

**INFORME DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE TELEPIZZA GROUP, S.A.  
EN RELACIÓN CON LA PROPUESTA DE ACUERDO A QUE SE REFIERE EL  
PUNTO QUINTO DEL ORDEN DEL DÍA DE LA JUNTA GENERAL ORDINARIA  
CONVOCADA PARA LOS DÍAS 27 y 28 DE JUNIO DE 2018, EN PRIMERA Y  
SEGUNDA CONVOCATORIA, RESPECTIVAMENTE, EN RELACIÓN A UNA  
ALIANZA ESTRATÉGICA Y UN ACUERDO MULTI-JURISDICCIONAL DE  
MASTER FRANQUICIA ENTRE PIZZA HUT INTERNATIONAL, LLC Y EL GRUPO  
TELEPIZZA**

El presente informe tiene por objeto justificar la propuesta que se somete a la Junta General ordinaria de Telepizza Group, S.A. (“**Telepizza**” o la “**Sociedad**”) bajo el punto quinto de su orden del día, referente a la alianza estratégica y el acuerdo multi-jurisdiccional de master franquicia entre Pizza Hut International, LLC (“**Pizza Hut**”) y el grupo Telepizza (la “**Operación**”).

En atención a la importancia estratégica de la Operación, el Consejo de Administración ha acordado someter a la Junta General la aprobación de la Operación, y de las transacciones que conlleva (según se describen a continuación), y ha preparado este informe para proporcionar a los accionistas la información más relevante sobre ella.

**1. JUSTIFICACIÓN DE LA OPERACIÓN**

La Operación contempla una alianza estratégica y un acuerdo multi-jurisdiccional de master franquicia entre Telepizza y Pizza Hut para acelerar su crecimiento conjunto en Latinoamérica (excluyendo Brasil), el Caribe, España<sup>1</sup>, Portugal y Suiza.

La negociación de la Operación, hasta la firma de la documentación contractual el pasado 15 de mayo de 2018, se ha desarrollado a lo largo de, aproximadamente, 14 meses, plazo durante el cual, el Consejo y sus Comisiones, al margen de 14 reuniones ordinarias, han mantenido un total de diez reuniones extraordinarias para hacer seguimiento de la evolución de la Operación

---

<sup>1</sup> El acuerdo de master franquicia para España incluye la posibilidad de que Telepizza opere y desarrolle la red Pizza Hut en el Principado de Andorra.

y de las negociaciones. El Consejo de Administración de la Sociedad ha estado asesorado por, entre otros, PwC (asesor fiscal, contable y en materia de valoración) y Uría Menéndez Abogados, S.L.P. (asesor legal). Además, el Consejo designó a una firma estadounidense líder mundial en consultoría para cuestiones estratégicas y a Barclays Bank PLC (actuando a través de su banco de inversión) para asesorar en la relación con inversores.

Pizza Hut, división de Yum! Brands, Inc. (“**Yum! Brands**”), es la mayor compañía de restaurantes de pizza del mundo con casi 17,000 restaurantes en más de 100 países. Como consecuencia de la Operación, Telepizza, adicionalmente a los establecimientos de su red (actualmente, 1.600), operará aproximadamente 1.000 establecimientos de Pizza Hut, y se convertirá en el mayor master franquiciado de Pizza Hut en el mundo por número de establecimientos y en un operador líder mundial de pizza, con un ambicioso plan de crecimiento en los próximos años.

Con la Operación, la Sociedad busca poner en valor su capacidad de gestión de redes y de suministro de masa e ingredientes para pizza e impulsar su plan internacional de crecimiento (aprovechando las sinergias existentes entre ambos grupos). La Sociedad prácticamente duplicará el número de establecimientos del grupo Telepizza a más de 2.500, extendiendo su alcance internacional a 37 países (más de 500 millones de potenciales consumidores) y está previsto que sus Ventas Cadena aumenten hasta los 1.100 millones de euros anuales. Asimismo, y en atención a los compromisos asumidos en la Operación, el objetivo de la Sociedad es alcanzar un EBITDA de aproximadamente 100 millones de euros en el año 2021.

Como consecuencia de todo lo anterior, el Consejo de Administración de Telepizza espera que la alianza sea una herramienta de creación de valor para los accionistas, franquiciados, clientes y empleados de Telepizza.

## **2. ESTRUCTURA DE LA OPERACIÓN**

### **2.1 Principios generales de la Operación**

**2.1.1 Sobre la red Pizza Hut:** Conforme se hizo referencia con anterioridad, la Operación contempla una alianza estratégica y un acuerdo de master franquicia entre Telepizza y Pizza Hut en los siguientes territorios: Latinoamérica (excluyendo Brasil), el Caribe,

España, Portugal y Suiza, cuyos términos y condiciones principales se resumen a continuación:

Telepizza adquirirá los derechos exclusivos de master franquicia del sistema Pizza Hut y, con ello, Telepizza (i) asumirá la posición de franquiciador en los contratos de franquicia Pizza Hut ya existentes; y (ii) podrá abrir y operar nuevos establecimientos Pizza Hut, ya sean propios o franquiciados. Además, Telepizza gestionará la cadena de suministro de Telepizza y Pizza Hut en esos territorios.

**2.1.2 Sobre la red Telepizza:** En España y Portugal, donde la presencia y reconocimiento de la Sociedad son más intensos, así como en Bolivia, El Salvador y Guatemala<sup>2</sup>, donde la Sociedad mantiene también una operación relevante, Telepizza seguirá explotando el sistema Telepizza, como franquiciador, en términos sustancialmente idénticos a los actuales. En el resto de los territorios afectados por los contratos de master franquicia, la Sociedad se ha comprometido a llevar a cabo la conversión, dentro de unos determinados plazos<sup>3</sup>, de los actuales establecimientos Telepizza en establecimientos Pizza Hut.

**2.1.3 Sobre los países que no están sujetos a contrato de master franquicia:** En cuanto a los demás territorios donde Telepizza actualmente está presente pero que no están sujetos a ningún contrato de master franquicia, véase el apartado 2.7 siguiente.

**2.1.4 Sobre la marca Telepizza:** Con el fin de seguir operando los establecimientos Telepizza, Telepizza mantendrá en exclusiva el usufructo de los signos distintivos de Telepizza (incluyendo tanto sobre los registros y solicitudes marcarios como sobre los nombres de dominio)<sup>4</sup>, mientras que su nuda propiedad se aportará a una sociedad de nueva creación que constituirá Telepizza y en la que Pizza Hut poseerá una participación minoritaria que no será de control. El usufructo tendrá una duración inicial de 30 años

---

<sup>2</sup> En Bolivia, El Salvador y Guatemala no existe obligación de conversión para los establecimientos Telepizza pero Telepizza, respetando siempre los términos contractuales en vigor hasta su terminación, procurará el cierre de la red Telepizza (El Salvador y Guatemala) o su conversión a Pizza Hut (Bolivia).

<sup>3</sup> Más amplios en el caso de Chile en atención a la mayor presencia y reconocimiento del Grupo Telepizza en este país (véase apartado 2.5.3).

<sup>4</sup> Los signos distintivos comprenden las marcas, nombres comerciales y nombres dominios de Telepizza y en general aquellos signos para su uso en el sistema Telepizza en todo el mundo (salvo Irán). No obstante, nos referiremos a esos signos como los “signos distintivos Telepizza” o la “marca Telepizza” por simplificar.

(término legal máximo); transcurrido dicho plazo, el usufructo se renovaría o, en su defecto, Telepizza dispondría automáticamente de una licencia exclusiva sobre esos signos distintivos, en términos sustancialmente idénticos a los del usufructo. Pizza Hut tendrá una opción de compra sobre esa nuda propiedad, ejercitable con carácter general en los 18 meses desde el tercer aniversario del otorgamiento de la opción de compra.

## **2.2 Términos y condiciones de la master franquicia**

### **2.2.1 Ámbito territorial**

Según el acuerdo alcanzado con Pizza Hut, Telepizza pasará a ser su master franquiciado exclusivo en Latinoamérica (excluyendo Brasil), el Caribe, España, Portugal y Suiza<sup>5</sup>.

### **2.2.2 Duración**

La duración inicial de los contratos de master franquicia para España, Portugal y Chile será de 30 años, renovables por otros dos periodos de diez años cada uno, por tanto, la duración de los contratos de master franquicia en estas jurisdicciones sería de 50 años. En los demás territorios, la duración inicial del contrato de master franquicia será de diez años, pudiéndose renovar por otro periodo de diez años y un tercer periodo de cinco años. En este caso, pues, la duración de estos contratos se podría extender hasta los 25 años.

Telepizza podrá renovar los contratos de master franquicia en la medida en que cumpla las siguientes condiciones de renovación: (i) notificar a Pizza Hut, con una antelación mínima de 12 meses, su intención de renovar el contrato en cuestión y (ii) no hallarse en incumplimiento resolutorio del contrato ni haber incumplido los objetivos de desarrollo pactados<sup>6</sup>.

### **2.2.3 Aspectos económicos**

- (i) Canon de entrada. Por la adquisición de los derechos de exclusiva en los territorios de la master franquicia, Telepizza abonará a Pizza Hut un total de 11,85 millones de euros en un plazo máximo de tres años desde el cierre.

---

<sup>5</sup> En México, inicialmente, los derechos de uso y explotación de la marca Pizza Hut para el desarrollo de establecimientos no se conceden de manera exclusiva.

<sup>6</sup> En el caso de los territorios distintos de España, Portugal y Chile, según lo descrito en el apartado **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, la renovación del contrato de master franquicia para los años 21 a 25 requerirá que Telepizza y Pizza Hut convengan un plan de apertura de tiendas para ese quinquenio.

- (ii) Cánones (*fees*). Telepizza y Pizza Hut percibirán los cánones mensuales y demás percepciones económicas generadas por la explotación de los establecimientos Telepizza y Pizza Hut mientras esté vigente el acuerdo.

Así, y con carácter general, Telepizza pagará a Pizza Hut el 3,5% de las ventas de las tiendas propias y franquiciadas de la cadena Pizza Hut e igualmente el 3,5% de las ventas de tiendas propias y franquiciadas de la cadena Telepizza en concepto de “*fee por alianza*”, por lo que, en tanto el canon a los franquiciados sea el 6%, Telepizza conservará el restante 2,5%<sup>7</sup>.

Además, se pondrán en común otros conceptos económicos de los contratos suscritos con los respectivos franquiciados como los cánones iniciales, de renovación o de transferencia, todo ello sujeto a ciertas excepciones, incentivos y periodos de carencia.

- (iii) *Royalty credit*. Sin perjuicio de lo anterior, un determinado importe de la venta anual estará exenta de cánones durante los primeros 17 años del acuerdo. Ese importe anual será, inicialmente, de 250 millones de dólares estadounidenses e irá decreciendo anualmente a partir del tercer año hasta llegar a cero en el decimoséptimo aniversario.
- (iv) Incentivo: El acuerdo contempla un incentivo a favor de Telepizza de 25 millones de dólares estadounidenses, pagadero anualmente durante los tres primeros años, sujeto al cumplimiento de ciertos objetivos de apertura de tiendas y conversión de los establecimientos Telepizza en establecimientos Pizza Hut, según se describe en el apartado 2.5 siguiente.

#### **2.2.4 Terminación de los derechos de master franquicia**

Como es habitual, los contratos incluyen diversos supuestos de terminación, tales como:

- (i) Incumplimientos de Pizza Hut: El contrato de master franquicia prevé ciertos supuestos de terminación anticipada por Telepizza en caso de incumplimiento por Pizza Hut de sus obligaciones contractuales. Al margen de las causas de terminación comunes a

---

<sup>7</sup> No obstante lo anterior, en Guatemala y El Salvador y en los establecimientos de Telepizza abiertos en Bolivia con anterioridad al cierre de la Operación Telepizza pagará a Pizza Hut el 58,33% del importe cobrado por Telepizza. En los territorios donde no se conceden derechos de master franquicia (Polonia, Rusia, Reino Unido, Malta, República Checa, Francia, Marruecos y Angola) se seguirá el mismo criterio de pago con carácter general durante los dos primeros años.

ambas partes, pueden destacarse las siguientes causas de terminación imputables a Pizza Hut: (a) la falta de pago del incentivo referido anteriormente, (b) el incumplimiento del derecho de preferencia de Telepizza en relación con un nuevo proyecto minorista de pizza que Pizza Hut quiera desarrollar en los territorios en los que el grupo Telepizza opere como master franquiciado de Pizza Hut; (c) el incumplimiento de las restricciones de uso, gravamen y disposición de la marca Telepizza previstas en el Contrato Marco (según este término se define en el apartado 2.8 siguiente); (d) la revocación arbitraria de la autorización a Telepizza y sus filiales para suministrar a los establecimientos Pizza Hut y Telepizza; o (e) el incumplimiento de los derechos exclusivos concedidos a las sociedades del grupo Telepizza que sean master franquiciadas.

Las consecuencias en este caso serían:

- (a) Telepizza podría resolver los contratos de master franquicia correspondientes, en cuyo caso, tendría que ceder a Pizza Hut los establecimientos sub-franquiciados operados bajo el sistema Pizza Hut en el territorio relevante para su explotación como franquiciador por Pizza Hut o un tercero designado por esta. Respecto a los establecimientos propios Pizza Hut, Telepizza podrá mantenerlos como tales sujetos a un contrato de franquicia con Pizza Hut.
  - (b) Telepizza seguiría operando sus tiendas propias y franquiciadas como propietario (respecto a las primeras) y como franquiciador (respecto a las segundas) bajo los signos distintivos Telepizza y terminaría el contrato suplementario, manteniendo en todo caso el usufructo exclusivo y gratuito de la marca Telepizza o, tras la terminación del usufructo, una licencia igualmente exclusiva y gratuita.
  - (c) Telepizza no tendría que cumplir con la obligación de no competencia post contractual.
  - (d) Pizza Hut no podría exigir la venta a su favor de los establecimientos Pizza Hut o Telepizza que sean propiedad de Telepizza.
- (ii) Incumplimientos de Telepizza: Los contratos de master franquicia en cada territorio podrían ser resueltos por Pizza Hut en caso de incumplimiento por Telepizza de sus

obligaciones bajo el contrato en dicho territorio (p.ej., de pago, de observancia de determinados estándares –especialmente, los relativos a seguridad alimentaria–, de la normativa aplicable a las tiendas, de no competencia, venta de productos no aprobados o de proveedores no autorizados, lesión de la propiedad intelectual, falta de vigilancia y control de los franquiciados o reiteración sistemática de incumplimientos), si bien en la mayoría de ellos se han pactado periodos de subsanación.

- (iii) Vencimiento del plazo de un contrato de master franquicia determinado, sin que se haya renovado ese contrato, según lo descrito en el apartado 2.2.2 anterior.

Las consecuencias de la terminación por incumplimiento de Telepizza o por vencimiento del contrato serían:

- (a) Telepizza debería ceder a Pizza Hut todos los contratos de sub-franquicia para establecimientos Pizza Hut en el territorio correspondiente.
- (b) Pizza Hut podría exigir a Telepizza que le transmitiese, a cambio de un precio de mercado establecido por un tercero independiente, todos sus establecimientos propios Pizza Hut. Si Pizza Hut no ejercitase tal opción, Telepizza continuaría como franquiciado de los establecimientos propios a través de contratos de franquicia con Pizza Hut.
- (c) Pizza Hut tendría la opción de exigir la terminación del usufructo sobre los signos distintivos de Telepizza para el territorio correspondiente y, con ello, la terminación del acuerdo suplementario (referido en el apartado 2.8(ii) siguiente), la cesión de todos los contratos de franquicia de establecimientos Telepizza en el territorio correspondiente y la posibilidad de adquirir, a cambio de un precio de mercado establecido por un tercero independiente, todos los establecimientos propios Telepizza (si Pizza Hut no ejercitase tal opción, Telepizza continuaría como franquiciado de los establecimientos propios a través de contratos de franquicia de duración variable en función de su fecha de apertura).
- (d) Telepizza tendría una obligación de no competencia post-contractual de un año (sin perjuicio de la obligación de no competencia propia de los contratos de franquicia subsistentes, en su caso).

- (e) La terminación de los derechos de master franquicia sin embargo no conllevaría la de los contratos de suministro que Telepizza tenga convenidos con la red Pizza Hut o Telepizza.

### **2.2.5 Cambio de control**

Según es habitual en los contratos de master franquicia (por tratarse de relaciones basadas en la confianza y de gran trascendencia para el franquiciador), en caso de cambio de control en Telepizza o Tele Pizza, S.A.U. sin consentimiento de Pizza Hut, esta última estará facultada para resolver todos o parte de los contratos de master franquicia y los efectos serán equivalentes a la terminación por incumplimiento de Telepizza<sup>8</sup>.

A los efectos de esta causa de terminación, se entenderá por cambio de control:

- (i) Mientras Telepizza sea una sociedad cotizada, la adquisición directa o indirecta de un 30% o más de las acciones de Telepizza por un Competidor o un Adquirente Restringido (según ambos términos se definen en el anexo de definiciones del presente informe).
- (ii) Tanto en el caso de Telepizza S.A.U., como en el caso de Telepizza (en caso de exclusión de cotización), la venta de una participación en éstas (a) superior al 1% si el adquirente es un Competidor; (b) superior al 29,9% si se trata de un adquirente no Competidor o no Restringido; o (c) cualquier participación si se trata de un Adquirente Restringido. No obstante, no habrá cambio de control si el adquirente ha sido declarado previamente Adquirente Idóneo (según este término se define en el anexo de definiciones del presente informe) por medio del proceso acordado por las partes a tal efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, en caso de que un tercero no incluido en las limitaciones descritas en este apartado adquiera el control en Telepizza o Tele Pizza, S.A.U. o si Pizza Hut autoriza un cambio de control de los previstos en los apartados (i) y (ii) anteriores, Telepizza deberá pagar una tasa de transferencia a Pizza Hut por importe de 2,5 millones de dólares

---

<sup>8</sup> Asimismo, el cambio de control en cualquier otra sociedad del grupo Telepizza que sea master franquiciada sin el consentimiento de Pizza Hut será causa de terminación del correspondiente contrato de máster franquicia. A estos efectos, se entenderá por cambio de control la adquisición (a) de cualquier participación por un Competidor o un Adquirente Restringido; o (b) de una participación superior al 49% o que otorgue el control de la sociedad por cualquier otro tercero.



estadounidenses o, de ser mayor, el 0,25% del valor de empresa (*enterprise value*) de Telepizza<sup>9</sup>.

### **2.3 Gestión de la cadena de suministro y oportunidades de negocio en ese ámbito**

Según lo acordado entre Telepizza y Pizza Hut, Telepizza tendrá el derecho a gestionar la cadena de suministro de la red Telepizza y de Pizza Hut en los territorios sujetos al contrato de master franquicia. Asimismo, una vez cumplidos los requisitos para ello, se convertirá en un proveedor autorizado de los establecimientos Pizza Hut.

Adicionalmente, las partes han convenido explorar la posibilidad de extender el suministro de las masas de pizza fabricadas por grupo Telepizza, más allá de los territorios master franquiciados e incluso a otros conceptos de franquicia del grupo Yum! Brands.

### **2.4 Gestión de los signos distintivos Telepizza**

Según lo dispuesto en el Contrato Marco suscrito entre las partes, Telepizza constituirá una sociedad limitada española (*joint venture*) a la que aportará la nuda propiedad de la marca Telepizza. Pizza Hut, a su vez, pasará a ser también socio de dicha *joint venture*, tras la asunción de una participación de 1 euro de valor nominal si bien dispondrá de ciertos derechos protectores en lo que respecta a, entre otras, las cuestiones que puedan afectar la nuda propiedad de la marca Telepizza, a los efectos de su preservación de cara al posible ejercicio de la opción de compra a la que a continuación se aludirá. Las relaciones societarias entre los dos socios de la *joint venture* se regularán por medio de un contrato de socios, que se firmará al cierre de la Operación.

Asimismo, Telepizza y Pizza Hut han acordado que, una vez constituida la *joint venture* y ambas sociedades sean sus socios, la *joint venture* conceda una opción de compra a favor de Pizza Hut sobre la nuda propiedad de los signos distintivos Telepizza por 1,75 millones de euros, que será ejercitable, con carácter general, en una ventana de 18 meses a contar desde el tercer aniversario del cierre de la Operación. El precio de ejercicio de la opción, que asciende a 10,1 millones de euros, ha sido determinado por un experto designado por Telepizza con base

---

<sup>9</sup> La referida tasa de transferencia no será aplicable si (i) el adquirente es miembro del grupo de sociedades al que pertenece un accionista con un 3% o más de los derechos de voto en Telepizza; y (ii) el control se adquiere dentro de los 24 meses desde la fecha de cierre de la Operación.

en el valor de mercado de la nuda propiedad de las marcas Telepizza dentro de tres años (esto es, excluyendo el usufructo que retiene grupo Telepizza).

Telepizza se reserva el uso y disfrute exclusivos de las marcas Telepizza y, por tanto, la capacidad de licenciar y sub-licenciar la marca, de modo que seguirá operando su negocio y marca como ha venido haciendo hasta hoy.

El usufructo se constituye por el máximo término legal (un periodo de 30 años); alcanzado el cual, y salvo que las partes convengan su renovación, el nudo propietario pasará a ser el titular pleno de las los signos distintivos Telepizza, si bien se constituiría, con carácter automático, una licencia exclusiva y gratuita a favor de Telepizza, en términos sustancialmente idénticos a los del usufructo, para seguir explotándolos en los territorios en que siguiera operando el sistema Telepizza y mientras este siga.

## **2.5 Objetivos de aperturas y conversiones de tiendas**

### **2.5.1 Objetivo de aperturas**

El Contrato Marco establece un ambicioso plan de desarrollo de la red combinada Telepizza-Pizza Hut que contempla la apertura de establecimientos nuevos durante la vigencia de los contratos de master franquicia. Con carácter general, el Contrato Marco contempla la apertura de establecimientos nuevos que operarán principalmente bajo el sistema Pizza Hut.

Durante los diez primeros años, Telepizza deberá promover la apertura de un total de 1.300 establecimientos nuevos propios o franquiciados (250 en los tres primeros años). En caso de no cumplir con esos objetivos, entre el año cuarto y el décimo del acuerdo, Pizza Hut podrá aplicar a grupo Telepizza una penalidad por cada establecimiento no abierto del objetivo (*shortfall*). Entre los años 11 y 20, Telepizza se compromete a abrir 125 nuevos establecimientos cada año, sumando un total de 1.250 establecimientos.

En Chile, España y Portugal, a partir del año 21, las ventas del sistema anuales en cada uno de esos países deberán incrementarse en línea con una tasa de crecimiento determinada<sup>10</sup>. En cuanto a las demás jurisdicciones, no se han decidido los objetivos de desarrollo a partir del año

---

<sup>10</sup> En particular, las partes han acordado que las ventas en cada uno de esos tres países deberán incrementarse anualmente conforme a la tasa media de crecimiento anual del Producto Interior Bruto en los dos últimos años.

21, por lo que será necesario convenir con Pizza Hut un nuevo plan de desarrollo para prorrogar los derechos de master franquicia en esas jurisdicciones.

La inobservancia del objetivo de apertura de tiendas solo conllevaría la resolución anticipada del contrato de master franquicia correspondiente si se abrieran tiendas por debajo de 1.000 establecimientos (o del número que proceda abrir en el año de medición correspondiente). Además, la Sociedad dispone de un periodo de subsanación y de la facultad de compensar los defectos de apertura en un año con los excesos de aperturas sobre los objetivos de desarrollo pactados. En Chile, España y Portugal, el régimen de terminación tiene unos umbrales mucho menos exigentes, según se expone en el apartado 2.5.3 siguiente.

Además, el Contrato Marco contempla una obligación de mantener, en todo momento y sujeto a un periodo de gracia de 5 años, un número de tiendas propias operadas bajo el sistema Pizza Hut que representen, como mínimo, un 10% del total de establecimientos Pizza Hut existentes en los territorios incluidos en los contratos de master franquicia.

### **2.5.2 Objetivo de conversión**

Según lo descrito con anterioridad, el Contrato contempla la conversión gradual, dentro de unos plazos temporales, de los establecimientos Telepizza en Pizza Hut en las jurisdicciones afectadas por la Operación, salvo en España, Portugal, Bolivia, El Salvador y Guatemala, donde no habrá obligación de conversión y, por tanto, continuará la explotación de la red Telepizza o local (sin perjuicio de la facultad para abrir establecimientos Pizza Hut). El régimen general es de cinco años, excepto para Chile que es de diez años.

En el supuesto de que el nivel de conversión se sitúe por debajo del 80% del objetivo de conversión, en el año de medición correspondiente, Pizza Hut podría resolver el contrato de master franquicia del Territorio correspondiente, sujeto a ciertas condiciones y plazos de subsanación definidos en el Contrato Marco.

### **2.5.3 Régimen especial para España, Portugal y Chile**

En el caso de España, Portugal y Chile se ha pactado un régimen diferente en relación con los objetivos de aperturas y conversión, al objeto de limitar la posibilidad de terminación de los contratos en estos territorios. Así:

- (i) Si Telepizza no alcanzase el umbral mínimo global de aperturas (propias o de franquiciados) en el conjunto de los territorios afectados por la Operación, los contratos de master franquicia de España, Portugal y Chile no se terminarían (o, en su caso, se renovarían) si se mantiene el número de establecimientos Pizza Hut o Telepizza existentes en la fecha de firma del Contrato Marco en esos tres países junto con 50 nuevos establecimientos adicionales en España y Portugal.
- (ii) Como se ha hecho referencia en el apartado 2.5.2 anterior, en España y Portugal no existe obligación de convertir y en Chile el plazo para la conversión total es el doble del previsto para el resto de territorios.

## **2.6 Pactos relativos a la conducción del negocio por Telepizza y Pizza Hut y límites convenidos**

El Contrato Marco incluye, además, algunas limitaciones en relación con la conducción del negocio por Telepizza<sup>11</sup> como, por ejemplo, las que se describen a continuación:

- (i) *Blackout*. Durante los dos primeros años de la alianza, Telepizza no podrá dedicarse a ningún negocio nuevo, sea o no alimentario, salvo acuerdo con Pizza Hut.
- (ii) Obligación de no competencia. En el caso de los territorios afectados por la Operación, durante la vigencia de los contratos de master franquicia y un año adicional, Telepizza no podrá participar en negocios de restauración informal, servicio rápido o recogida o entrega a domicilio si la pizza, la pizza y la pasta, el pollo listo para comer, la comida mexicana o las hamburguesas representan más del 20% de los alimentos vendidos en ese negocio. Lo anterior sin perjuicio de la posibilidad de llevar a cabo la producción y comercialización no minorista de cualesquiera productos relacionados con la pizza (incluyendo la masa de pizza y los demás ingredientes para la producción de pizza), siempre que Telepizza no utilice la marca y el *know-how* de Pizza Hut y no suministre a ninguna entidad competidora, según se define en el Contrato Marco. Esa obligación tendrá una duración de 3 años desde la transmisión de la nuda propiedad de los signos distintivos Telepizza a Pizza Hut, tras el eventual ejercicio de la opción de compra

---

<sup>11</sup> Cabe señalar que las partes han pactado también ciertas limitaciones a la conducción del negocio en los territorios donde Telepizza todavía no está presente (los denominados “*non operative territories*”).

descrita en el apartado 2.4 anterior, para los países no incluidos en los contratos de master franquicia.

Asimismo, una vez vencida la obligación de no competencia respecto de un determinado territorio y mientras sigan en vigor los restantes contratos de master franquicia y un año después, si Telepizza quisiera emprender un negocio competitivo, debería adoptar ciertas medidas para garantizar que el *know-how* de Pizza Hut no sea utilizado (p.ej., un equipo directivo distinto, medidas en materia de tecnología de la información (TI) apropiadas, etc.).

- (iii) Restricción respecto a la participación en una red de franquicias competidora con la finalidad de preservar el *know-how* de Pizza Hut y evitar que el mismo sea utilizado por los principales competidores de Pizza Hut. Mientras esté vigente un contrato de master franquicia y durante un año adicional, Telepizza no podrá operar establecimientos (ya sea en condición de master franquiciado, franquiciado o similar) pertenecientes a una de las principales redes competidoras de pizza.
- (iv) Derechos de primera oferta de Pizza Hut en relación con un nuevo negocio de pizza. Mientras haya un contrato de master franquicia vigente, en caso de que Telepizza decidiera desarrollar o adquirir un nuevo negocio minorista de pizza en cualquier territorio, Pizza Hut tendrá un derecho de primera oferta para participar, conjuntamente con Telepizza, en el mismo.
- (v) Una vez ejercitada, en su caso, la opción de compra descrita en el apartado 2.4 anterior, entrará en vigor el contrato suplementario al reglamento de usufructo, en virtud del que ciertos aspectos del negocio Telepizza (por ejemplo, los manuales, productos autorizados, proveedores homologados, elección de franquiciados, entre otros) deberán cumplir, entre otros, con los principios esenciales de Pizza Hut en materia de calidad y seguridad alimentaria, seguridad de la información y protección de la imagen y reputación (los denominados, “*Red Lines*”).

Por otro lado, mientras esté vigente un contrato de master franquicia, en caso de que Pizza Hut decidiera desarrollar un nuevo proyecto minorista de pizza en los territorios afectados por los contratos de master franquicia, Telepizza tendrá un derecho de primera oferta y,

subsidiariamente, siempre que se cumplan las condiciones para ello, un derecho de tanteo para ser el operador en exclusiva de ese nuevo proyecto.

## **2.7 Marco de las actuaciones en los países no incluidos en el acuerdo de master franquicia**

Al margen de los territorios afectados por los contratos de master franquicia (y de Irlanda e Irán), Telepizza actualmente opera en Angola, Francia, Malta, Marruecos, Polonia, República Checa, Reino Unido y Rusia. En estos territorios, se observarán los términos de los contratos vigentes en esos territorios hasta su terminación. Sin perjuicio de ello, Telepizza empleará sus mejores esfuerzos para transmitir los establecimientos operativos en esas jurisdicciones a un tercero (incluyendo Pizza Hut o a su master franquiciado en el país correspondiente), o convertirlos en establecimientos a Pizza Hut. Con carácter general, durante los primeros dos años, Telepizza pagará a Pizza Hut el 58,33% del importe cobrado por Telepizza en concepto de *royalties* en estos territorios. Tras este periodo, se abonará, en su caso, el canon normal.

Por lo que respecta a Irlanda, donde Telepizza es el socio mayoritario en una *joint venture* constituida para la explotación del negocio de pizza Apache, Telepizza y Pizza Hut han acordado analizar distintas alternativas para que ese negocio pueda integrarse en la Operación en el futuro, respetando siempre los compromisos contractuales en vigor con el socio local.

Finalmente, en cuanto a Irán, Telepizza continuará el negocio de master franquicia operado por Momenin Investment Group en dicho territorio mientras no se despejen las actuales incertidumbres regulatorias en materia de sanciones en relación con este país.

## **2.8 Estructura contractual**

La Operación se estructura a través de un contrato marco denominado *umbrella agreement* (“acuerdo paraguas” en castellano) que fue suscrito por Pizza Hut, Telepizza y Tele Pizza, S.A.U. el 15 de mayo de 2018 (el “**Contrato Marco**”) y que fija los términos y condiciones principales de la Operación, y que han sido descritos anteriormente, y adjunta el resto de la documentación contractual acordada y que será firmada en el cierre de la Operación, a saber:

- (i) El modelo de contrato de master franquicia Pizza Hut para los diversos territorios que las sociedades del grupo Telepizza suscribirán, como master franquiciadas, con las correspondientes entidades master franquiciadoras del grupo Pizza Hut; y los modelos

de contrato de franquicia Pizza Hut (que se suscribirán por cada establecimiento franquiciado o propio Pizza Hut<sup>12</sup>); y

- (ii) Los contratos relacionados con la *joint venture*, a saber: (a) un contrato de socios de la sociedad conjunta a la que se aportará la nuda propiedad de los signos distintivos de Telepizza; (b) un contrato de opción de compra a favor del grupo Pizza Hut sobre esa nuda propiedad; (c) un reglamento de usufructo sobre los signos distintivos de Telepizza, (d) un contrato suplementario del anterior para el caso de ejercicio de la opción de compra por Pizza Hut; y (e) un contrato con un agente de propiedad industrial para la prestación de ciertos servicios respecto de la gestión diaria de los signos distintivos de Telepizza.

La entrada en vigor del Contrato Marco está sujeta a las siguientes condiciones suspensivas: (i) su aprobación por la Junta General de Accionistas de Telepizza, (ii) la autorización de la Operación por las correspondientes autoridades de la competencia, (iii) la obtención de las autorizaciones (*waivers*) de los bancos financiadores de Telepizza, y (iv) la ausencia de un cambio de control en la Sociedad entre la firma de los contratos (el pasado día 15 de mayo) y la fecha de cierre de la Operación. A los efectos de esta última condición suspensiva, no se entenderá que hay cambio de control en caso de que el tercero que adquiriera el control (a) fuese, a la fecha de la firma de los contratos, un accionista con un 3% o más de los derechos de voto en Telepizza; y (b) vote a favor de la Operación en la Junta General de Accionistas de Telepizza.

### **3. PROPUESTA DE ACUERDO A LA JUNTA GENERAL**

A continuación se transcribe literalmente el texto íntegro de la propuesta de acuerdo que se somete a la aprobación de la Junta General ordinaria en relación con el punto quinto del orden del día:

***“Quinto.- Examen y aprobación, en su caso, de la operación de alianza estratégica y el acuerdo de master franquicia multi-jurisdiccional entre la Sociedad y Pizza Hut International, LLC.***

---

<sup>12</sup> El modelo de contrato de franquicia es distinto en función de si el establecimiento es operado directamente por una sociedad del grupo Telepizza (establecimientos propios) o por un tercero (establecimientos franquiciados).

*Aprobar la operación de alianza estratégica y acuerdo de master franquicia multi-jurisdiccional entre la Sociedad y Pizza Hut International, LLC, así como la concesión a ésta por parte de la filial a constituir por la Sociedad de una opción de compra sobre la nuda propiedad de la totalidad de los signos distintivos Telepizza, en los términos y condiciones que se describen en el informe del Consejo de Administración aprobado el 24 de mayo de 2018.*

*En el marco de lo anterior, se acuerda delegar en el consejo de administración, con expresas facultades de sustitución, la facultad de llevar a cabo cuantas actuaciones resulten necesarias o meramente convenientes para la conclusión de la operación y realizar cuantos actos sean necesarios, recomendables, exigibles o convenientes para su más completa ejecución, incluyendo, con carácter meramente enunciativo y no limitativo, la negociación y suscripción de cualesquiera contratos necesarios para implementar la operación, la suscripción y presentación ante cualesquiera autoridades públicas, incluyendo la Comisión Europea, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) cuantos documentos fueran necesarios en el marco de la operación o el otorgamiento de los documentos públicos que se requirieran.*

\* \* \*

En San Sebastián de los Reyes (Madrid), a 24 de mayo de 2018.



## ANEXO DE DEFINICIONES

“**Adquirente Idóneo**” significa cualquier adquirente que salga de un proceso de evaluación llevado a cabo por un asesor financiero nombrado por Telepizza y sea aprobado por Pizza Hut. Los adquirentes declarados idóneos no precisarán, posteriormente, de consentimiento por Pizza Hut para adquirir participación en grupo Telepizza, sin perjuicio del pago de la tasa de transferencia, en su caso.

“**Adquirente Restringido**” significa (i) un gobierno de una jurisdicción objeto de embargo impuesto por las Naciones Unidas, el gobierno de los Estados Unidos de América, la Unión Europea o sus estados miembros, (ii) personas o entidades residentes en esas jurisdicciones o que hayan sido identificadas por cualquier gobierno o autoridad como una persona o entidad con quien las operaciones con personas o entidades estadounidenses (*U.S. persons*) o entidades relacionadas estén prohibidas o restringidas, (iii) personas (o personas relacionadas) que hayan sido franquiciados de Yum! Brands y (iv) o personas (o personas relacionadas) que hayan sido contraparte de Yum! Brands (o sus filiales) en disputas judiciales.

“**Competidor**” significa aquellas personas (y sus entidades relacionadas, incluyendo además master franquiciados, franquiciados o licenciados) que exploten un negocio relacionado con la preparación, promoción o venta, minorista o al por mayor, de determinados productos alimentarios, siempre que, en el correspondiente menú, las categorías de (a) pizza, (b) pollo listo para comer; o (c) comida mexicana sobrepasen ciertos umbrales (en particular, que más del 20% del menú corresponda a alguna de estas categorías, más del 35% del menú a una combinación de cualesquiera dos de esas categorías o más del 50% a las tres), siempre que: tal persona opere directa o indirectamente establecimientos que generen al menos 50 millones de euros en ventas en alguna de esas categorías (a estos efectos, se tienen los establecimientos de la sociedad y los de sus sub-franquiciados, licenciarios o sub-licenciarios, pero no los de sus franquiciadores, master franquiciadores o licenciantes).

También serán considerados como Competidores (a) determinadas empresas<sup>13</sup> (incluyendo sus entidades relacionadas y cualquier persona que sea su master franquiciado, franquiciado, sub-franquiciado, licenciado, sub- licenciado), listado que podrá ser actualizado por Pizza Hut con sujeción a determinadas limitaciones o (b) una entidad de capital riesgo o financiera con participación en estas entidades y las referidas en el párrafo anterior, salvo que la inversión esté gestionada por una entidad diferente.

Un Competidor no será sin embargo considerado como tal a efectos de cambio de control si, al tiempo de invertir en Telepizza o Tele Pizza, S.A.U., anuncia públicamente su compromiso de desinvertir lo necesario para salir de los referidos umbrales y completa tal desinversión en un plazo de tres meses.

---

<sup>13</sup> McDonald's Corporation, Papa John's International, Inc., Restaurants Brands Int'l Inc., Domino's Pizza Inc., Chick-fil-A Inc., Little Caesars Pizza, Inc., Chipotle Mexican Grill, Inc. y Popeye's Louisiana Kitchen Inc.