



Résultats annuels

2006

Jeudi 22 février 2007



Sommaire

■ Chiffres clés et faits marquant 2006	page	3
■ Projet de nouvelle organisation juridique	page	7
■ Restructurations	page	8
■ Cigarettes	page	11
■ Cigares	page	22
■ Distribution	page	30
■ Résultats financiers	page	35
■ Conclusion	page	41
■ Annexes	page	43

Actions et obligations

Actions : code Isin - ES0177040013 Reuters - ALT.MC (Madrid) ALDS.PA (Paris) Bloomberg - ALT.SM (Madrid) ALD.SM (Paris)

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

Chiffres clés 2006

<i>en M€</i>	2005	2006	Var. 05-06
C.A. économique	4 112	3 970	-3,4 %
EBE	1 232	1 148	-6,8 %
Résultat net	577	453	-21,5 %
BNPA (en centimes d'euro) ⁽¹⁾	212	175	-17,5 %
BNPA trésorerie générée ⁽²⁾ (en centimes d'euro)	267	243	-9,3 %

Effectifs

27 437

(1) Le BNPA avant et après dilution reste inchangé.

(2) BNPA trésorerie générée : résultat net + amortissements et dépréciations (net de taxes) + provisions pour dépréciation (nettes de taxes) + profits bilanciaux sur taxes générés par la déductibilité de l'amortissement des survaleurs (net des minoritaires).

Faits marquants 2006

La hausse de la fiscalité en Espagne pèse sur les performances

- Le C.A. économique (-3,4 %) et l'EBE(- 6,8 %) d'Altadis sont conformes aux prévisions .
- La hausse de la fiscalité en Espagne a pesé sur les performances de la branche Cigarettes.
- La branche Cigares améliore sensiblement sa rentabilité (EBE +10,8 %), tirée par les ventes du marché américain et les cigares cubains.
- La branche Distribution enregistre de très bons résultats en Italie, au Maroc (dans la distribution du tabac) ainsi que dans toute la distribution généraliste.
- Les importantes économies réalisées en 2006 compensent partiellement la baisse de rentabilité du marché espagnol.
- Le résultat net ressort à 453 M€ (-21,5 %), le bénéfice net par action à 175 centimes d'€ (-17,5 %) et le bénéfice net par action en termes de trésorerie générée⁽¹⁾ à 243 centimes d'€ (-9,3 %) s'inscrivent en baisse sous l'effet d'importants évènements non récurrents qui se montent à -91 M€ (principalement des charges de restructuration).
- Forte génération de flux de trésorerie du fait des opérations (951 M€) et du fait de la cession d'actifs non stratégiques (280 M€)

(1) BNPA trésorerie générée : résultat net + amortissements et dépréciations (net de taxes) + provisions pour dépréciation (nettes de taxes) + profits bilanciaux sur taxes générés par la déductibilité de l'amortissement des survaleurs (net des minoritaires).

Chiffres clés 4e trimestre 2006

<i>en M€</i>	T4 2005	T4 2006	Var. 05-06
C.A. économique	1 072	1 029	-4,0 %
EBE	323	283	-12,4 %
Résultat net	154	114	-25,9 %
BNPA (en centimes d'euro) ⁽¹⁾	57	45	-22,1 %
BNPA trésorerie générée ⁽²⁾ (en centimes d'euro)	71	60	-15,8 %

(1) Le BNPA avant et après dilution reste inchangé.

(2) BNPA trésorerie générée : résultat net + amortissements et dépréciations (net de taxes) + provisions pour dépréciation (nettes de taxes) + profits bilanciaux sur taxes générés par la déductibilité de l'amortissement des survaleurs (net des minoritaires).

Des positions clés dans chaque activité

Cigarettes
Un acteur majeur en
Europe de l'Ouest

Cigares
N°1 mondial

Distribution
Un modèle unique

N°4 en Europe de l'Ouest
N°2 en Espagne
N°2 en France
N°4 en Allemagne
N°1 au Maroc

N°1 aux États-Unis
N°1 des cigares premium
N°1 en Espagne
N°1 en France

**Environ 450 000 points
de vente en Europe
de l'Ouest et au Maroc**

118,6 milliards de cigarettes⁽¹⁾
(-12,3 %)

3 281 millions de cigares
(-4,6 %)

C.A. net de **10 481M€**
(-2,1 %)

**C.A.
économique⁽²⁾ 1 693 M€** (-14,5 %)

888 M€ (+0,4 %)

1 191 M€ (+3,8 %)

(1) Dont 6,2 milliards de cigarettes fabriquées sous licence.

(2) Autres éléments à prendre en compte :
postes « Autres » : 210 M€ (162 M€ en 2005) et « Ajustements » : -12 M€ (-61 M€ en 2005).

Projets de nouvelle organisation juridique

- Deux projets :
 - La filialisation de l'activité Distribution en France en vue de son rattachement au groupe Logista
 - La simplification de la structure juridique de l'activité cigare américaine via son regroupement sous une même entité.
- Des objectifs clairs:
 - Accroître la visibilité de la Distribution pour lui permettre d'assurer son développement et sa diversification
 - Renforcer l'équilibre financier du Groupe et conforter sa capacité à maintenir sa politique financière
 - Donner une meilleure présentation du Groupe sur les marchés financiers
- Des projets sans impact sur l'emploi
- Calendrier:
 - Des projets soumis à information et consultation des instances représentatives du personnel



Ces projets traduisent la volonté du Groupe d'optimiser tous les paramètres opérationnels, juridiques et financiers pour améliorer et renforcer la position du Groupe

Accélération d'un ambitieux plan de réduction des coûts : 215 M€ d'économies sur la période 2006-2008

- Plan de restructuration I (lancé avant 2006) : 64 M€ d'économies
 - 49 M€ d'économies ont été engrangés en 2006 et 15 M€ d'économies supplémentaires seront réalisés dans les prochaines années (3 M€ en 2007 et 12 M€ en 2008).
 - Le programme est achevé depuis décembre 2004 au Maroc et septembre 2005 en France. Il est en cours en Espagne.
 - Il conduit à environ 1 500 départs en Europe (1 167 à fin 2005).
 - Le coût total du plan (hors Maroc), environ 277 M€, a déjà été provisionné sur les années précédentes.

- Plan de réduction des coûts 2006 (91 M€) est clos.

- Plan de restructuration II (lancé en février 2006) : 60 M€ d'économies.

- Échéancier des économies attendues :

<i>en M€</i>	2006 (*)	2007e	2008e
Total	145	46	24
Restructuration I	49	3	12
Plan de réduction des coûts	91	-	-
Restructuration II	5	43	12

(*) *exercice clos.*

2006 : un programme d'économies de 91 M€

- En réaction à :
 - la forte détérioration de la rentabilité sur le marché espagnol
 - la nouvelle loi réglementant la publicité et la promotion.
- Le programme d'économies le 1er février 2006 permettra de limiter l'impact négatif sur la performance d'Altadis.
- Il a généré des économies de 91 M€, sans surcoût. Elles seront en majeure partie récurrentes.
- La réduction des coûts touchera :
 - Les dépenses commerciales et de promotion (plus de 55 M€),
 - Les prestations externes (10 M€),
 - Différents projets (informatique, process, ...) qui seront reportés (près de 10 M€),
 - Autres éléments (plus de 10 M€).

Plan de restructuration II (annoncé le 14 février 2006)

- Altadis a dû procéder à des ajustements dans l'organisation de ses fonctions de Direction générale, de ses branches, de ses centres de recherche et de son infrastructure de distribution en France.
- Ce plan de restructuration est déployé en France et en Espagne.
- Il prévoit :
 - Le regroupement de toutes les fonctions de Direction générale en un lieu unique (Madrid),
 - Le regroupement de la direction de chaque branche sur un lieu unique pour chacune d'entre elles,
 - La fermeture du centre de recherche de Tres Cantos (Madrid),
 - La fermeture du centre de distribution de Paris Nord.
- Les économies dégagées seront de 56 M€ pour Altadis et de 4 M€ pour Logista, pour un coût global estimé à 86 M€, déjà comptabilisé en 2006.

CIGARETTES

Internationalisation



Cigarettes : chiffres clés 2006

<i>en M€</i>	2005	2006	Var. 05-06
Volume (en mds d'unités)	135 ⁽¹⁾	119 ⁽¹⁾	-12,3 %
C.A. économique	1 979	1 693	-14,5 %
Coûts	1 311	1 169	-10,8 %
EBE	668	524	-21,5 %
Marge d'EBE	33,7 %	31,0 %	-2,7 points

(1) Dont 6,5 mds de cigarettes pour 2005 et 6,2 mds de cigarettes pour 2006, sous licence auprès de tiers.

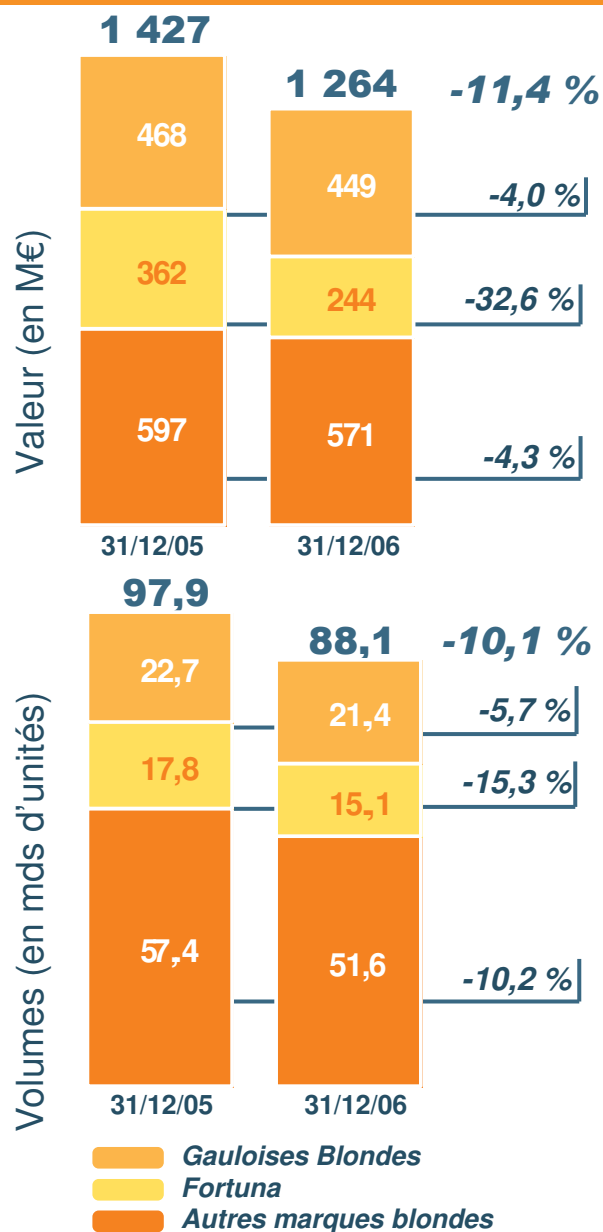
Cigarettes : faits marquants 2006

- En Espagne, les deux hausses de la fiscalité ont pesé sur la rentabilité des fabricants. L'augmentation des prix intervenue fin 2006 améliore les prévisions de bénéfices pour 2007.
- Les nouvelles restrictions en Espagne ont frappé la consommation, la publicité et la vente de tabac.
- Recul des volumes totaux sur certains marchés clés européens comme l'Espagne (-1,9 %) et l'Allemagne (-3,9 %) et légère reprise en volume en France (+1,6 %).
- Excellente performance au Maroc où tous les fondamentaux affichent une tendance à la hausse. Bons résultats dans le reste de l'Europe.
- Baisse des investissements commerciaux, conformément au plan de réduction des coûts.

Stratégie Cigarettes : amplifier l'internationalisation

- Capitalisation sur les marques stratégiques du Groupe : Gauloises, Fortuna et Gitanes.
 - Internationalisation de Gauloises dans le segment *sub-premium*.
 - Développement régional de Fortuna dans le segment entrée/milieu de gamme et de Gitanes.
- Compléter avec un portefeuille de marques tactiquement fortes, soit sur un marché, soit sur un segment (Balkan Star, Marquise, Ducados Rubio, News, Nobel, etc.)
- Renforcer notre position sur les nouveaux marchés – Maroc, Russie – et étendre notre présence en nouant des alliances.
- Pénétrer le segment super premium clé avec Montecristo.
- Donner la priorité à la réduction des coûts et poursuivre l'utilisation des cigarettes brunes comme générateur de trésorerie.

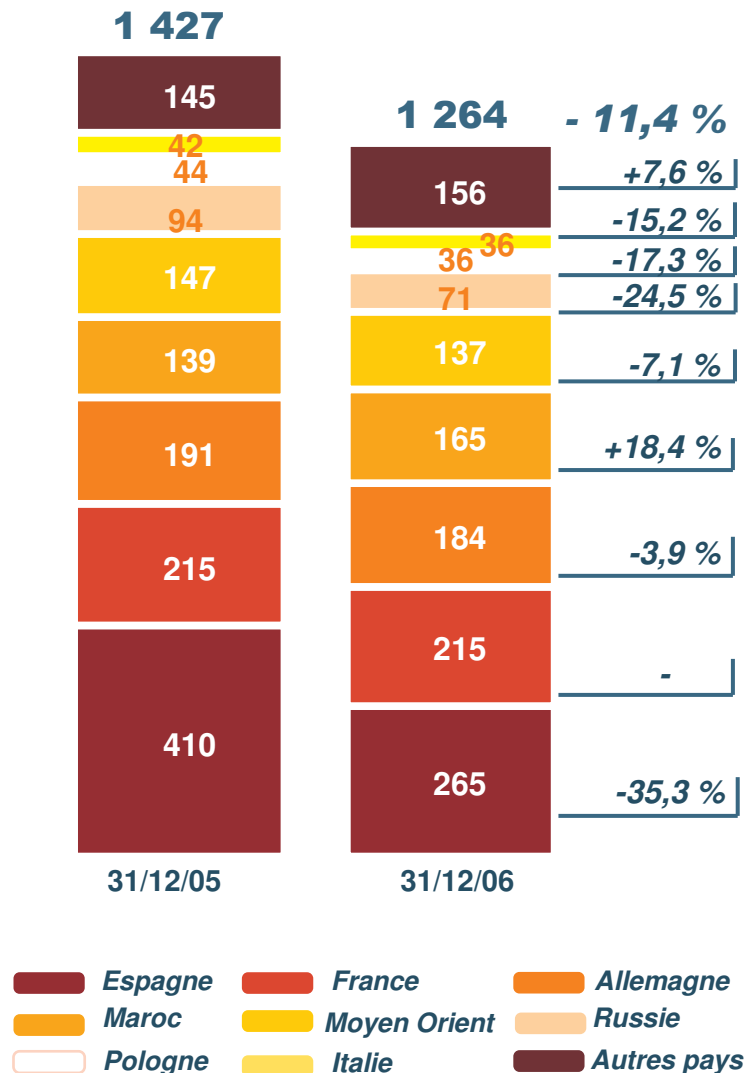
Cigarettes blondes : les ventes de Gauloises ont ralenti temporairement alors que Fortuna se heurte aux difficultés du marché espagnol



- **Gauloises Blondes** affectée par des conditions difficiles sur ses marchés clés.
- **Fortuna** :
 - Érosion de la part de marché et de la rentabilité en Espagne. Légère reprise enregistrée depuis février.
 - 2,7 % de part de marché en France et 8,1 % au Maroc.
- **Gitanes**, une marque internationale.
- **Marquise**, part de marché au Maroc en hausse à 74,3 %.
- **Balkan Star**, une marque tactique en Russie.
- **Ducados Rubio**, désormais une marque bien établie en Espagne, contribuant à l'élargissement du portefeuille.

Cigarettes blondes : contexte tarifaire difficile en Espagne mais performances en hausse au Maroc.

Valeur (en M€)



- **Espagne** : les hausses de la fiscalité et la structure des ventes pèsent sur le chiffre d'affaires.
- **France** : évolution favorable du marché.
- **Allemagne** : recul du marché.
- **Maroc** : très bons résultats.
- **Moyen-Orient** : priorité à la réorganisation des réseaux commerciaux dans un environnement politique perturbé.
- **Russie** : environnement difficile pour les marques locales. Les marques internationales d'Altadis se développent.

Cigarettes blondes : part de marché

<i>(Volumes en mds d'unités)</i>	2005	2006	Var. 05-06
Espagne			
<i>Volume</i>	21,2	20,1	-5,4 %
<i>Part de marché</i>	26,9 %	25,3 %	-1,6
France			
<i>Volume</i>	9,2	9,2	-
<i>Part de marché</i>	18,6 %	18,0 %	-0,6
Allemagne			
<i>Volume</i>	6,1	5,7	-6,1 %
<i>Part de marché</i>	6,1%	5,9 %	-0,2
Italie			
<i>Volume</i>	1,8	1,6	-11,2 %
<i>Part de marché</i>	2,0 %	1,6 %	-0,4
Autriche			
<i>Volume</i>	1,1	1,0	-4,6 %
<i>Part de marché</i>	8,6 %	7,9 %	-0,7
Pologne			
<i>Volume</i>	6,4	5,5	-14,1 %
<i>Part de marché</i>	8,6 %	7,6 %	-1,0
Belgique & Luxembourg			
<i>Volume</i>	1,1	1,1	-3,2 %
<i>Part de marché</i>	5,9 %	6,3 %	+0,4

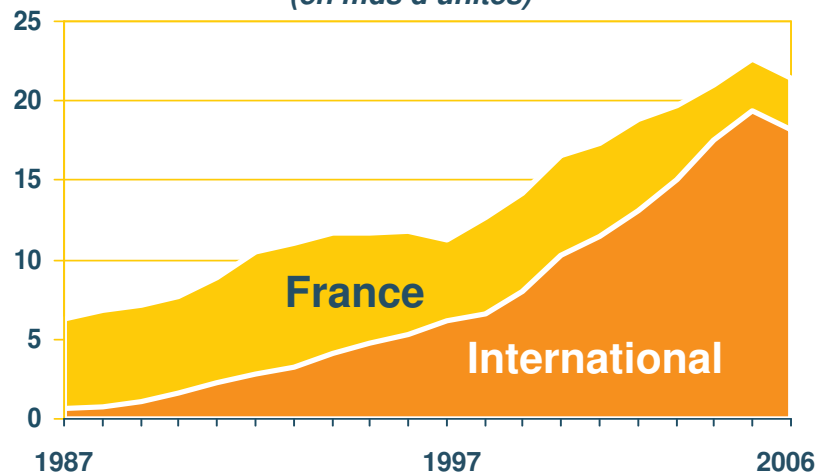
17 NOTE : En Espagne, en France et en Italie, les estimations des performances marché peuvent différer des ventes réellement facturées.

Gauloises Blondes : une marque internationale stratégique

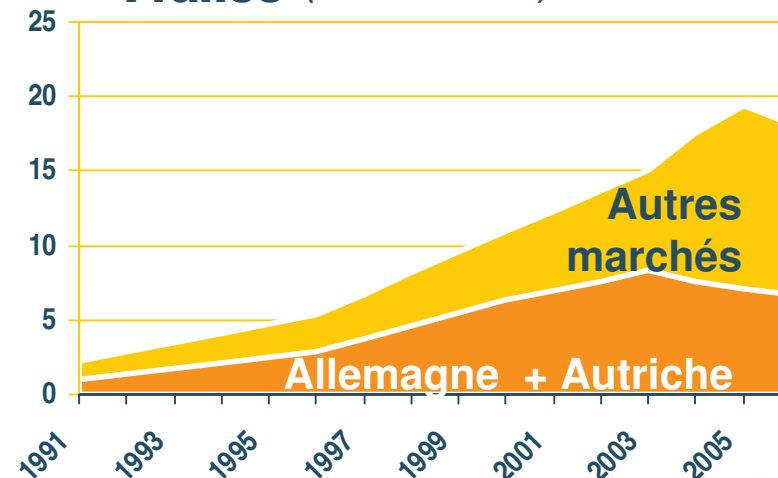


- Reconnaissance immédiate, forte notoriété et pouvoir de différenciation de la marque.
- Symbole de liberté, de courage et d'indépendance, et un slogan « *Liberté toujours* », fondement de la marque.
- Positionnement prix dans le segment *sub-premium*.
- Esthétisme et originalité reflétés dans le design du paquet.
- Attrait fort de la marque et de son mix sur les marchés matures, qui sont sa cible privilégiée.
- Communication cohérente.

Gauloises Blondes dans le monde
(en mds d'unités)



Gauloises Blondes hors de France
(en mds d'unités)



Ralentissement temporaire des ventes internationales de Gauloises Blondes

(Volumes en millions d'unités) (Ventes en M€)	2003	2004	2005	2006	Var. % 05-06	CAMP (03-06)
Allemagne						
Volume	7 096	6 420	6 015	5 657	-6,0 %	-7,3 %
Ventes	148,8	180,6	189,8	182,7	-3,7 %	+7,1 %
Autres pays européens						
Volume	4 176	3 973	3 986	3 869	-2,9 %	-2,5 %
Ventes	78,0	90,1	94,8	91,8	-3,2 %	+5,6 %
Moyen-Orient						
Volume	1 671	5 501	8 217	7 839	-4,6 %	+67,4 %
Ventes	19,8	62,7	88,8	84,0	-5,3 %	+61,9 %
Autres pays						
Volume	2 060	1 600	1 171	822	-29,8 %	-26,4 %
Ventes	26,7	24,1	19,0	16,2	-15,2 %	-15,5 %
Total (hors France)						
Volume	15 003	17 494	19 389	18 187	-6,2 %	+6,6 %
Ventes	273,3	357,5	392,4	374,7	-4,5 %	+11,1 %

Note : Les chiffres des ventes sont publiés selon les normes locales pour l'exercice 2003 et selon les normes IFRS pour les exercices 2004, 2005 et 2006.

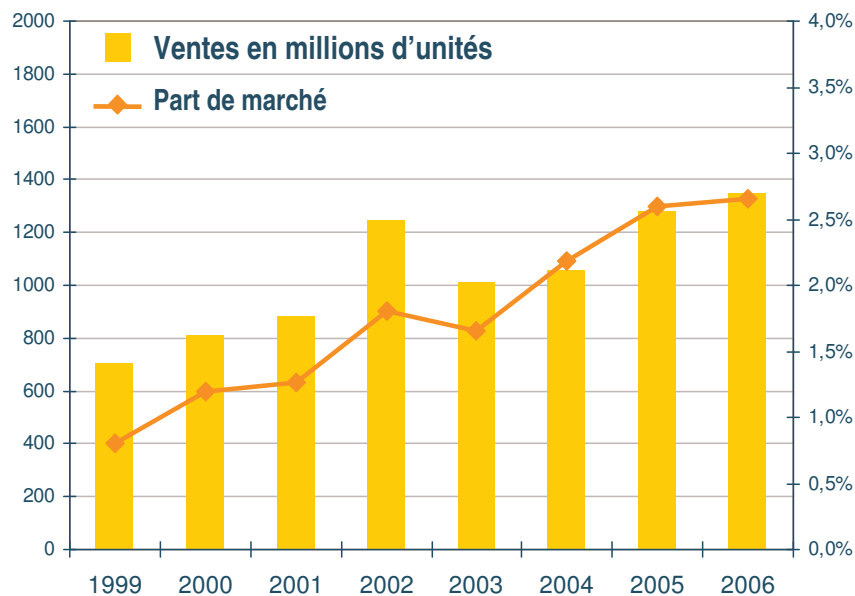
Le retraitement selon les normes IFRS de l'exercice 2004 a accru le chiffre d'affaires de 35,7 M€ par rapport au chiffre d'affaires en normes locales.

Fortuna : une couverture géographique élargie

Espagne : des positions fortes avec 13,1% de part de marché.

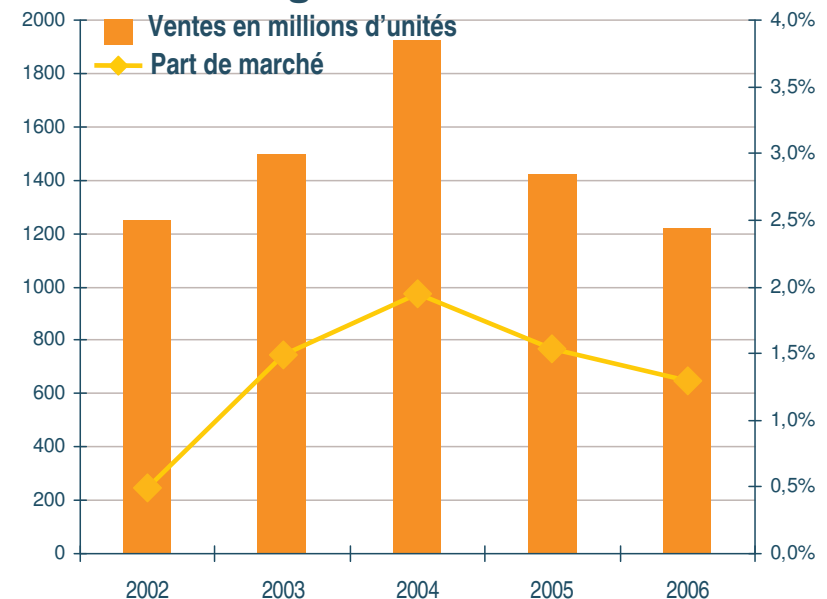
- Des racines espagnoles et latines qui lui confèrent une valeur à la fois universelle et prestigieuse.
- Un meilleur potentiel que les marques internationales à l'image moins forte.
- Un prix entre entrée et milieu de gamme.
- Une offre à valeur ajoutée séduisante pour le coeur de cible : les citadins (hommes et femmes) âgés de 18 à 25 ans.

France : croissance de la part de marché depuis 1997



➔ **Part de marché en France en 2006 : 2,7 %**

Italie : forte compétition dans le segment de Fortuna

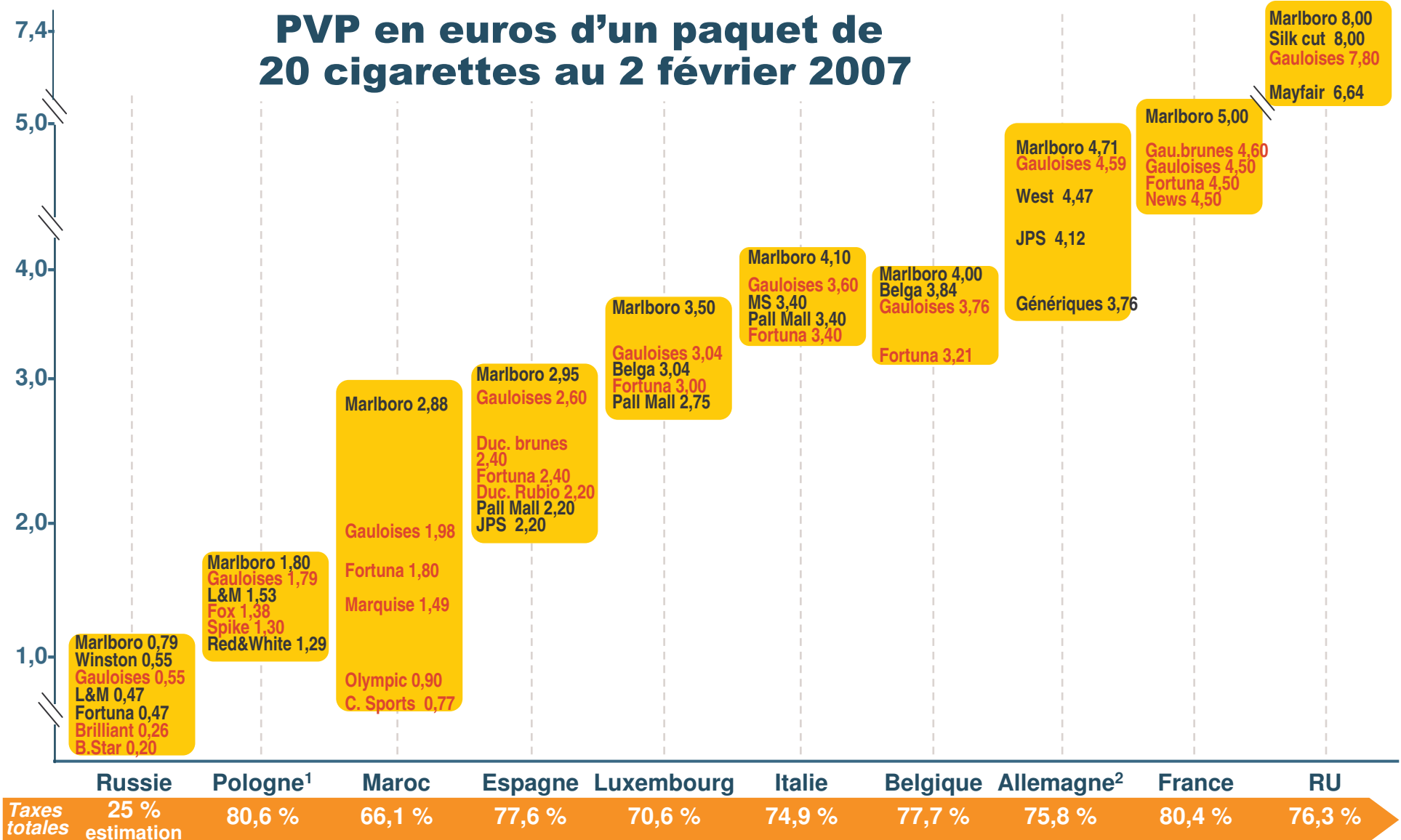


➔ **Part de marché en Italie en 2006 : 1,3 %**

Au Maroc (lancement en juin 2004), part de marché en 2006 : 8,1 %

Capacité d'augmentation des prix sur certains marchés principaux

Dernières augmentation en Espagne en janvier (+ 0,20 €) et en Italie en février (+0,10 €)



Taxes totales (accises + TVA) sur le PVP, pour la CPPV (catégorie de prix la plus vendue)

¹ PVP par paquet de 20 cigarettes. Pour 24 cigarettes, les prix sont de 1,60 euro pour Fox ; pour 30 cigarettes, 1,96 euro pour Spike.

² PVP par paquet de 20 cigarettes. Les prix pour 17 cigarettes (paquet standard) sont respectivement 4,00, 3,90, 3,80, 3,50 et 3,20 euros.

CIGARES

N°1 mondial incontesté



Chiffres clés 2006

Performance exceptionnelle de l'EBE à + 10,8 %

<i>en M€</i>	2005	2006	Var. 05-06
Volume (en millions de cigares)	3 438	3 281	-4,6 %
C.A. économique	885	888	+0,4 %
Coûts	631	607	-3,8 %
EBE	254	281	+10,8 %
Marge d'EBE	28,7 %	31,7 %	+3,0 points

Faits marquants 2006: les ventes aux États-Unis et les cigares cubains dopent la croissance

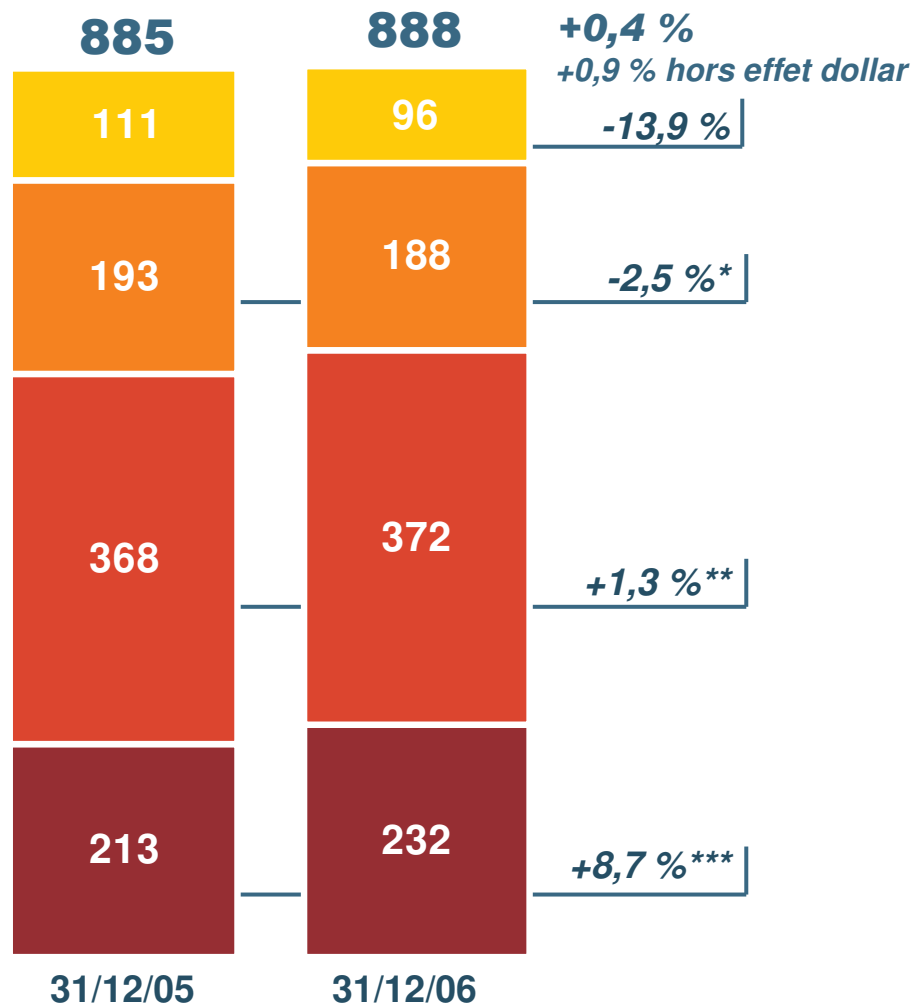
- Tous les fondamentaux de l'activité, si l'on excepte les volumes, sont fortement positifs.
- Progression des ventes de +4,1 % en dollar aux États-Unis, le principal marché du Groupe, malgré une concurrence accrue.
- Performances très encourageantes des ventes de cigares cubains sur la plupart des marchés émergents (Russie, Amérique Latine et Asie-Pacifique).
- Augmentation significative de la marge : +3,0 points.

Cigares : une stratégie de leader

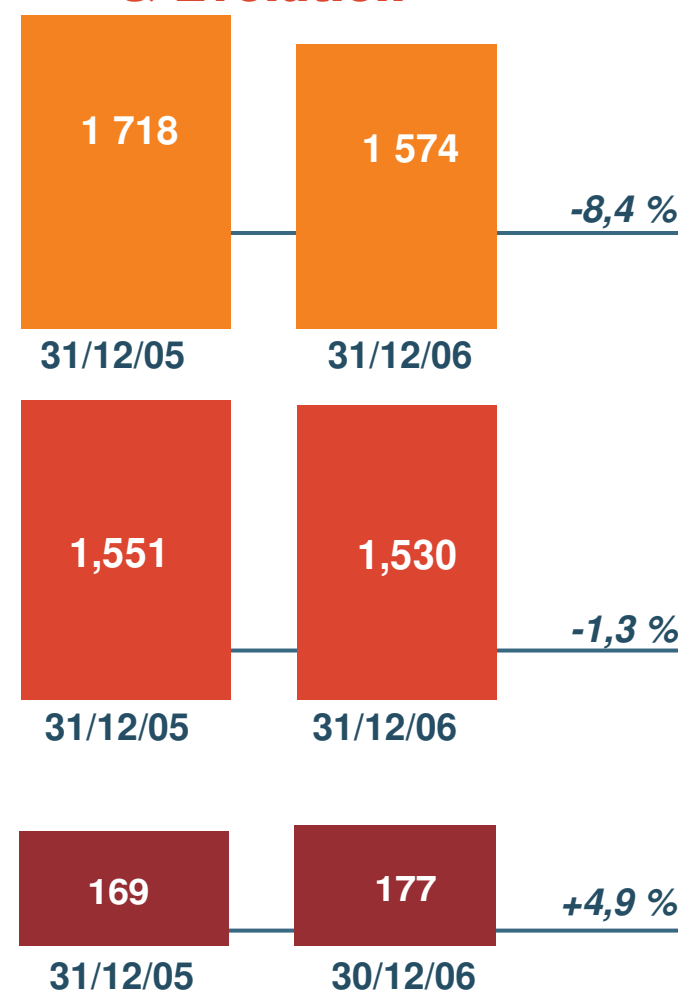
- Conforter sans relâche notre position de n°1 aux États-Unis en développant l'innovation, le mix produit et la rentabilité.
- Augmenter les ventes et les marges de Habanos en tirant la structure des ventes vers le haut de gamme et en élargissant la distribution internationale.
- Pérenniser les parts de marché et développer la rentabilité en Espagne et en France.
- Rechercher des vecteurs supplémentaires de croissance sur les nouveaux marchés.

Cigares : excellente évolution des ventes malgré une concurrence croissante

Valeur (en M€) & Évolution



Volumes (en millions d'unités) & Évolution

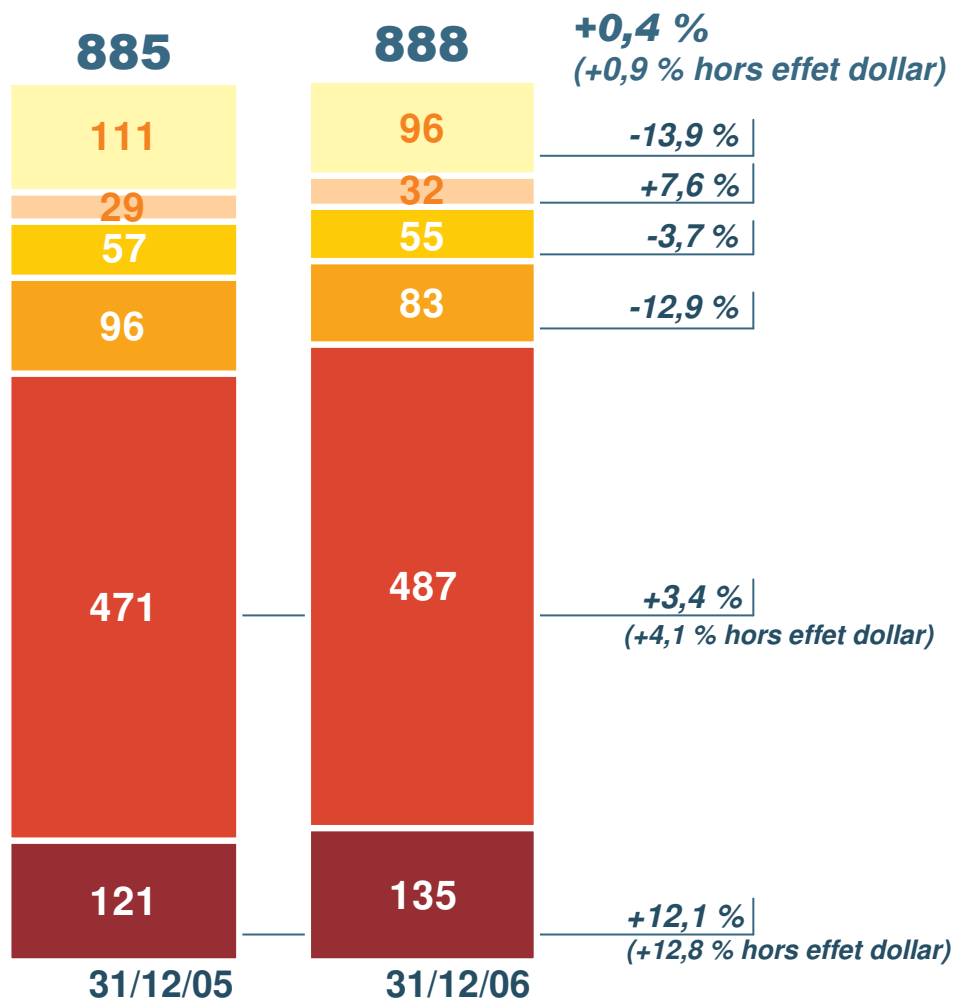


■ Premium & Habanos (50 %)
 ■ Cape naturelle
 ■ Cape homogénéisée et petits cigares
 ■ Autres

Hors effet dollar, respectivement : * -1,9 %, ** +1,7 % et *** +9,3 %.

Croissance remarquable des ventes aux États-Unis et des cigares cubains

Valeur (en M€) & Évolution

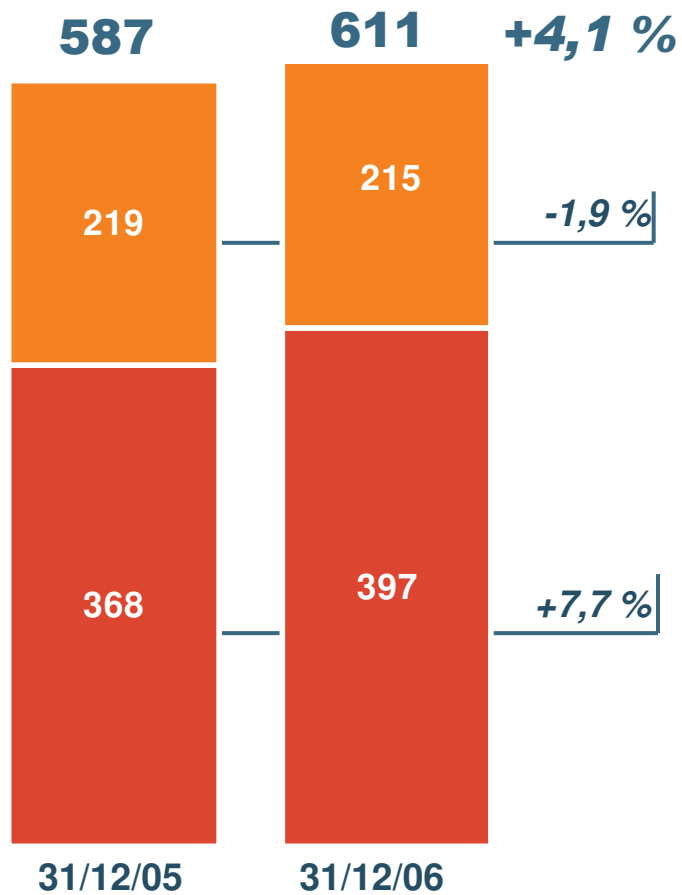


- **JR Cigar** : contribution de 52 M€ au C.A.
- **Marchés français et espagnol** : en Espagne, les nouvelles restrictions affectent les volumes. Marché français en baisse.
- **États-Unis** : les cigares à cape naturelle et le segment premium génèrent une forte croissance, à taux de change constant.
- **Cigares cubains** : les marchés émergents sont des vecteurs de croissance clés.

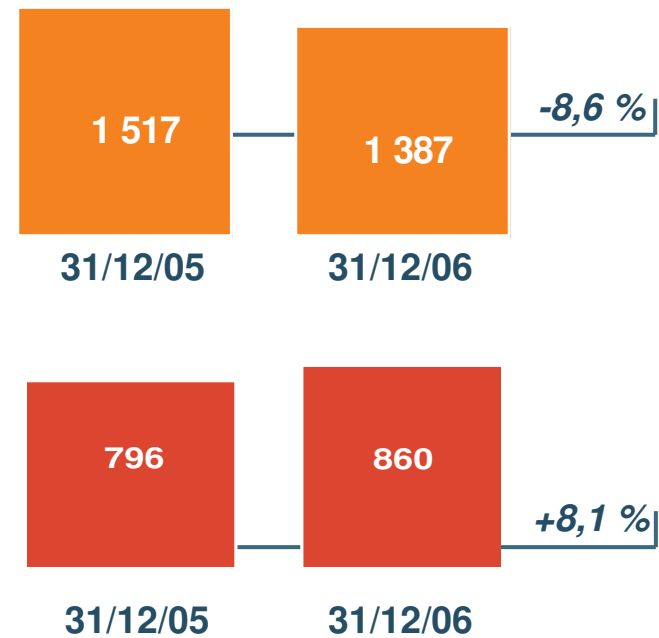
■ Habanos (50 %)
 ■ États-Unis
 ■ Espagne
■ France
 ■ Export
 ■ Autres

États-Unis : les ventes progressent de 4,1 % en dollars tirées par les cigares premium et les cigares à cape naturelle

Valeur (en millions de dollars)
& Évolution



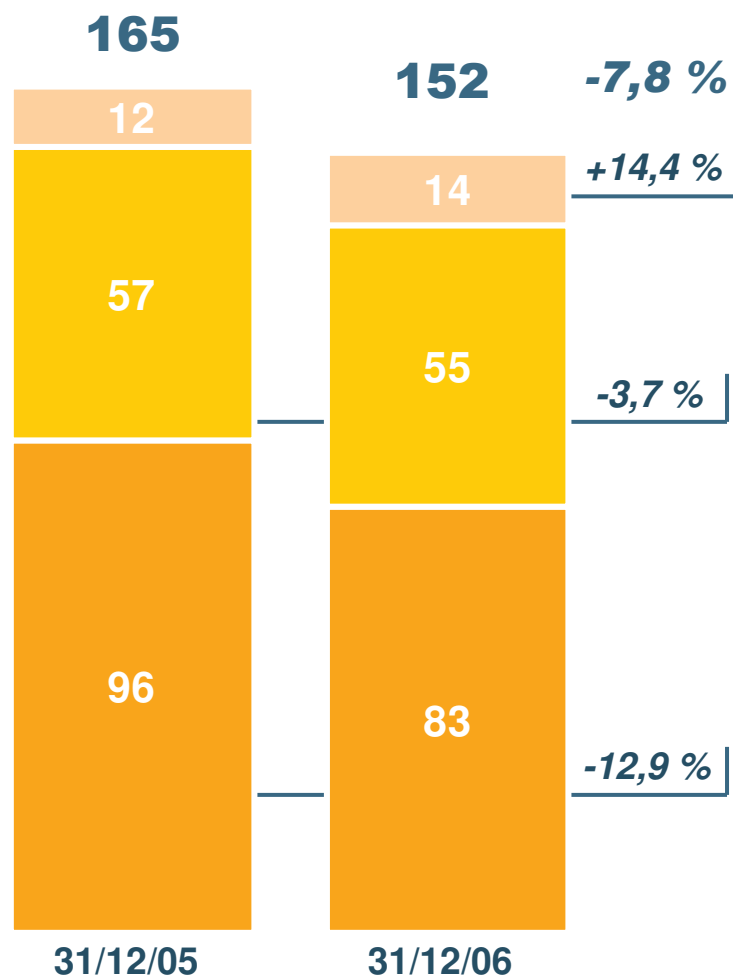
Volumes (en millions d'unités)
& Évolution



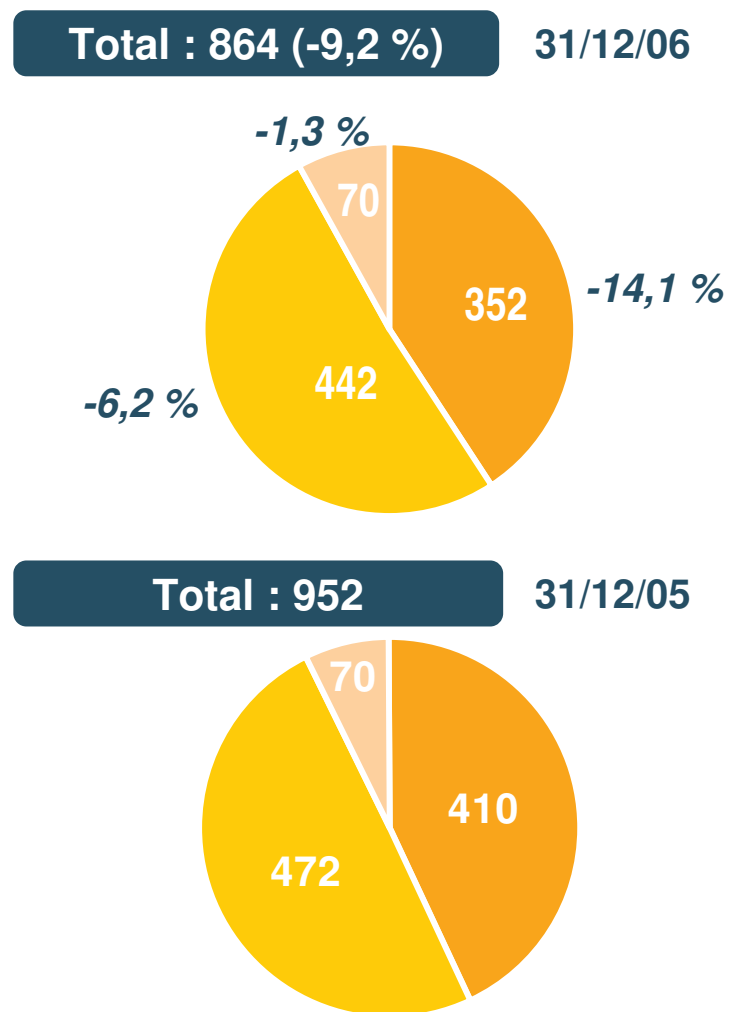
■ Premium & cape naturelle ■ Cape homogénéisée et petits cigares

Europe : la nouvelle législation affecte les volumes en Espagne et le marché français s'inscrit en légère baisse.

Valeur (en M€) & Évolution



Volumes (en millions d'unités) & Évolution



■ Espagne
 ■ France
 ■ Export

DISTRIBUTION



Un modèle unique



Chiffres clés 2006

<i>en M€</i>	2005	2006	Var. 05-06
Chiffre d'affaires IFRS	10 707	10 481	-2,1 %
C.A. économique	1 147	1 191	+3,8 %
Coûts	836	881	+5,4 %
EBE	311	310	-0,2 %
Marge d'EBE	27,1 %	26,0 %	-1,1 point

Faits marquants 2006

- Évolution contrastée de la distribution des cigarettes en volume (-1,9 % en Espagne, +1,8 % en France, +3,7 % au Maroc et +1,1 % en Italie).
- Distribution généraliste : le C.A. économique augmente de 6,3 %, tiré par les bonnes performances des services de transport en Espagne et au Portugal.
- Progression du projet Pharma qui enregistre 17 M€ de chiffre d'affaires.

Distribution : capitaliser sur un savoir-faire unique

- Conserver notre position de n°1 dans la distribution du tabac en Espagne, en France, au Maroc, en Italie ainsi qu'au Portugal.
- Développer notre savoir-faire, déjà appliqué avec succès à la distribution généraliste (i.e. hors tabac), dans les services de niche à marges élevées.
- Optimiser les moyens opérationnels.

Solides performances pour la distribution du tabac et la distribution généraliste

Nombre de points de vente desservis : environ 450 000

<i>C.A. économique (en M€)</i>	2005	2006	Variation
Espagne et Portugal	169,2	156,8	-7,3 %
France	167,3	165,3	-1,2 %
Italie	175,5	193,3	+10,1 %
Maroc	50,2	54,1	+7,8 %
Tabac	562,2	569,5	+1,3 %
Espagne et Portugal	373,5	402,9	+7,9 %
France	222,2	227,1	+2,2 %
Maroc & Italie	3,8	7,0	+86,3 %
Généraliste	599,5	637,0	+6,3 %
Éliminations	(15,0)	(15,7)	+4,7 %
TOTAL	1 146,7	1 190,8	+3,8 %



RÉSULTATS

FINANCIERS



Évolution du compte d'exploitation : la modification de la fiscalité sur le marché espagnol pèse sur la croissance organique

Comparaison 2005 / 2006 (en M€)

**C.A. économique :
-142**

Croissance organique : -165

Dont impact du marché
espagnol : -263

Périmètre : +28

Effet de change : -5

■ Importante baisse en Espagne

■ Nouvelle fiscalité et interdiction de fumer en Espagne

■ Aldeasa

■ Effet dollar défavorable

- Importante baisse en Espagne et économies significatives
- Restructuration et réduction des coûts
- Nouvelle fiscalité et interdiction de fumer en Espagne

Croissance organique : -88

Dont
Restructuration : +54
Réduction des coûts : +91
Impact du marché espagnol : - 230

Périmètre : +6

Effet de change : -2

- Aldeasa
- Effet dollar défavorable

**EBE :
-84**

Compte d'exploitation 2006

(en M€)	2005	2006	Variation
Chiffre d'affaires	12 708,2	12 495,8	-1,7 %
<i>(Coût des produits distribués) + (Frais d'expédition) + Remise</i>	<i>(8 596,3)</i>	<i>(8 525,7)</i>	<i>-0,8 %</i>
C.A. économique	4 111,9	3 970,1	-3,4 %
EBE (1)	1 231,9	1 147,8	-6,8 %
<i>(Amortissements et dépréciations)</i>	<i>(195,0)</i>	<i>(198,9)</i>	<i>+2,0%</i>
Résultats des activités ordinaires	1 036,9	948,9	-8,5 %
<i>Autres produits et charges</i>	<i>16,5</i>	<i>(90,5)</i>	<i>n.s.</i>
Résultat opérationnel	1 053,4	858,4	-18,5 %
<i>Résultat financier</i>	<i>(87,8)</i>	<i>(115,9)</i>	<i>+32,0 %</i>
<i>Impôts sur les sociétés</i>	<i>(336,6)</i>	<i>(242,2)</i>	<i>-28,0 %</i>
<i>Sociétés mises en équivalence</i>	<i>0,5</i>	<i>9,0</i>	<i>n.s.</i>
<i>Intérêts minoritaires</i>	<i>(52,9)</i>	<i>(56,6)</i>	<i>+7,0 %</i>
Résultat net part du Groupe	576,6	452,7	-21,5 %
BNPA (en centimes d'euro) (2)	212	175	-17,5 %
BNPA trésorerie générée (en centimes d'euro) (3)	267	243	-9,3 %
<i>Nombre moyen d'actions (en millions) (4)</i>	<i>272,3</i>	<i>259,2</i>	<i>baisse de 4,8 %</i>

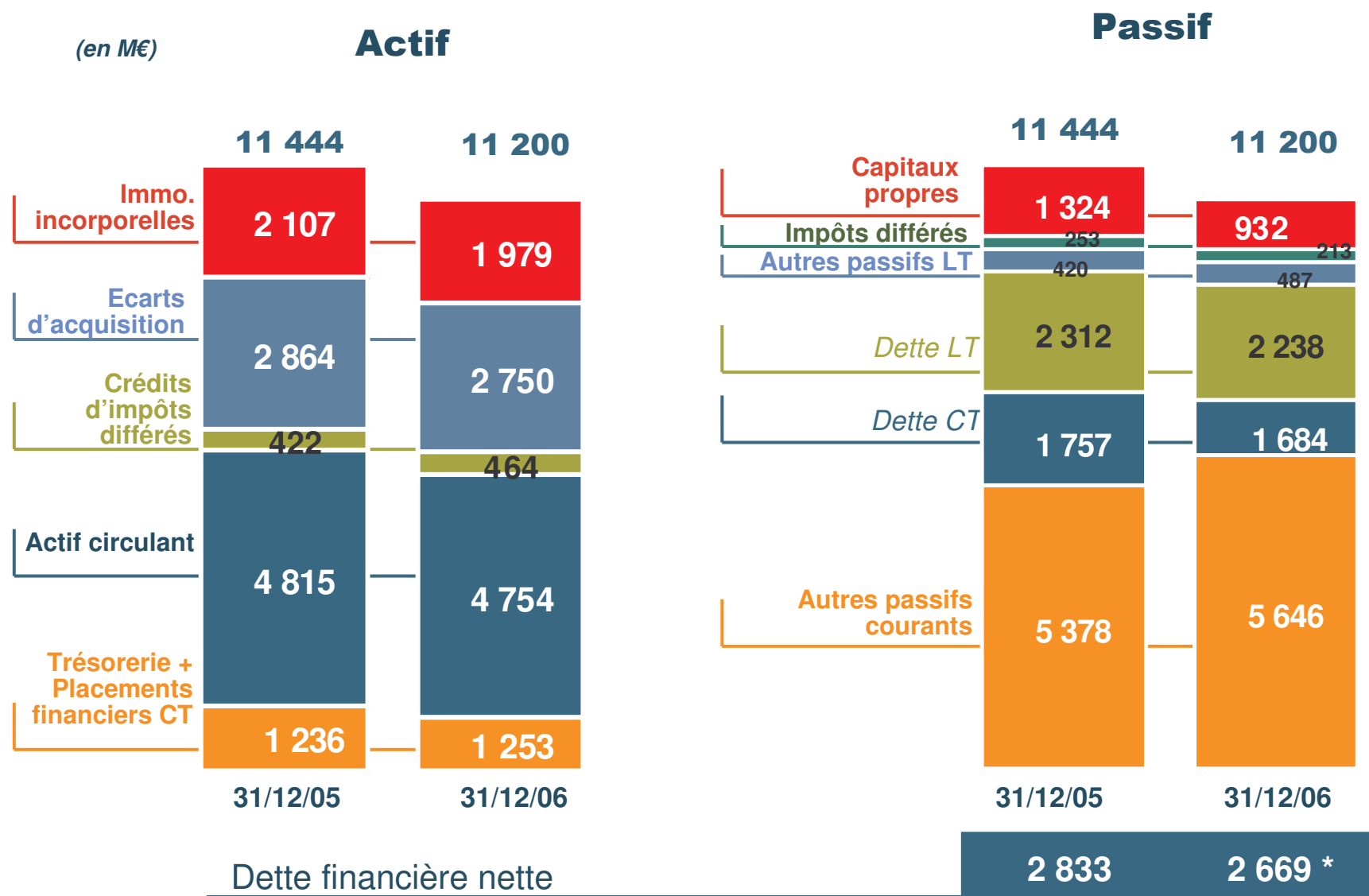
(1) EBE : Résultat des activités ordinaires avant amortissements.

(2) Le BNPA avant et après dilution reste inchangé.

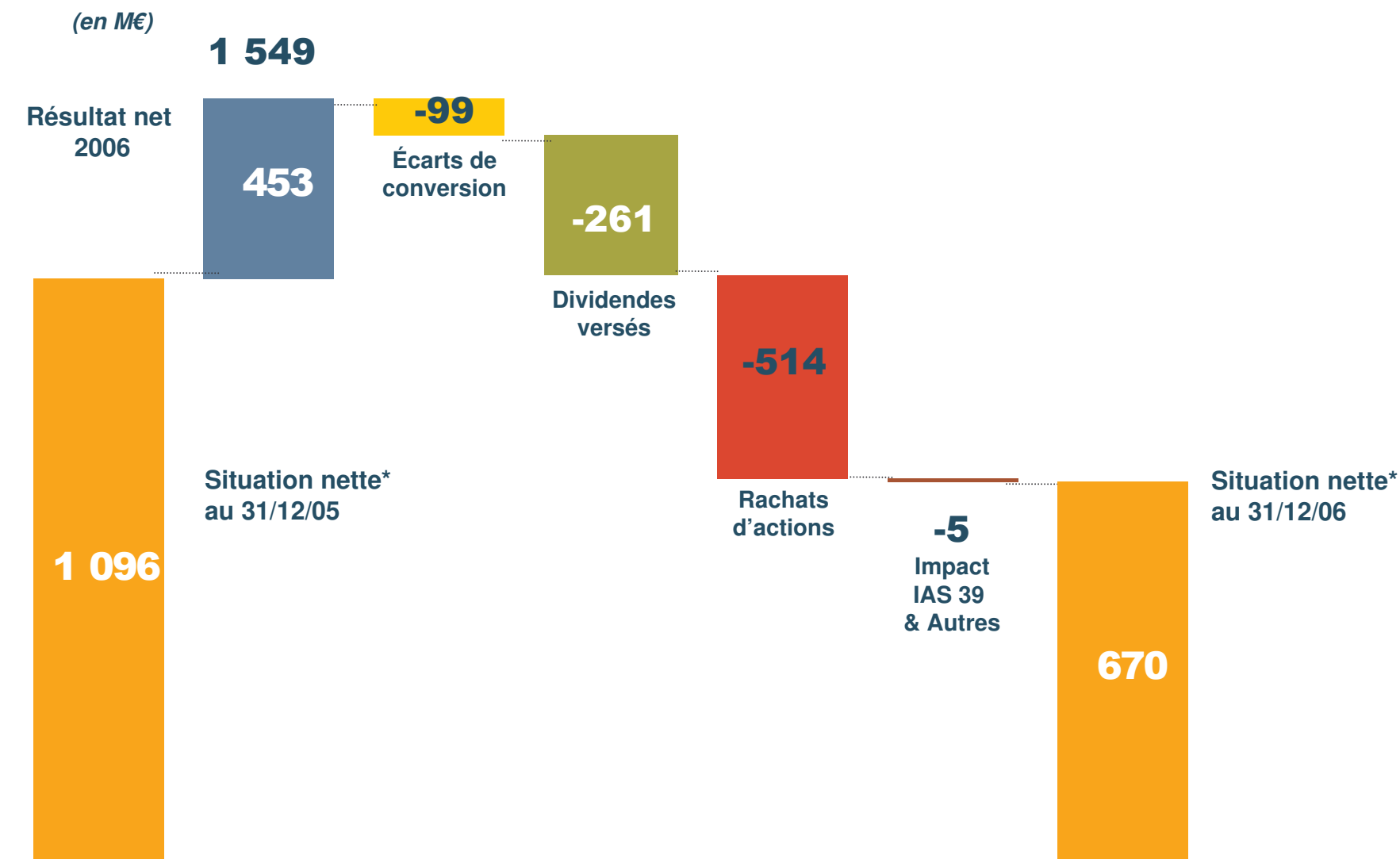
(3) BNPA trésorerie générée : résultat net + amortissements et dépréciations (net de taxes) + provisions pour dépréciation (nettes de taxes) + profits bilanciaux sur taxes générés par la déductibilité de l'amortissement des survaleurs (net des minoritaires).

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

L'évolution du bilan reflète les rachats d'actions et le paiement du dividende



Évolution de la situation nette du Groupe Altadis



La génération de trésorerie a financé les rachats d'actions et les dividendes

	(en M€)	Ex.05	Ex.06
<i>EBE</i>		1 232	1 148
<i>Variation du besoin de fonds de roulement</i>		(389)	227
Flux opérationnel (EBE + effet BFR)		843	1 375
<i>Impôt sur les sociétés</i>		(226)	(275)
<i>Charges de restructuration et autres charges</i>		(144)	(111)
Flux net de trésorerie généré par l'activité		473	989
<i>Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence</i>		29	5
<i>Produit des actifs financiers à court terme</i>		45	49
<i>Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles</i>		(171)	(188)
<i>Cessions d'immobilisations</i>		117	280
<i>Acquisition de filiales nettes de la trésorerie acquise</i>		(424)	(34)
Flux de trésorerie généré par les opérations d'investissement		(404)	112
<i>Intérêts financiers nets</i>		(97)	(104)
<i>Dividendes versés</i>		(259)	(282)
<i>Rachats d'actions propres</i>		(456)	(516)
<i>Remboursements d'emprunts (à court et long terme)</i>		844	(120)
Flux généré par les opérations de financement		32	(1 022)
Variation de la trésorerie nette (équivalents de trésorerie compris)		101	79
<i>Incidence du cours des devises</i>		13	(12)
<i>Trésorerie nette initiale (équivalents de trésorerie compris)</i>		978	1 092
Trésorerie nette finale (équivalents de trésorerie compris)		1 092	1 159
<i>Investissements financiers à court terme</i>		144	94
<i>Dettes à court terme</i>		(1 757)	(1 684)
<i>Dettes à long terme</i>		(2 312)	(2 238)
Dette nette finale		(2 833)	(2 669)
Flux opérationnel disponible *		446	951

CONCLUSION



Créer de la valeur pour nos actionnaires

- Historique de croissance du chiffre d'affaires et du résultat (2006 doit être considérée comme une exception).
- Accélération des programmes de réduction des coûts et vente d'actifs non stratégiques (280 M€ en 2006 et 200 Me attendus entre 2007 et 2008).
- Une politique de rémunération des actionnaires attractive:
 - **Dividende**: une politique de croissance annuelle à deux chiffres. Versement d'un dividende de 1,10 € par action proposé en 2007 (+10 %).
 - **Rachat et annulation d'actions propres** :
 - Annulation de 4,9 % approuvée par l'AG de juin 2006 (soit une annulation d'actions représentant plus de 20 % du capital depuis 2000).
 - Au moins 3 % du capital d'ici juin 2007 puis retour à 5 % en juin 2008.
- Le processus de réorganisation juridique du Groupe a commencé
- Des acquisitions parfaitement en adéquation avec notre stratégie et créatrices de valeur.
- Respect des règles de gouvernement d'entreprise et priorité à la transparence.
- **Perspective : Reprise de la croissance dès 2007.**

ANNEXES



Sommaire

- Calendrier des publications – Contacts
- Définitions
- Restructuration
- Régie des Tabacs du Maroc
- Gouvernement d'entreprise
- Données cigarettes
- Dernières évolutions du prix du tabac en Espagne
- Nouvelle législation sur le tabac en vigueur en Espagne et en France
- Distribution généraliste
- Variation des fonds propres d'Altadis S.A.
- Une exposition au dollar limitée
- Engagements hors-bilan
- Actionnariat
- Des risques juridiques limités
- Chiffres trimestriels

Calendrier des publications - Contacts

CALENDRIER

20 mars 2007 (date indicative)	Acompte sur dividende
10 mai 2007 (date indicative)	Résultats T1 2007
Mai 2007 (date indicative)	Rapport annuel
12 juin 2007 (date indicative)	Assemblée Générale
19 juin 2007 (date indicative)	Solde du dividende
30 août 2007 (date indicative)	Résultats S1 2007
15 novembre 2007 (date indicative)	Résultats T3 2007
21 février 2008 (date indicative)	Résultats exercice 2007

Les périodes « d'embargo » commencent un mois avant les publications.

CONTACTS

Pedro ALONSO DE OZALLA

RESPONSABLE DES RELATIONS INVESTISSEURS

Téléphone : +34 91 360 92 47

Fax : +34 91 360 90 33

E-mail: paozalla@altadis.com

Définitions

Définitions des concepts propres à Altadis fréquemment utilisés

■ **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).

Le C.A. économique rend plus précisément compte de l'activité du Groupe que le C.A. net, dans la mesure où ce dernier « gonfle » artificiellement les revenus de la branche Distribution, donnant ainsi une image erronée du poids réel des différentes activités au sein du Groupe.

■ **Éliminations** (concernant le chiffre d'affaires économique total et l'EBE) :

→ Opérations inter-branches (notamment les ventes de cigarettes et de cigares à la branche Distribution quand elles conduisent à un accroissement des stocks de cette dernière par opposition aux ventes de la branche Distribution sur le marché, qui peuvent laisser les stocks inchangés).

→ Ajustements comptables, normalement très limités.

■ **Free cash flow opérationnel**

= cash flow des opérations d'exploitation – impôts sur les sociétés – investissements de maintenance.

■ **Organique** (C.A. économique et EBE) :

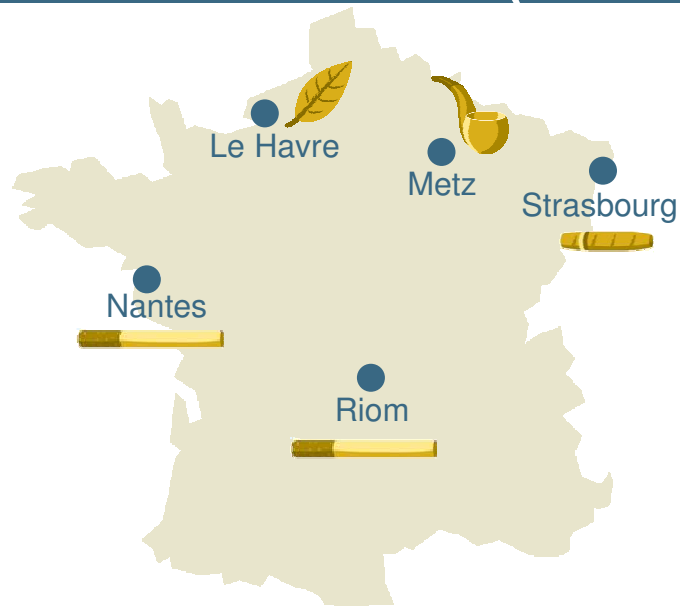
à périmètre de consolidation et taux de change constants.

■ Le poste **Autres** (C.A. économique total et EBE) intègre :

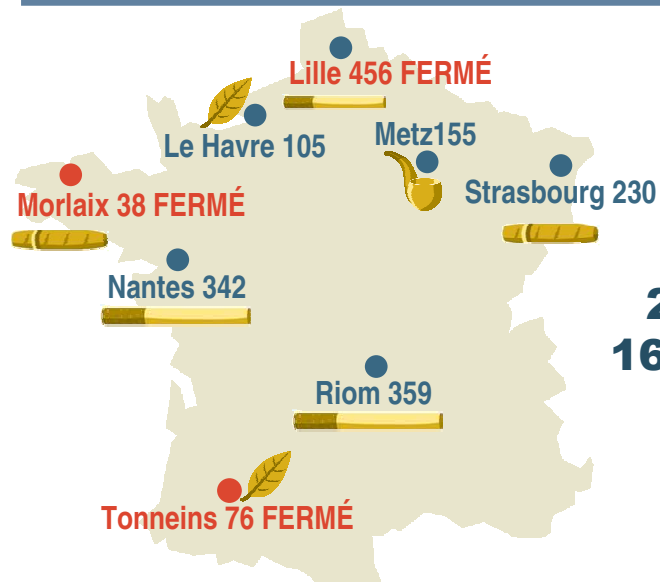
→ Performance d'Aldeasa, depuis le 1er mai 2005, et d'un petit nombre de filiales de taille modeste (non rattachées à l'une des trois branches d'activité du Groupe).

→ Coûts des services centraux.

Sites de production actuels et à l'issue du plan de restructuration (Plan I)



**Objectif :
10 sites**



**2004
16 sites**



Usine de cigarettes 	7 à 4
Usines de cigares 	4 à 2
Usines de scaferlatis 	1
Centres de traitement 	4 à 3

Altadis Maroc (RTM) assurée de disposer du monopole jusqu'à fin 2010

Ex.2006

Cigarettes	Volume (en mds d'unités)	Var. 2005-06	PDM
Blondes locales	8,1	+13,9 %	59 %
Brunes locales	3,1	-18,9 %	22 %
International	1,0	+28,4 %	7 %
Total Altadis	12,2	+4,3 %	88 %
Autres	1,6	-1,6 %	12 %
Marché total	13,8	+3,7 %	100 %

<i>En M€</i>	2006
C.A. économique	269
EBE	156

- Programme de départs volontaires finalisé en 2004. Plus de 800 personnes ont quitté la société (1/3 des effectifs). Economies nettes: 10 M€.

Éléments clés de la société

- RTM dispose du monopole de la distribution et des importations jusqu'au 1er janvier 2011.

Synergies attendues

2005 : 18 M€
2008 : 25 M€

Gouvernement d'entreprise

- Depuis la création d'Altadis et mise à jour en 2005 pour l'application des dernières recommandations
 - Commission d'audit et de contrôle
 - Comité des rémunérations et des nominations
 - Commission Stratégie, Éthique et Gouvernement d'entreprise
 - Code d'éthique interne
- Commissaires aux comptes : Deloitte & Touche
- Les comptes annuels sont audités, les comptes semestriels sont revus.
- Notes : BBB+ par Standard & Poor's (perspective négative) et Baa2 par Moody's (perspective stable).
- Passage réussi aux normes IFRS depuis le 1er janvier 2005.
- Publication d'un rapport sur le gouvernement d'entreprise, inclus dans le rapport annuel, depuis 2004.

Marchés espagnol, français, allemand, marocain et russe des cigarettes

Volume : (en mds d'unités)
Valeur : (en M€)

31/12/05 31/12/06 Var. %

MARCHÉ TOTAL ESPAGNOL

		31/12/05	31/12/06	Var. %
Volumes	<i>Blond</i>	78,8	79,3	+0,6 %
	<i>Brun</i>	12,0	9,8	-18,4 %
	Total	90,8	89,1	-1,9 %
Valeur	<i>Blond</i>	1 689	1 380	-18,2 %
	<i>Brun</i>	228	158	-30,9 %
	Total	1 917	1 538	-19,8 %

MARCHÉ TOTAL MAROCAIN

		31/12/05	31/12/06	Var. %
Volumes	<i>Blond</i>	9,6	10,7	+12,4 %
	<i>Brun</i>	3,8	3,1	-18,9 %
	Total	13,4	13,8	+3,7 %

31/12/05 31/12/06 Var. %

		31/12/05	31/12/06	Var. %
Volumes	<i>Blond</i>	49,3	50,9	+3,2 %
	<i>Brun</i>	5,5	4,9	-11,2 %
	<i>Scaferlatis</i>	7,8	7,8	+0,2 %
Valeur	<i>Blond</i>	1 311	1 358	+3,6 %
	<i>Brun</i>	137	121	-11,5 %
	<i>Scaferlatis</i>	173	179	+3,5 %

MARCHÉ TOTAL ALLEMAND (Volumes)

<i>Cigarettes</i>	96,9	93,2	-3,9 %
-------------------	------	------	--------

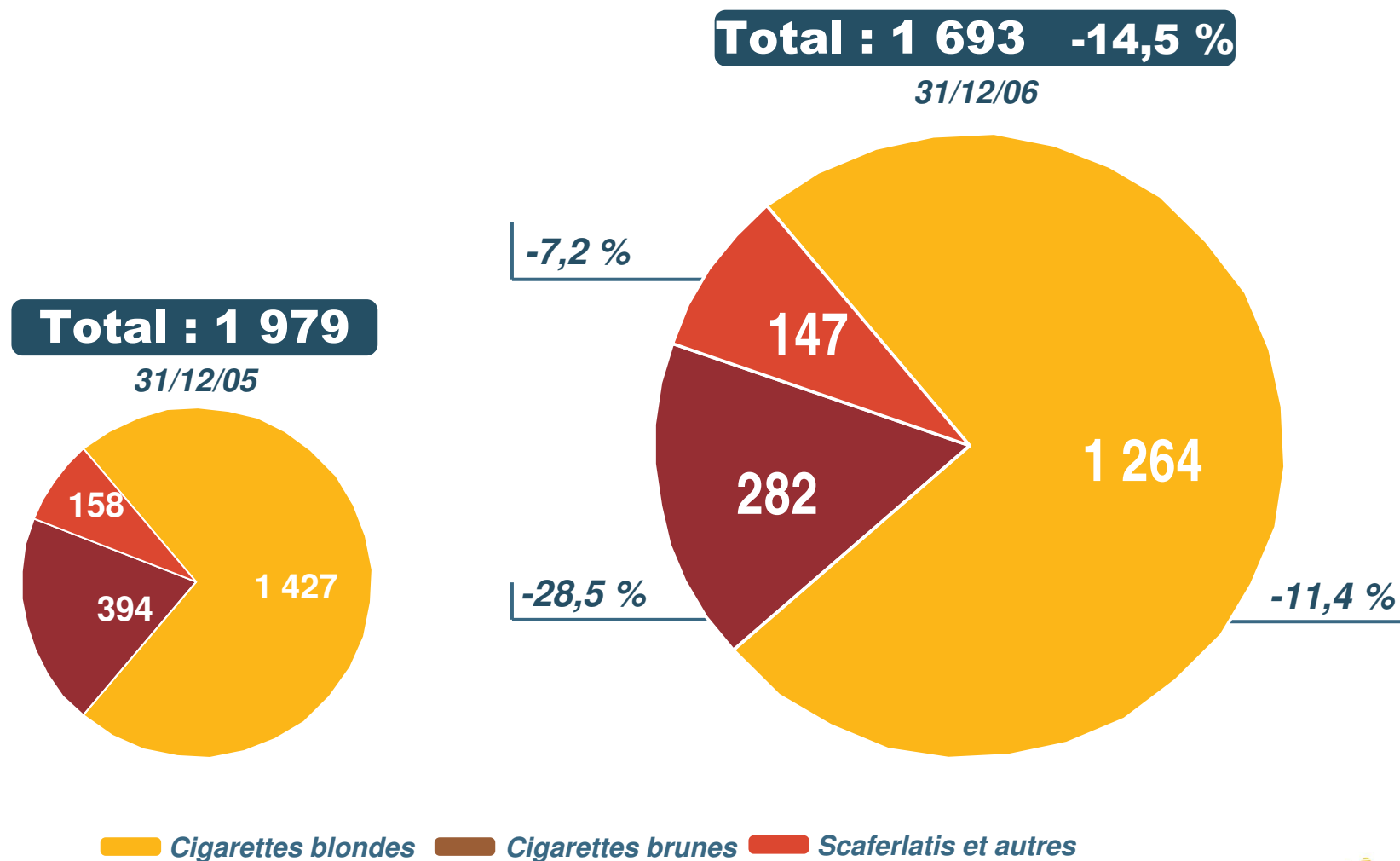
MARCHÉ TOTAL RUSSE (Volumes) (12 mois au 30 novembre 2006)

<i>Cigarettes</i>	335	337	+0,7 %
-------------------	-----	-----	--------

Notes : La performance du marché peut différer des ventes facturées.
Les chiffres en valeur s'entendent hors frais de distribution.
Les ventes de scaferlatis en Espagne sont négligeables.
Russie : Source Business Analytica

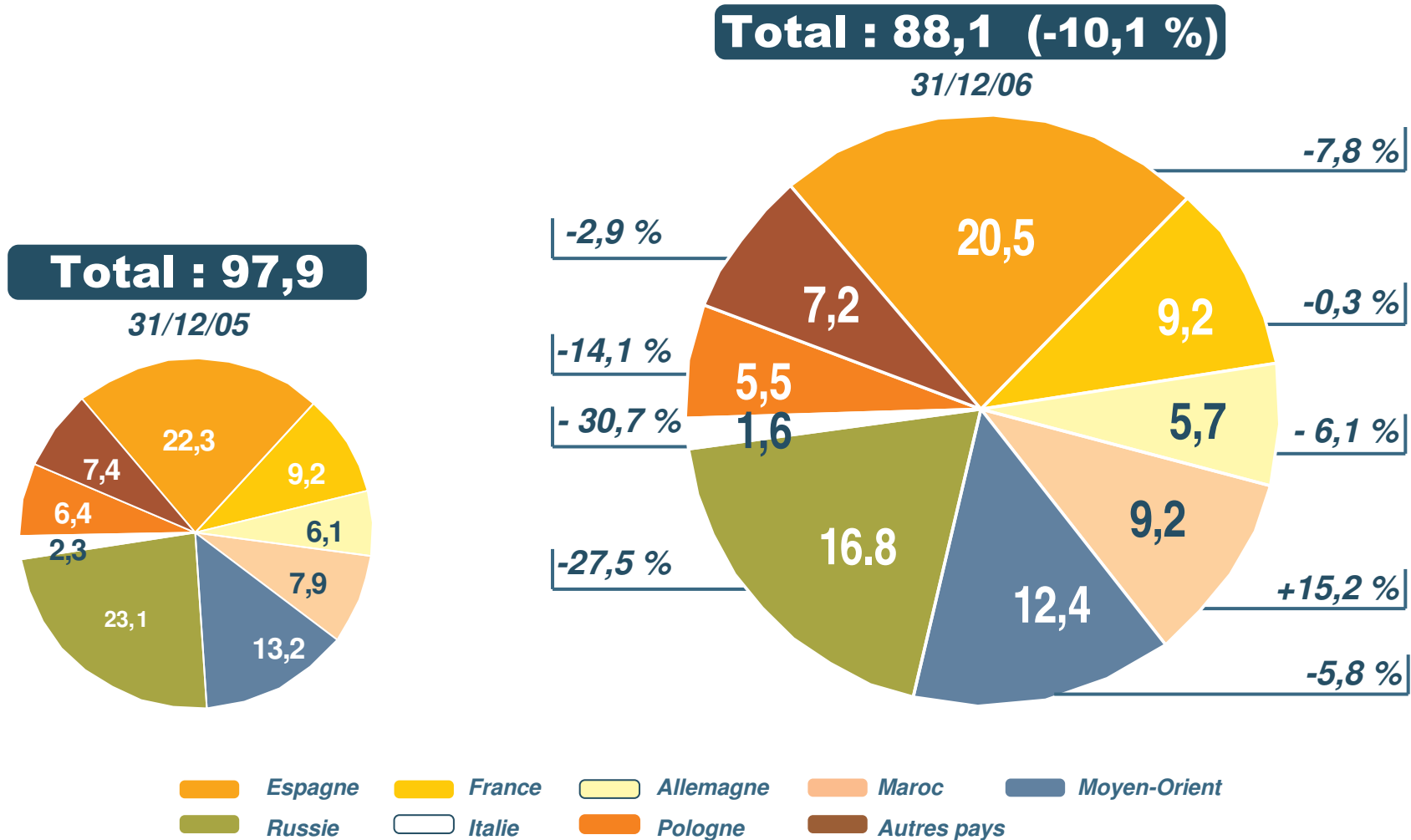
Les cigarettes blondes représentent désormais 75 % des ventes

Segments (en M€) & Évolution



Ventes de cigarettes blondes en volume

Volumes (en mds d'unités) & Évolution



Ventes de cigarettes Altadis par segment et marché

	2005	2006	Var. %
VENTES PAR SEGMENT (en mds d'unités)			
Blond	97,9	88,1	-10,1 %
Brun	27,1	20,8	-23,0 %
Scaferlatis	3,7	3,5	-6,2 %
Total	128,7	112,4	-12,7 %

	2005	2006	Var. %
MARQUES PRINCIPALES (en mds d'unités)			
Gauloises Blondes	22,7	21,4	-5,7 %
Fortuna	17,8	15,1	-15,3 %
Blond	40,5	36,5	-9,9 %
Ducados	8,8	6,5	-26,2 %
Gauloises brunes	4,0	3,6	-9,4 %
Brun	12,8	10,1	-20,9 %

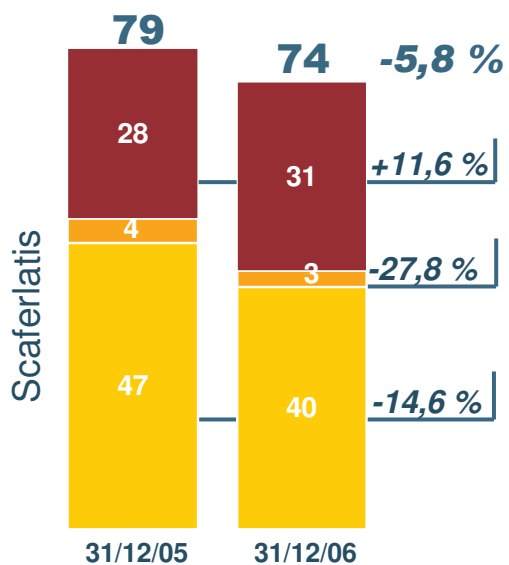
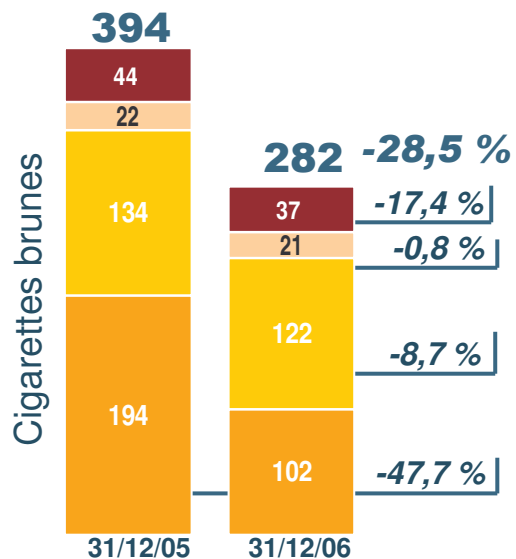
	2005	2006	Var. %
VENTES PAR MARCHÉ (en mds d'unités)			
Espagne	32,4	28,2	-13,0 %
France	16,6	15,8	-4,6 %
Allemagne	6,5	6,1	-5,8 %
Maroc	11,9	12,4	+4,3 %
Moyen-Orient	13,2	12,4	-6,0 %
Russie	30,4	21,5	-29,2 %
Pologne	6,4	5,5	-14,3 %
Italie	2,3	1,6	-30,0 %
Autres pays européens	5,9	6,0	+0,2 %
Autres pays	3,1	2,9	-7,4 %
Total	128,7	112,4	-12,7 %

	2005	2006	Var. %
VENTES PAR MARCHÉ (en M€)			
Espagne	608	370	-39,2 %
France	395	377	-4,7 %
Allemagne	205	199	-3,1 %
Maroc	161	187	+15,8 %
Moyen-Orient	148	137	-7,4 %
Russie	110	82	-25,6 %
Pologne	44	36	-17,5 %
Italie	43	36	-15,0 %
Autres pays européens	141	153	+8,6 %
Autres pays	45	44	-1,8 %
Autres ventes	79	72	-8,7 %
Total	1 979	1 693	-14,5 %

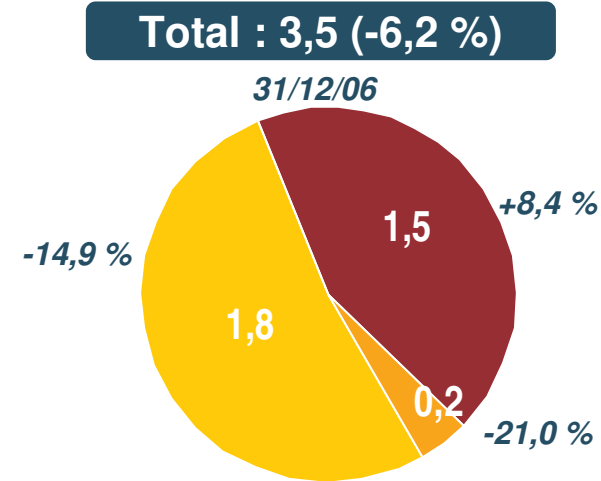
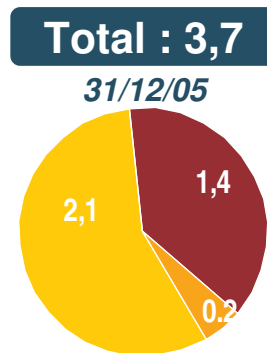
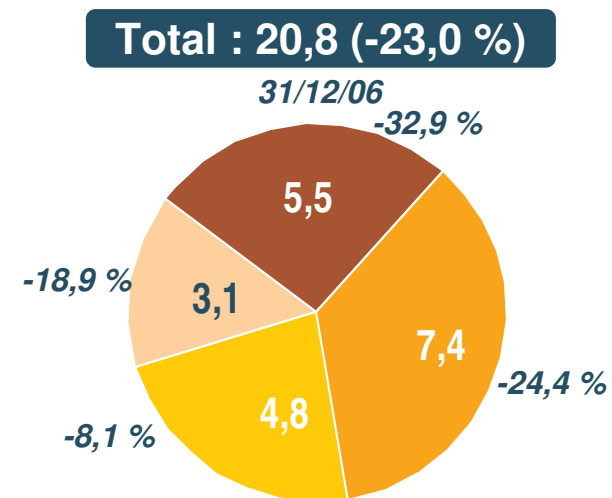
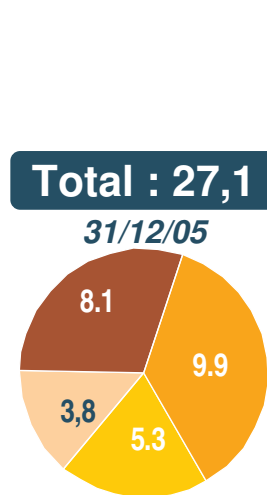
Note : Ventes facturées à la distribution.

Ventes de cigarettes brunes et de scaferlatis

Valeur (en M€) & Évolution



Volumes (en mds d'unités) & Évolution

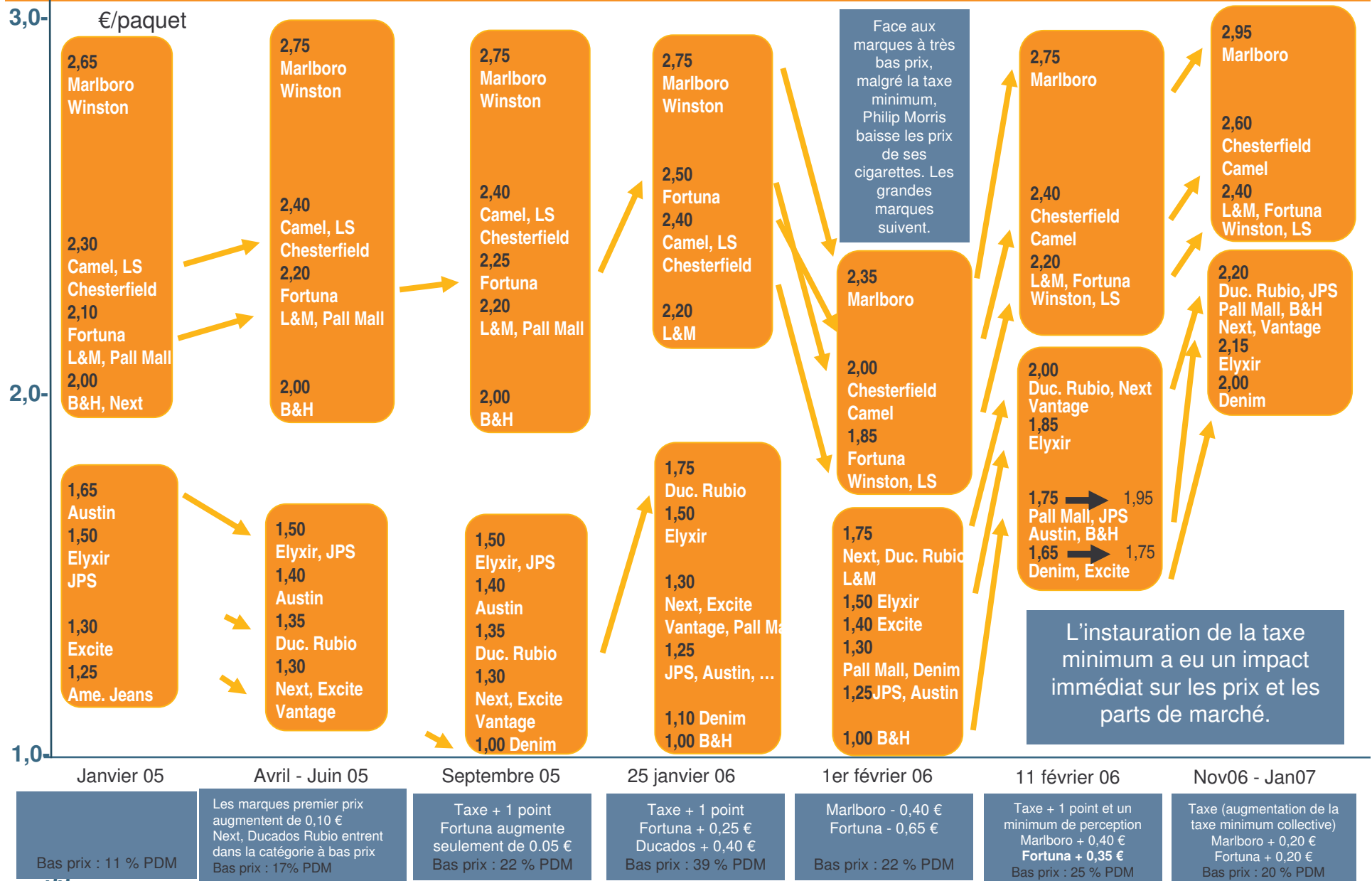


Espagne France

Maroc

International

Dernières évolutions des prix en Espagne : la taxe minimum a permis au marché de renouer avec la croissance des prix et des bénéfices



Nouvelle législation sur le tabac en vigueur en Espagne depuis le 1er janvier 2006

Législation précédente	Législation actuelle	Principales différences
Vente de tabac		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Débitants de tabac ■ Distributeurs automatiques⁽¹⁾ ■ Hôtels, restaurants, bars, pubs, stations service, kiosques...(hors points de vente agréés)⁽¹⁾ ■ Duty free (ports et aéroports) ■ Acheteurs âgés de 16 ans minimum ■ Échantillonnage et paquets de moins de 20 cigarettes autorisés 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Débitants de tabac ■ Distributeurs automatiques⁽¹⁾ ■ Bars et restaurants >100m² : uniquement les cigares premium et à cape naturelle ■ Duty free (ports et aéroports) ■ Acheteurs âgés de 18 ans minimum ■ Échantillonnage et paquets de moins de 20 cigarettes interdits 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Interdiction de ventes de cigarettes hors des points de vente agréés ■ Interdiction des paquets de moins de 20 cigarettes
Consommation		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Interdiction de fumer dans un certain nombre de lieux publics (transports en communs, hôpitaux...) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Interdiction totale de fumer sur le lieu de travail et dans les lieux publics à l'exception des hôtels, bars et restaurants : <ul style="list-style-type: none"> ✓ >100m² : possibilité d'espace fumeur occupant jusqu'à 30 % de la surface de l'établissement et sous certaines conditions ✓ <100m² : autorisation ou interdiction totale selon la décision du propriétaire ■ Dérogations particulières accordées aux aéroports, théâtres, cinémas... 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Interdiction totale de fumer sur le lieu de travail ■ Statut particulier des hôtels, bars et restaurants de plus de 100m²
Publicité		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Interdiction à la télévision uniquement 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Publicité totalement interdite : <ul style="list-style-type: none"> ✓ TV, radio, journaux, Internet, sponsor⁽²⁾ & campagnes d'affichage ✓ Promotion uniquement autorisée chez les débitants de tabac 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Interdiction totale

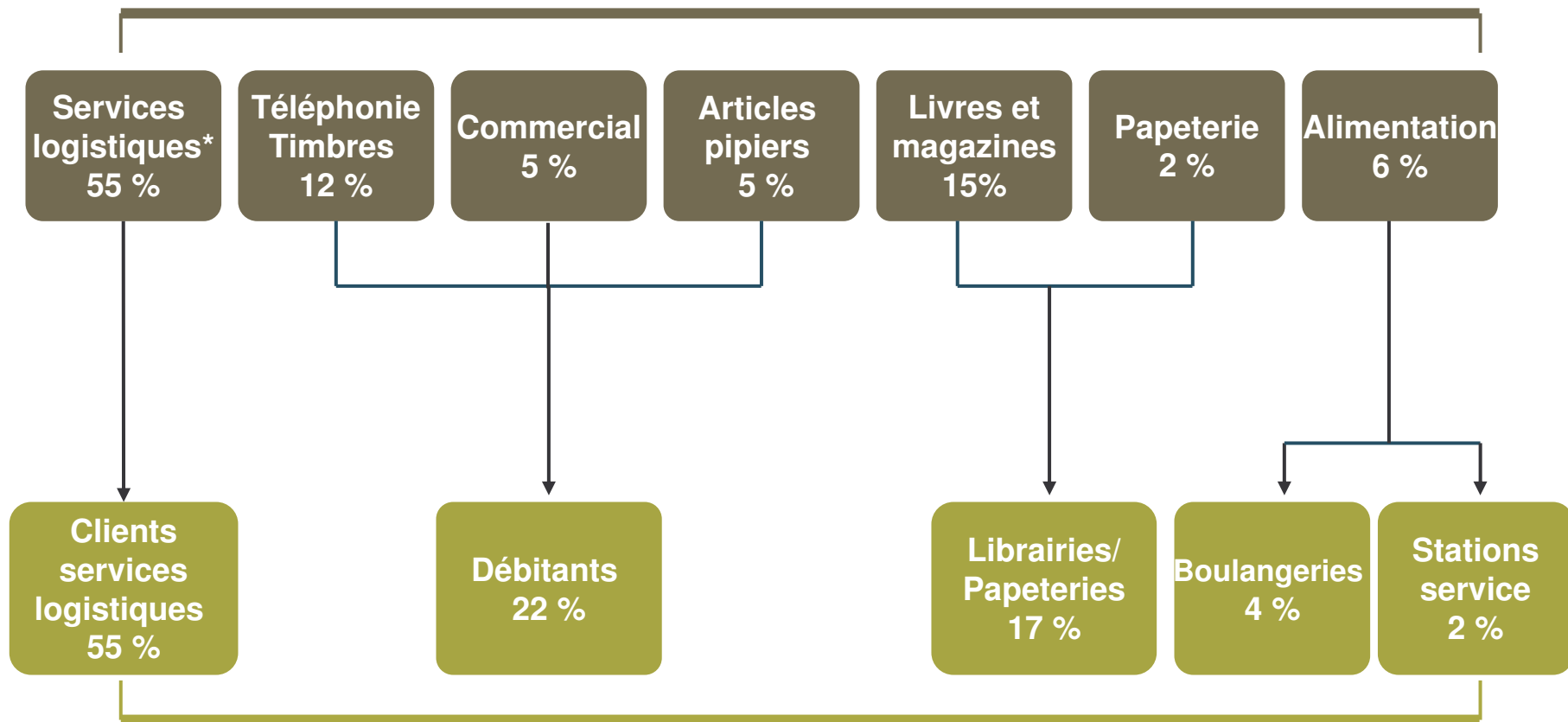
Nouvelle législation sur le tabac en vigueur en France depuis le 1^{er} février 2007

Législation précédente	Législation actuelle	Principales différences
Consommation		
<p>Loi Evin</p> <ul style="list-style-type: none">■ Interdiction de fumer dans un certain nombre de lieux publics (transports en communs, cinéma,...)■ Autorisation au sein d'espaces réservés dans les lieux d'enseignements (réservé aux adultes), les lieux de travail et les aéroports■ Autorisation dans les hôtels, bars et restaurants au sein des emplacements réservés	<ul style="list-style-type: none">■ Interdiction totale de fumer sur les lieux de travail et dans les lieux publics à l'exception:<ul style="list-style-type: none">→ zones spécifiques dans les espaces de travail (effectif en 2007)■ Période de dispense jusqu'au 1^{er} janvier 2008:<ul style="list-style-type: none">→ pour les hôtels, bars et restaurants	<ul style="list-style-type: none">■ Interdiction totale de fumer sur les lieux de travail à l'exception des zones dédiées (effectif en 2007)■ Interdiction totale de fumer dans les hôtels, bars et restaurants à partir du 1^{er} janvier 2008

Distribution généraliste : des produits et des circuits diversifiés et complémentaires

En % du C.A. économique total de la distribution généraliste (hors tabac) pour l'exercice 2006

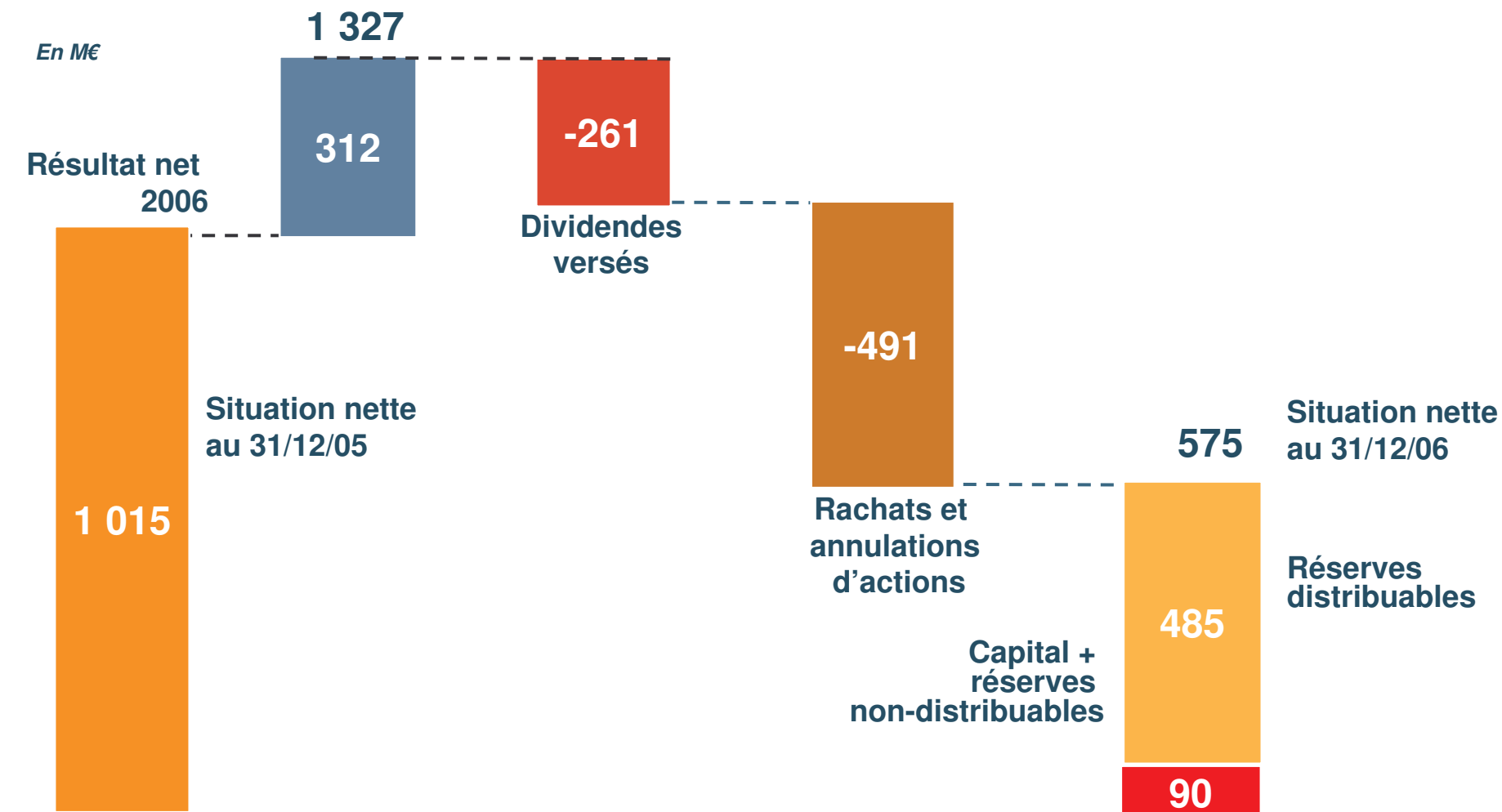
LIGNES DE PRODUITS



CIRCUITS

* Inclus les services de transport, la messagerie express, la logistique promotionnelle et l'activité Pharma.

Les dividendes et les rachats d'actions portent les réserves distribuables à 485 M€



Note : Les comptes d'Altadis S.A. sont établis selon les normes comptables espagnoles

Une exposition au dollar limitée : principalement un effet de change

La plupart des activités d'Altadis (achats, production et marketing) s'effectuent dans la même zone monétaire.

Activité dans la zone euro

Exposition nette - 10 mUSD
(achats nets, délai d'impact > 12 mois)

Activité dans la zone dollar

Exposition nette + 300 mUSD
(contribution à l'EBE du Groupe)

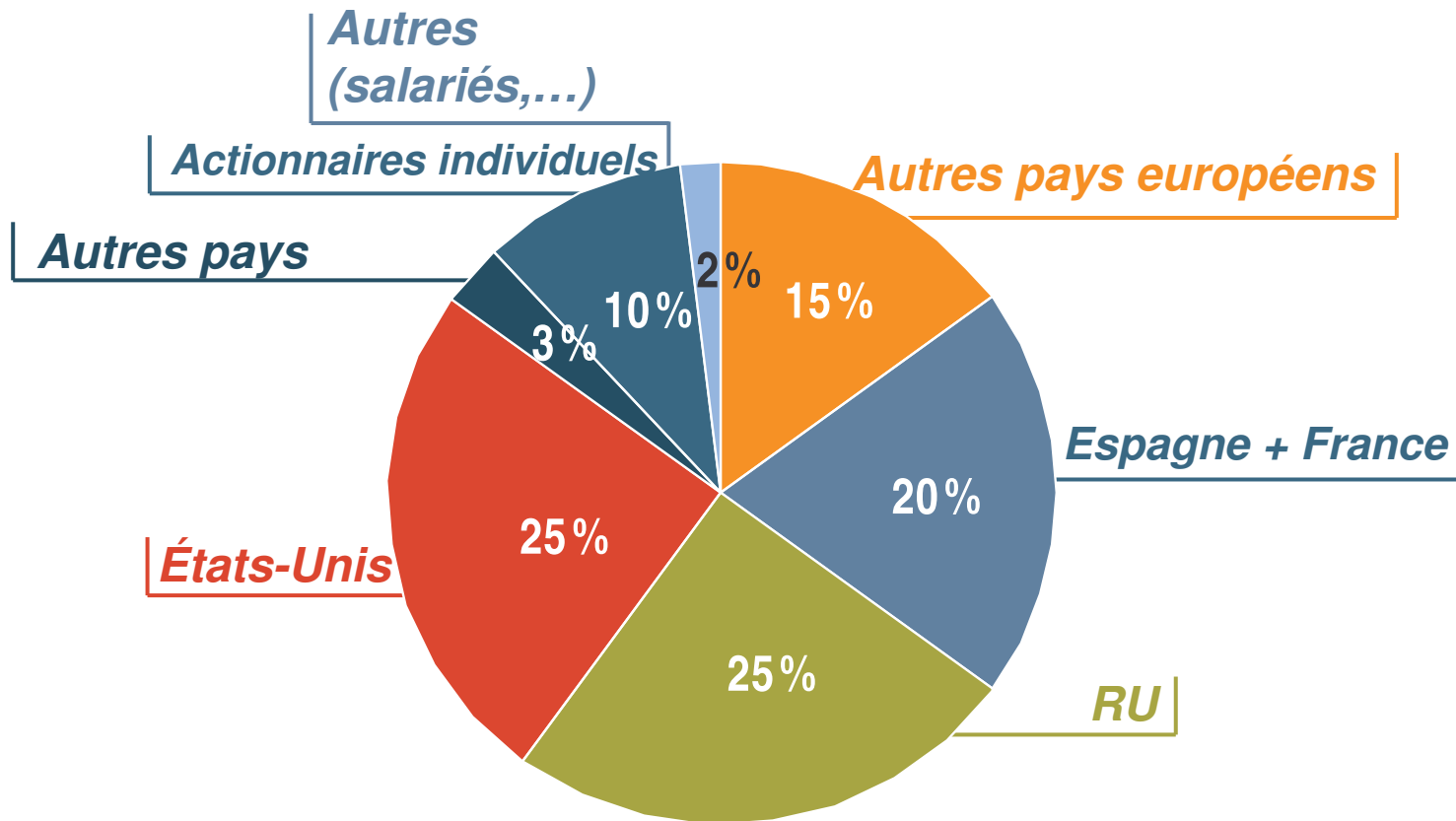
Le développement des ventes en USD
accroît légèrement l'impact de l'effet dollar sur le compte de résultat.

**ALTADIS EST LE SEUL FABRICANT DE TABAC
COTÉ EN EURO**

Des engagements hors bilan limités

- Lettre de confort portant sur un emprunt bancaire de 120 M€ à une filiale, comptabilisés à hauteur de 50 % dans le bilan d'Altadis.
- JR CIGAR : options d'achat et de vente sur les actions restantes exerçables fin 2008. Le prix d'acquisition de ces actions sera fonction des résultats financiers enregistrés dans les huit derniers trimestres avant l'exercice de l'option.
- La plupart des régimes de retraite sont financés par cotisations.
- Tous les instruments dérivés utilisés par le Groupe sont inscrits au bilan (normes IFRS). Politique de couverture conservatrice.

Un actionnariat très international



**Une centaine d'investisseurs représentent 80 % de l'actionnariat institutionnel.
Environ 150 000 investisseurs individuels.**

Des risques juridiques limités et qui s'amenuisent

SITUATION D'ALTADIS À CE JOUR :

- Procès en cours : deux actions individuelles + les autorités locales d'Andalousie (la *Junta*) + une action individuelle déboutée en première instance.
- 21 décisions favorables, aucune condamnation définitive
- Le gouvernement local andalou s'engage dans une longue procédure car sa plainte concerne les tribunaux civils et administratifs (implication possible de l'État espagnol).
- Les décisions en faveur d'Altadis sont souvent très nettes.

PLUSIEURS FACTEURS FONDAMENTAUX DONT L'ABSENCE DE :

- Actions collectives (projet d'introduction de ce type d'action en France),
- Dommages-intérêts à visée « punitive »,
- Honoraires liés aux dommages et intérêts attribués,
- Jurys populaires,

distinguent l'Europe des États-Unis, d'où des risques de nature et d'importance totalement différentes.

Chiffres trimestriels (IFRS)

C.A. économique

(en M€)

	T1 05	T2 05	T3 05	T4 05	Ex.05	T1 06	T2 06	T3 06	T4 06	Ex.06
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
Ajustements	(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 M€)

	T1 05	T2 05	T3 05	T4 05	Ex.05	T1 06	T2 06	T3 06	T4 06	Ex.06
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
Ajustements	(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