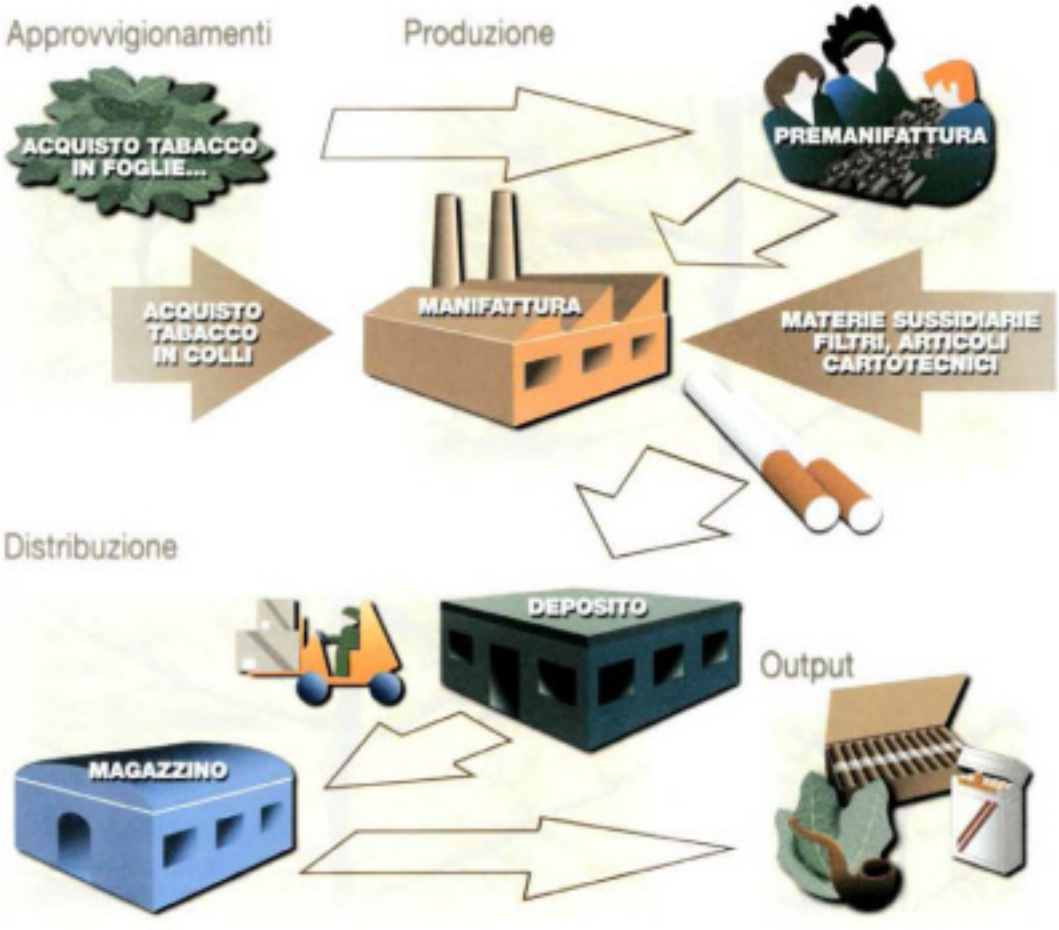
Andamento della gestione

Profilo di ETI

Il ciclo dell'attività

L'ETI incentra la propria attività nella produzione di tabacchi lavorati nazionali e su licenza, nonché nella distribuzione dei prodotti propri ed importati e nella produzione e commercializzazione dei prodotti del sale. In particolare, per quanto concerne la produzione di tabacchi lavorati, le fasi principali del ciclo di lavorazione di ETI sono attualmente:

- l'acquisto di tabacco in foglie dai coltivatori;
- la prima trasformazione del tabacco presso le premanifatture;
- l'acquisto di tabacco già trasformato (in colli), in al-



Ciclo: Approvvigionamenti - Produzione - Distribuzione - Output

Andamento della gestione





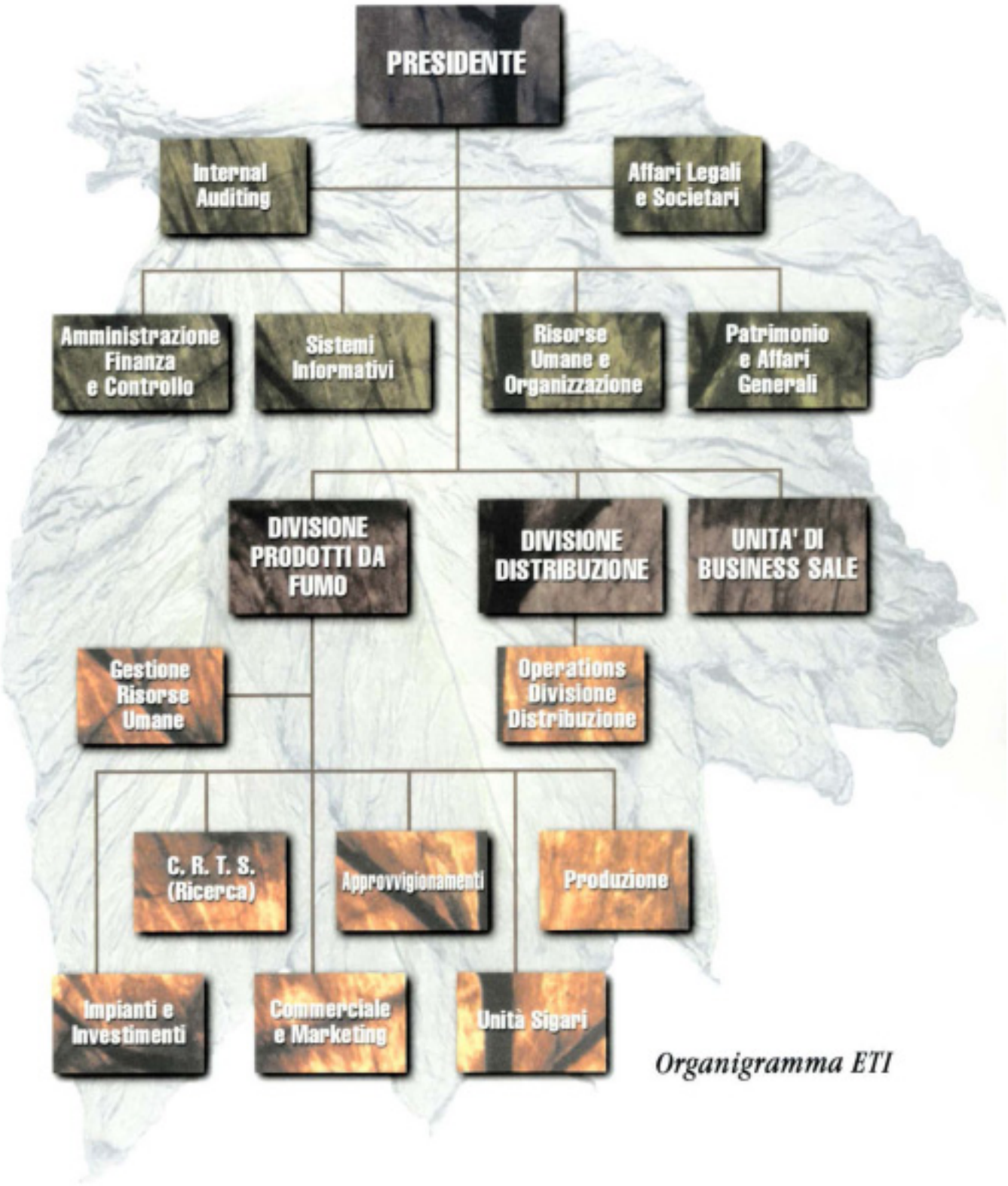
ternativa alla prima trasformazione in proprio;
- la produzione di tabacchi lavorati (sigarette, sigari, etc.);
- la distribuzione:
  da manifatture a depositi
  da depositi a magazzini vendita.

La struttura organizzativa

L'Ente Tabacchi Italiani ha un'organizzazione articolata in tre aree principali:
- un'area Corporate con la missione d'indirizzo, guida e controllo dell'intero sistema aziendale. La Corporate accentra le funzioni di Amministrazione, Finanza e Controllo, di Risorse Umane e Organizzazione di Sistemi Informativi di Patrimonio e Affari Generali, di Affari Legali e Internal Auditing;
- due divisioni (Prodotti da fumo e Distribuzione) con la missione di presidiare i core business aziendali curandone l'evoluzione strutturale e competitiva e massimizzando i risultati al fine di aumentare il valore dell'azienda. All'interno della Divisione Prodotti da fumo è stata inoltre identificata l'Unità Sigari che raggruppa le attività industriali relative alla produzione dei sigari.

È stata inoltre istituita una unità organizzativa a presidio del comparto produttivo del business sale.

La struttura organizzativa è il risultato di una trasformazione in atto che vedrà il suo completamento nel corso del 2000. Tale struttura rappresenta ancora un passo intermedio verso un modello divisionale compiuto, la cui applicazione concreta avverrà a valle della trasformazione di ETI in società per azioni e dei connessi interventi di ridefinizione dei processi operativi.



Organigramma ETI



La struttura societaria

ETI detiene il controllo totalitario della società ATI, la cui attività è prevalentemente incentrata nella prima trasformazione del tabacco.

ATI a sua volta possiede la totalità del capitale azionario di Aticarta, società impegnata nella produzione e commercializzazione di prodotti cartari e cartotecnici e di Atisale, società che commercializza il sale prodotto da ETI; ATI ha inoltre una partecipazione del 49% in Filtrati, società dedicata alla produzione e commercializzazione dei filtri per sigarette (vedi organigramma in fondo alla pagina).

Le società controllate sono tutte impegnate in attività complementari o ad integrazione del ciclo di business di ETI, come indicato nella seguente matrice:

Fasi del ciclo	Divisione/Unità org.	Società
Premanifatture	Prodotti da fumo	ATI
Filtri	Prodotti da fumo	Filtrati
Articoli cartotecnici		Aticarta
Manifatture	Prodotti da fumo	ETI
Depositi	Distribuzione	ETI
Magazzini Vendite	Distribuzione	(*)
Sale	Unità Sale	Atisale

(*) Gestiti da terzi



* *Società precedentemente impegnata nella commercializzazione del sale e posta in liquidazione con la nascita di Atisale.*

Andamento della gestione

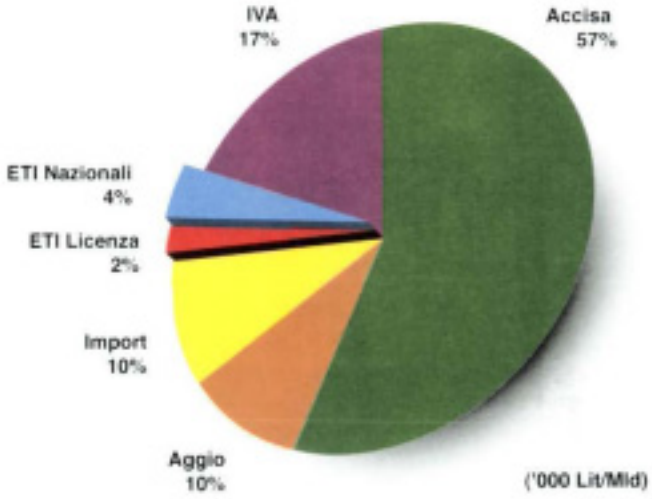
Divisione Prodotti da Fumo

Il totale delle entrate nel 1999 generate dalle vendite nel Mercato Interno dei tabacchi è pari a 22921 Lit/Mld. Di questi:

- 13051 Lit/Mld sono relativi all'Accisa
- 3819 Lit/Mld sono relativi all'IVA
- 2291 Lit/Mld è l'Aggio per le rivendite

Dei restanti ricavi, netti di Accise, IVA ed Aggio:

- 2247 Lit/Mld si riferiscono ai prodotti importati, di cui ETI cura la distribuzione
- 1028 Lit/Mld si riferiscono ad ETI per la vendita di prodotti nazionali
- 485 Lit/Mld si riferiscono ad ETI per la vendita di prodotti su licenza.



Ripartizione delle entrate per le vendite dei tabacchi

Vendite

► **SIGARETTE** I consumi di sigarette in Italia sono stati pari a 96 Mln/Kg con un incremento del 6% rispetto all'anno precedente (vedi grafico nella pagina successiva). Dovendosi escludere l'ipotesi di un aumento dei consumi di tabacco in Italia, che risulterebbe in palese controtendenza rispetto ai trend riscontrati



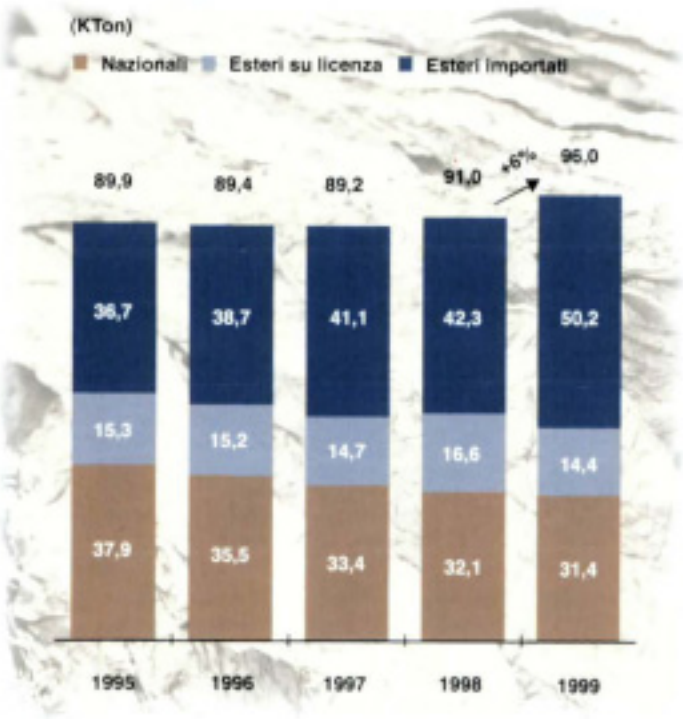
Andamento della gestione

in tutti i paesi europei e considerando che negli anni precedenti il livello dei consumi in Italia è rimasto sostanzialmente invariato (+0,4% nel periodo 1995-1998), il fenomeno è certamente da imputare alla forte contrazione del contrabbando. La riscontrata diminuzione del consumo illegale ha consentito pertanto di mettere in luce vendite sino ad ora non contabilizzate nei dati ufficiali. A titolo esemplificativo si abbia presente che nel 1998 la quota di mercato dei prodotti nazionali, se calcolata su dati ufficiali, è risultata pari al 35%, mentre se calcolata sui dati reali è pari a ca. il 31%, nel presupposto che il consumo illegale sia relativo in grande prevalenza all'import. Sulla base di tale presupposto, che come già detto è da ritenersi assolutamente realistico, si è ipotizzato che il livello complessivo delle vendite reali (legali+contrabbando) nel 1998 sia pressoché identico a quello riscontrato nel 1999 e che il plus rispetto ai consumi ufficiali sia attribuibile al prodotto estero.

Ciò rende poco significativo un confronto tra le quote di mercato relative ai vari produttori basato sui soli dati ufficiali del 1999 e del 1998, essendo i produttori esteri gli unici beneficiari di tale fenomeno, come peraltro indicato dal grafico evidenziato nella pagina accanto. Le vendite di **sigarette** in Italia effettuate dall'Ente Tabacchi Italiani ammontano nel 1999 a 31391 Ton con un decremento del 2% rispetto al 1998.

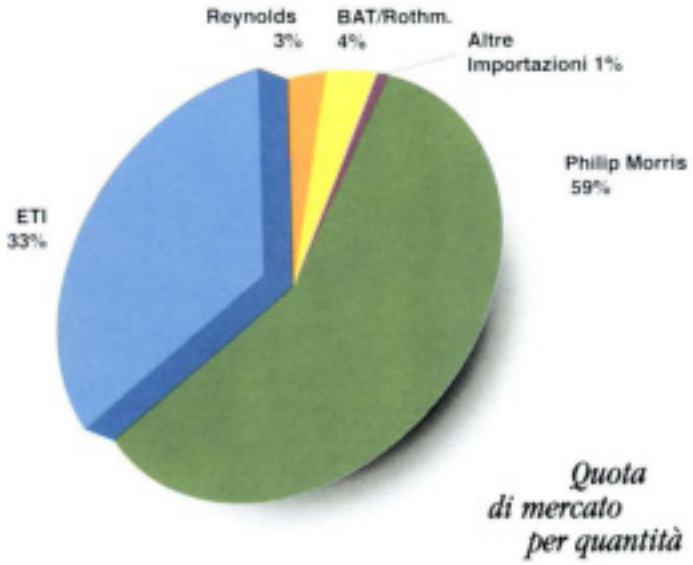
Nel mercato nazionale ETI rappresenta il secondo operatore dopo Philip Morris, che è leader con il 59%

Evoluzione storica del mercato ***nazionale di sigarette***

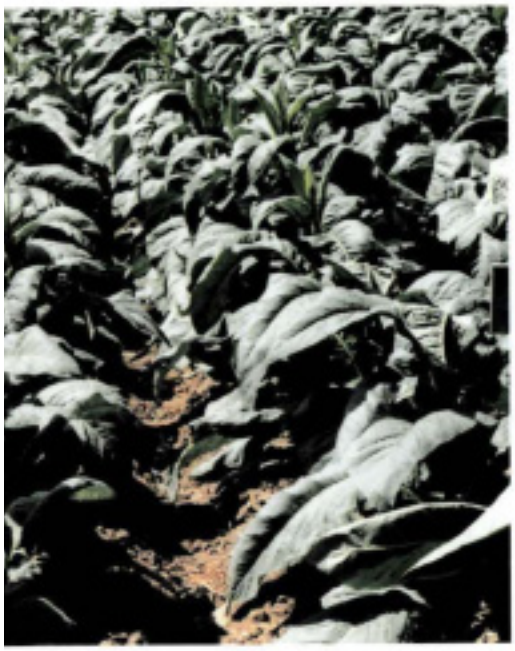




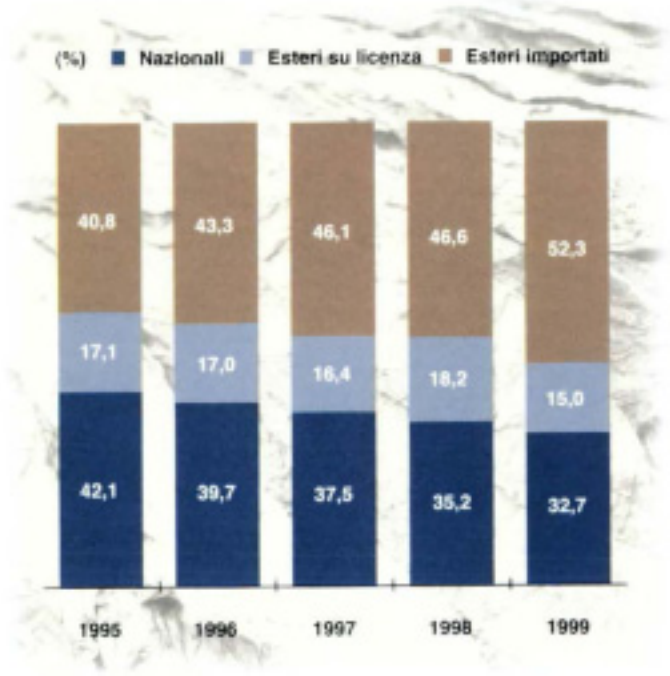




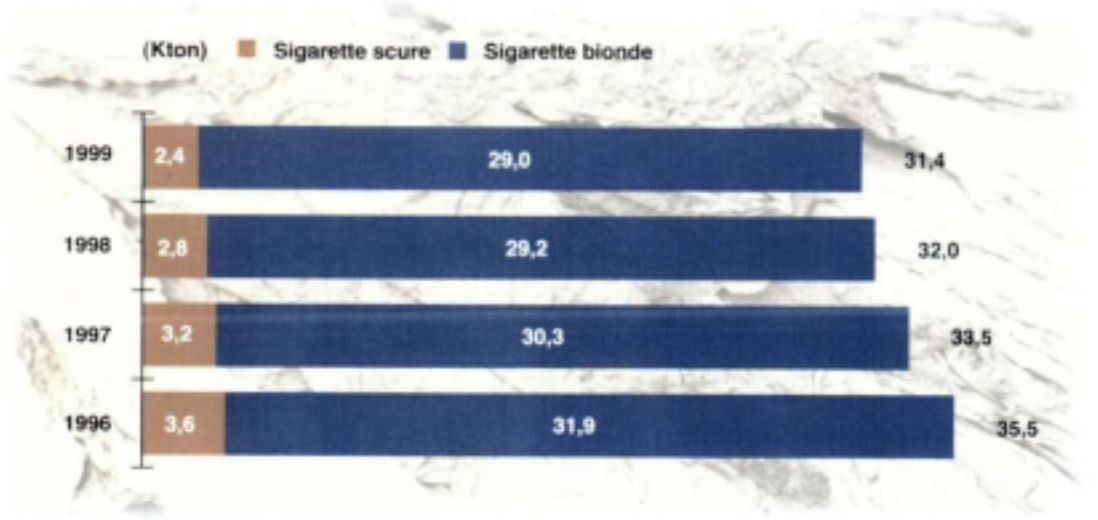
Quota di mercato per quantità



Evoluzione storica del mercato nazionale delle sigarette per quota di mercato sulle quantità



Andamento vendite sigarette bionde-scure (Kton)



Andamento del mercato per quantità

	ton		
Quantità	**1999**	**1998**	**'99 vs '98**
SIGARETTE			
Prodotti nazionali	31.391	32.069	-2%
Prodotti esteri	64.592	58.921	10%
su licenza	14.424	16.599	-13%
import	50.168	42.322	19%
SIGARI			
Prodotti nazionali	471	477	-1%
Prodotti Import	109	88	24%
ALTRI PRODOTTI			
Prodotti nazionali	120	140	-14%
Prodotti Import	662	625	6%
TOTALE	97.345	92.320	5%

di quota di mercato in quantità. In particolare le vendite nazionali di sigarette **bionde** sono state pari a 28989 Ton subendo un decremento rispetto al 1998 dell'1%.

Tale dato rappresenta un importante miglioramento del trend medio di decrescita registrato negli ultimi anni (-4% medio annuo). In tale segmento la sigaretta MS rimane leader nel mercato italiano con 15496 Ton vendute ed una quota di mercato pari al 16,1%.

Le vendite di **scure** sono state pari a 2401 Ton subendo un decremento del 14,8% rispetto al 1998.

I ricavi derivanti dalla vendita delle sigarette nazionali sono stati pari a 942,5 miliardi di Lire, corrispondenti al 26,1% in termini di quota di mercato.

I ricavi generati dalla vendita delle MS rappresentano il 50% dei ricavi totali (472,2 miliardi di Lire).

Le vendite dei **prodotti esteri su licenza**, pari a 14424 Ton, hanno registrato una diminuzione di 2,2 Mln/Kg. L'andamento delle vendite su licenza 1999 è comunque influenzato dalla modalità di attuazione del contratto in essere con Philip Morris in scadenza il 31/12/00 che prevede 16,0 Mln/Kg di produzione in ragione annua. Con riguardo ai ricavi si sono generati 485,1 miliardi di Lire, con un decremento del 12,1% rispetto al 1998.

I ricavi delle vendite sui **mercati esteri** e, insieme con essi, i ricavi da vendite a tariffa speciale presso duty-free, organismi internazionali e zone franche sono stati pari a 14,4 miliardi di Lire, con una diminuzione del 26,5% rispetto al 1998 dovuta principalmente ad una diminuzione dei ricavi nei duty-free del 40%.