et son déploiement est en cours. Il prévoit une réorganisation tant des fonctions corporate que des directions des « business units », doublée de leur centralisation géographique. Les avancées technologiques, les restrictions frappant la commercialisation des produits du tabac et, dans le cas de la Direction Régionale de Distribution de Paris-Nord, le recul des volumes distribués en France ont également été pris en considération. Ce programme devrait se traduire par une réduction de plus de 470 postes entre 2006 et 2007, ainsi que par des économies récurrentes de 60 millions d'euros, essentiellement en 2007, moyennant un coût estimé à 86 millions d'euros.

L'effort de restructuration a été étendu au Maroc, avec l'annonce de la fermeture de l'usine de Kenitra, et à la Russie, conduisant au total à 272 départs.

Cigarettes : une année difficile marquée par l'augmentation des droits d'accise en Espagne

Au cours de l'exercice, le Groupe a vendu 119 milliards de cigarettes contre 135 milliards en 2005, pour un total de 1 693 millions d'euros (1 979 millions d'euros en 2005). La baisse des volumes s'explique essentiellement par une très faible activité commerciale en Russie au premier semestre et par le déclin continu des cigarettes brunes. Le fléchissement des ventes en valeur est dû conjointement au recul des volumes et à la hausse de la fiscalité en Espagne.

Segments

Les ventes de cigarettes blondes, qui représentent 75 % du chiffre d'affaires de la branche, s'établissent à 1 264 millions d'euros, contre 1 427 millions d'euros en 2005. Elles ont enregistré une forte progression de 18,4 % au Maroc et de 10,6 % sur les autres marchés européens du Groupe (Benelux, Finlande, Europe centrale). En Espagne, les importantes modifications de la fiscalité et des prix qui se sont succédé en début d'année ont pesé très lourdement sur les ventes, mais le marché semble à présent en passe de renouer avec la rentabilité. En France, les ventes de blondes sont restées stables, tandis qu'en Allemagne, elles ont suivi l'évolution du marché des cigarettes en volume (-3,9 %). Les exportations à destination du Moyen-Orient ont montré des signes de volatilité et reculé de 5,8 % en volume, suite aux événements survenus dans la région et à la réorganisation des flux logistiques.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



Les volumes totaux de cigarettes brunes vendus sur les marchés ont baissé de 18,4 % en Espagne et de 11,2 % en France. Au total, les ventes de cigarettes brunes d'Altadis s'établissent à 282 millions d'euros, contre 394 millions d'euros en 2005. Ce résultat s'explique en grande partie par la hausse de la fiscalité en Espagne, couplée à des performances très médiocres au premier semestre en Russie.

Cigarettes blondes

En Espagne, les ventes de cigarettes blondes du Groupe se sont élevées à 265 millions d'euros (contre 410 millions d'euros en 2005), sur un segment en progression de 0,6 % en volume. La part de marché d'Altadis s'établit à 25,3 % (contre 26,9% en 2005) avec un portefeuille porté avec succès de deux à trois marques : Fortuna, Ducados Rubio et Nobel. L'année 2006 a été marquée par une hausse de la fiscalité (le taux moyen est passé de 72,5 % en 2005 à 78,2 %, assorti de l'introduction d'un minimum de perception) et par des modifications de prix, parallèlement à l'entrée en vigueur de la proscription de toute publicité en faveur du tabac et de l'interdiction de fumer sur le lieu de travail. Les prix de vente au détail des principales marques de cigarettes ont retrouvé leur niveau de mi-2005, mais au détriment de la part fabricant, qui accuse un repli d'environ 30 %. Par ailleurs, l'écart entre le prix de vente des marques les plus chères et celui des marques les plus abordables a été ramené à 80 centimes d'euro par paquet, après avoir atteint jusqu'à 1,75 euro courant 2005. En conséquence, la part de marché des cigarettes à très bas prix qui, après avoir rapidement progressé en 2005, atteignait plus de 30 % fin janvier 2006, a fortement reculé par la suite. Au mois de novembre, le minimum de perception applicable a été porté de 55 à 70 euros pour mille unités, entraînant une révision des prix à la hausse sur ce segment. Début 2007, le prix du paquet de cigarettes de la plupart des marques a été relevé de 20 centimes d'euro, compensant ainsi partiellement le recul des marges enregistré en 2006 et laissant entrevoir un retour à la stabilité et à la rentabilité.

En France, sur un marché global en progression de 1,8 %, le segment blond a gagné 3,2 % en volume. La part de marché d'Altadis s'établit à 18,0 % (18,6 % en 2005), tandis que les ventes restent stables, à 215 millions d'euros. Après la clôture de l'exercice, le 1^{er} février 2007, une nouvelle réglementation renforçant l'interdiction de fumer dans les espaces publics et sur les lieux de travail est entrée en vigueur. Les bars-tabac, casinos, discothèques, hôtels et restaurants ont toutefois jusqu'au 1^{er} janvier 2008 pour l'appliquer, ce qui facilitera la transition.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs
TÉL. : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 90 33
E-mail : paozalla@altadis.com



En Allemagne, les relèvements de prix significatifs de ces dernières années ont provoqué un recul du marché des cigarettes de 3,9 % en volume sur l'exercice. La taxe applicable aux « tiges » (« sticks »), qui représentaient 20 % environ du marché, a été modifiée le 1^{er} avril, entraînant une constitution massive de stocks par anticipation. Si les tendances réelles de consommation restent floues, elles dénotent déjà une évolution en faveur des scaferlatis, des produits détaxés et, dans une moindre mesure, des marques de cigarettes à bas prix. Emboîtant le pas à d'autres marques clés, Gauloises Blondes a vu son prix relevé de 20 centimes d'euros par paquet le 1^{er} octobre 2006. De 6,1 % en 2005, la part de marché d'Altadis a été ramenée à 5,9 % en 2006, mais elle enregistre une progression sur le segment haut de gamme ; les ventes ressortent à 184 millions d'euros, contre 191 millions d'euros en 2005. Dans les autres pays d'Europe, la part de marché du Groupe s'élève à 16,8 % en Finlande, 8,2 % au Luxembourg, 7,9 % en Autriche et 6,0 % en Belgique ; en Pologne, dans un environnement concurrentiel toujours âpre, elle s'établit à 7,6 % (contre 8,6 % en 2005), Altadis ayant privilégié l'augmentation des marges par rapport à celle des volumes.

Au Maroc, Altadis bénéficie d'une solide position, soutenu par une robuste dynamique de croissance. Sur un marché blond en progression de 12,4 % en volume, la part d'Altadis s'établit à 85,2 % (83,1 % en 2005), avec des ventes en hausse de 18,4 %, à 164 millions d'euros (139 millions d'euros en 2005). Altadis s'appuie sur un portefeuille international attractif articulé autour de quatre marques phares : Fortuna, Gauloises, News et Fine. L'évolution du chiffre d'affaires a également bénéficié des hausses de prix régulières, dont la dernière (+3 %) est intervenue en juin 2006. Au mois de juillet, dans le cadre d'un projet de loi sur l'organisation du marché du tabac, le gouvernement marocain a prolongé le monopole d'Altadis jusqu'en décembre 2010.

Suite aux événements survenus dans la région et à la réorganisation des flux logistiques, les exportations à destination du Moyen-Orient ont montré des signes de volatilité au cours de l'exercice, d'où une réduction des stocks existants et une baisse de 7,1 % des ventes, ramenées de 147 millions d'euros en 2005 à 137 millions d'euros. Les marques Altadis demeurent toutefois solidement implantées dans plusieurs pays, notamment en Syrie, au Liban et en Jordanie, où le Groupe détient des parts de marché significatives. Le retour au calme dans la région et la plate-forme d'activité existante ouvrent des perspectives prometteuses pour l'année prochaine et plaident en faveur d'une reprise de la croissance.

En Russie, les ventes ont commencé à se redresser dès la fin du premier semestre, après des performances médiocres, mais elles ont pâti au quatrième trimestre d'une base de

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



comparaison supérieure à la moyenne en 2005. Pour l'exercice 2006, les ventes s'établissent à 71 millions d'euros, contre 94 millions d'euros en 2005. La marque Brilliant a été lancée en mars, suivie de Fortuna fin 2006. L'ensemble des marques internationales d'Altadis, en particulier Gauloises, se sont très bien comportées, comme l'attestent les volumes d'unités vendus, multipliés par 2,5 par rapport à l'exercice précédent.

Soucieux de renforcer la présence de ses marques à l'international, le Groupe noue des alliances dans des régions spécifiques du globe, notamment en Asie, où un accord de licence pour Gauloises et Gitanes a été conclu avec un acteur majeur au mois d'octobre.

Marques

Gauloises, la marque phare du Groupe, a dû faire face à un recul des volumes totaux de cigarettes vendus sur la plupart des marchés, à l'exception du marché français, qui a connu une évolution satisfaisante, ainsi qu'à la volatilité des ventes dans certains pays du Moyen-Orient. Les ventes de la version blonde s'établissent à 449 millions d'euros (contre 468 millions d'euros en 2005), et les ventes à l'international, à 375 millions d'euros (contre 392 millions d'euros en 2005). La place de n°3 de la marque demeure solidement établie en Allemagne et en Autriche, avec une part de marché de 5,9 % et de 7,9 %, respectivement, malgré la concurrence croissante de marques à plus bas prix. La part de marché en Belgique, au Maroc et en Russie a poursuivi sa progression.

Fortuna, l'autre marque emblématique du Groupe, a vu ses ventes ramenées de 362 millions d'euros en 2005 à 244 millions d'euros, reflétant pleinement l'évolution du marché espagnol. En France, où la marque a bien progressé ces dernières années, sa part de marché a légèrement progressé pour atteindre 2,7 %, contre 2,6 % en 2005. Sa performance a été encore meilleure au Maroc, où la marque s'est octroyé une part de 8,1 % du marché blond (contre 7,6 % en 2005). En Espagne, le principal marché de Fortuna, la part de marché atteint 13,1 % pour l'exercice 2006 (17,2 % en 2005), preuve du solide redressement amorcé depuis plusieurs mois après une âpre concurrence sur les prix jusqu'en février 2006, et de la très faible part de marché de la marque à cette période (8,8 %). Fortuna confirme ainsi définitivement sa position clé sur le segment milieu de gamme en Espagne.

Depuis son lancement en juin 2005 au prix de 1,35 euro par paquet pour capitaliser sur le développement des cigarettes à très bas prix en Espagne, Ducados Rubio affiche des performances remarquables, portée par une solide dynamique de croissance : sa part de marché s'établit à 7,2 % (contre 3,9 % en 2005) et, après plusieurs hausses successives, le

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs
TÉL. : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 90 33
E-mail : paozalla@altadis.com



prix du paquet atteint aujourd'hui 2,20 euros. Une optimisation de la marge et un capital-marque qui ont permis à Altadis d'équilibrer et de renforcer l'attrait de son portefeuille de marques sur le marché espagnol.

Marquise, au Maroc, a amélioré sa solide position avec 8,0 milliards d'unités vendues, ce qui lui a permis d'atteindre une part du marché blond de 74,3 % (contre 71,8 % en 2005) et de réaliser un chiffre d'affaires de 138 millions d'euros (soit un gain de 20,2 % par rapport aux 115 millions d'euros enregistrés en 2005). Pour la raison évoquée précédemment (niveau initial des stocks), les ventes de la marque Balkan Star en Russie sont restées médiocres dans un environnement extrêmement difficile. Nobel, en Espagne, a vu sa part du marché blond se redresser légèrement à partir de janvier pour atteindre 4,5 % (5,2 % en 2005), tandis que News maintenait sa position en France sur le segment, à 5,2 %. Smart, n°3 en Finlande, a conservé une part de marché élevée, à 14,7 % (15,5 % en 2005).

Pour se positionner sur le segment super-premium, Altadis lance une cigarette sous la marque Montecristo, qui sera distribuée sur les marchés duty-free et dans certains pays courant 2007.

Avec un EBE de 524 millions d'euros (668 millions d'euros en 2005), la marge d'EBE de la branche Cigarettes s'élève à 31,0 % (contre 33,7% en 2005). Ce recul est dû à la forte baisse du taux de marge en Espagne suite aux hausses fiscales intervenues en début d'année, l'effet dilutif n'ayant été que partiellement compensé par les gains de restructuration et les réductions de coûts.

Cigares : forte croissance de la rentabilité

Le chiffre d'affaires économique total de la branche Cigares (888 millions d'euros) se ventile essentiellement comme suit : États-Unis (environ 55 %), Europe (17 %) et cigares cubains (15 %).

Les principaux moteurs des excellentes performances de l'exercice demeurent le marché américain et les marques de cigares cubains.

Aux États-Unis, Altadis USA continue de mettre l'accent sur le segment des cigares haut de gamme, c'est-à-dire sur les cigares à cape naturelle, notamment sur les marques Dutch Masters et Backwoods, ainsi que sur les cigares premium (faits main), dont Romeo y Julieta,

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com



particulièrement dynamique – stratégie qui s’est révélée très efficace, comme les années précédentes. Les ventes totales d’Altadis USA ont enregistré une progression de 4,1 % en dollars, et ressortent, après conversion, à 487 millions d’euros (+3,4 % par rapport aux 471 millions d’euros enregistrés en 2005). La performances du quatrième trimestre est parfaitement en ligne avec celles des neuf premiers mois de l’exercice, mais la performance du second semestre est pénalisée par une base de comparaison très élevée, due à la fois aux très bons résultats enregistrés au deuxième trimestre du fait de l’anticipation par le marché des augmentations de prix du mois de juin, et aux relèvements de prix intervenus au troisième trimestre 2005. Les niveaux de consommation latents restent solides, malgré l’intensification de la concurrence sur un marché qui évolue vers des produits de format plus petit.

Les ventes de cigares cubains enregistrées dans les comptes d’Altadis (50 % de l’ensemble des ventes de ce segment puisqu’elles sont consolidées proportionnellement à la participation du Groupe dans Corporación Habanos) affichent une croissance de 12,1 % en euros (+12,8 % en dollars) à 135 millions d’euros (121 millions d’euros en 2005). La stratégie à l’appui des cigares cubains est désormais bien établie et associe produits de grand luxe (avec des exclusivités et des éditions limitées, comme Cohiba Behike cette année) et produits de luxe plus abordables (Mini cubanos) pour une sélection de marques. Les ventes se sont très bien comportées sur les marchés matures (en Allemagne, par exemple) et ont enregistré des performances très encourageantes sur de nombreux marchés émergents (Russie, Asie-Pacifique et Amérique latine).

En Europe, le marché espagnol du cigare a été beaucoup plus touché que le marché des cigarettes par les nouvelles réglementations, en particulier par les restrictions pesant sur la vente à consommer sur place (restaurants, bars, etc.), segment sur lequel Altadis était particulièrement bien positionné. Les ventes d’Altadis en Espagne sont donc inférieures à l’année dernière, s’établissant à 83 millions d’euros contre 96 millions d’euros en 2005, soit un repli de 12,9 %, mais montrent des signes de reprise avec des chiffres au second semestre 2006 plus proches de ceux du second semestre 2005. En France, elles ont légèrement fléchi, à 55 millions d’euros (57 millions d’euros en 2005), sur un marché atone.

Avec un EBE de 281 millions d’euros (contre 254 millions d’euros en 2005), la branche Cigares a fortement amélioré sa marge d’EBE de 300 points pour atteindre 31,7 %. Cette progression exceptionnelle est le fruit d’une croissance rentable et des économies générées par les restructurations.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs
TÉL. : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 90 33
E-mail : paozalla@altadis.com



Distribution : solide performance de la distribution du tabac en Italie et au Maroc

La distribution du tabac représente 47 % de l'ensemble de l'activité Distribution. La performance de la distribution du tabac reflète les tendances des marchés des cigarettes en volume, notamment celles des marchés espagnol (-1,9 %), français (+1,8 %), italien (+1,1 %) et marocain (+3,7 %) et, de manière indirecte, les modifications de la fiscalité et des prix de vente au détail. Les ventes s'élèvent à 570 millions d'euros, contre 562 millions d'euros en 2005, en hausse de 1,3 %.

Avec un chiffre d'affaires économique de 637 millions d'euros, contre 600 millions d'euros en 2005, la distribution généraliste (c'est-à-dire hors tabac) affiche une croissance de 6,3 %. L'activité a progressé notamment dans les services de transport en Espagne et au Portugal (+16,4 %), ainsi que dans la distribution pharmaceutique (chiffre d'affaires de 17 millions d'euros et croissance de 14,5 %).

Au Maroc, la distribution généraliste est en plein essor et génère près de 10 % du chiffre d'affaires économique de la branche dans ce pays. Altadis Maroc a distribué 36 millions de cartes téléphoniques (+67,7 %) et enrichi sa gamme, notamment dans le domaine des services de paiement électronique (en commençant par Maroc Telecom).

Avec un EBE de 310 millions d'euros (311 millions d'euros en 2005), la marge d'EBE de la branche Distribution s'élève à 26,0 %, contre 27,1% en 2005.

Autres activités

Les Autres activités concernent désormais essentiellement Aldeasa (50 % des ventes totales d'Aldeasa, consolidées proportionnellement à la participation du Groupe dans la société) et les frais généraux. Le chiffre d'affaires économique et l'EBE ressortent à 184 millions d'euros et 35 millions d'euros respectivement pour Aldeasa (contre 119 millions d'euros et 28 millions d'euros l'année dernière, la société n'étant entrée dans le périmètre de consolidation que le 1^{er} mai 2005), et à 210 millions d'euros et 7 million d'euros respectivement pour l'ensemble du poste Autres activités (contre 162 millions d'euros et -1 million d'euros en 2005).

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs
TÉL. : 34 91 360 92 47
FAX : 34 91 360 90 33
E-mail : paozalla@altadis.com

**Perspectives**

Si l'année 2006 a été marquée par des défis sans précédent, elle a également vu la création d'une solide plate-forme opérationnelle qui devrait permettre au Groupe de retrouver, dès 2007, le chemin de la croissance. Altadis s'attachera à développer l'activité en renforçant son capital-marques. Parallèlement, le déploiement des programmes de restructuration en cours sera finalisé, contribuant à l'amélioration des résultats. La poursuite du plan de cession d'actifs non stratégiques (qui cible des rentrées de fonds de 200 millions d'euros d'ici deux ans) et le projet de refonte organisationnelle annoncé hier donneront au Groupe une assise plus forte pour poursuivre sa politique de retour à l'actionnaire avec une croissance à deux chiffres du dividende dans les années à venir, conformément à sa stratégie, et le rachat de ses propres actions à hauteur de 3 % minimum d'ici à juin 2007, avant de revenir à 5 % en juin 2008.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com

Compte de résultat au 31 décembre 2006

<i>(en millions d'euros)</i>	EXERCICE 2005	EXERCICE 2006	Variation 2005-2006
Chiffre d'affaires	12 708,2	12 495,8	-1,7 %
Chiffre d'affaires économique	4 111,9	3 970,1	-3,4 %
EBE	1 231,9	1 147,8	-6,8 %
EBITA	1 091,8	1 015,0	-7,0 %
Résultat des activités ordinaires	1 036,9	948,9	-8,5 %
Autres produits et charges	16,5	(90,5)	NA
Résultat opérationnel	1 053,4	858,4	-18,5 %
Résultat financier	(87,8)	(115,9)	+32,0 %
Impôts sur les sociétés	(336,6)	(242,2)	-28,0 %
Sociétés mises en équivalence	0,5	9,0	NA
Intérêts minoritaires	(52,9)	(56,6)	+7,0 %
Résultat net part du Groupe	576,6	452,7	-21,5 %
BNPA (en centimes d'euro) (1)	212	175	-17,5 %
BNPA (trésorerie générée) (en centimes d'euro)	267	243	-9,3 %
Nombre moyen d'actions (en millions) (2)	272,3	259,2	Diminution de 4,8 %

(1) Le bénéfice par action en circulation et le bénéfice par action après dilution restent inchangés

(2) Nombre moyen d'actions = moyenne du (nombre d'actions - autocontrôle)

Au 31 décembre 2006, le nombre d'actions en circulation s'élevait à 256,1 millions, dont 2,7 millions détenues par le Groupe en autocontrôle.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com

RÉSULTATS TRIMESTRIELS

Chiffre d'affaire économique (en millions d'euros)	T1 2005	T2 2005	T3 2005	T4 2005	EX. 2005	T1 2006	T2 2006	T3 2006	T4 2006	EX 2006
Cigarettes	468,3	529,2	476,1	505,8	1 979,4	393,1	425,4	432,1	442,0	1 692,6
Cigares	190,1	224,2	232,5	237,9	884,7	212,4	237,8	209,9	227,7	887,8
Distribution	259,2	303,1	285,6	298,8	1 146,7	279,3	301,7	296,1	313,7	1 190,8
Autres	10,1	41,1	58,3	52,1	161,6	46,4	54,0	59,5	50,6	210,5
Éliminations	-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

EBE (en millions d'euros)	T1 2005	T2 2005	T3 2005	T4 2005	EX. 2005	T1 2006	T2 2006	T3 2006	T4 2006	EX 2006
Cigarettes	159,9	182,1	162,0	163,7	667,7	115,5	133,8	143,3	131,3	523,9
Cigares	46,0	61,5	75,2	71,0	253,7	66,2	76,2	69,3	69,3	281,0
Distribution	58,4	90,6	81,8	79,9	310,7	62,0	85,5	83,4	79,3	310,2
Autres	-9,9	-2,8	3,8	8,1	-0,8	-5,0	3,7	9,3	-0,7	7,3
Éliminations	-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	282,8	1 147,8

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com

Définitions des concepts propres à Altadis

Chiffre d'affaires économique : Pour les branches Cigarettes et Cigares, le chiffre d'affaires économique équivaut au chiffre d'affaires net + consignations + remises pour paiements anticipés. Pour la branche Distribution, il correspond aux frais de distribution facturés (contrairement au chiffre d'affaires net, qui intègre également la valeur des produits distribués).

EBE : Résultat des activités ordinaires avant amortissement des actifs corporels et incorporels.

EBITA : Résultat des activités ordinaires avant amortissement des actifs incorporels.

Résultat des activités ordinaires : Résultat opérationnel avant éléments non-récurrents.

Flux de trésorerie opérationnel : Flux de trésorerie d'exploitation + variation du besoin en fonds de roulement – impôts sur les sociétés – investissements de maintenance

BNPA (trésorerie générée) : Résultat net + Amortissement courant des actifs corporels et incorporels (net d'impôts) + Dépréciation d'actifs (nette d'impôts) + Crédits d'impôt constatés au bilan (générés par la déductibilité de l'amortissement des survaleurs et de certains actifs incorporels) net des minoritaires.

Organique : À périmètre de consolidation et taux de change constants.

CONTACT
RELATIONS INVESTISSEURS
:

Pedro ALONSO DE OZALLA
Directeur, relations investisseurs

TÉL. : 34 91 360 92 47

FAX : 34 91 360 90 33

E-mail : paozalla@altadis.com