



Comunicación de resultados del tercer trimestre 2016
7 de noviembre de 2016

Telepizza: Crecimiento de ventas cadena de un 5,3% en geografías “Core”, impulsado por el crecimiento internacional

- Telepizza incrementa su EBITDA un 12% en los 9 primeros meses de 2016
- Mejor trimestre en Internacional registrado en los últimos años, con un crecimiento orgánico del 9%
- Se abren 21 nuevas tiendas en geografías “Core” y se remodelan otras 52 más en el trimestre
- Nick Dutch se une a Telepizza como nuevo director Digital del Grupo, procedente de Domino’s UK

El Grupo Telepizza, S.A. (“Telepizza” o “el Grupo”), líder de venta de pizza a domicilio en España y América Latina, anuncia hoy los resultados del tercer trimestre de 2016.

Principales magnitudes financieras

M€	T3 2016	T3 2015	% variación	9M 2016	9M 2015	% variación
Ventas cadena del Grupo ¹	126,3	121,0	4,4%	378,5	364,2	3,9%
Ventas cadena en Geografías “Core” ²	119,0	113,1	5,2%	356,0	340,8	4,5%
Crecimiento de ventas en moneda constante de Geografías “Core” (%)			5,3%			6,1%
Crecimiento LFL ³ de ventas en Geografías “Core” (%)			<u>3,2%</u>			<u>4,0%</u>
Ventas cadena en España	80,1	78,0	2,6%	246,1	236,1	4,3%
Crecimiento LFL de ventas España (%)			<u>0,6%</u>			<u>2,7%</u>
Ventas cadena Internacional	46,2	42,9	7,5%	132,4	128,1	3,3%
Ventas cadena Internacional en Geografías “Core”	39,0	35,1	11,1%	109,9	104,8	4,9%
Crecimiento de ventas Internacional en moneda constante de Geografías “Core” (%)			11,4%			10,3%
Crecimiento LFL Internacional de ventas en Geografías “Core” (%)			<u>9,0%</u>			<u>7,2%</u>
EBITDA subyacente del Grupo⁴	15,1	14,1	7,4%	51,1	45,5	12,4%

¹ Las ventas cadena son las ventas de tiendas propias más las ventas de tiendas de los franquiciados y master franquiciados.

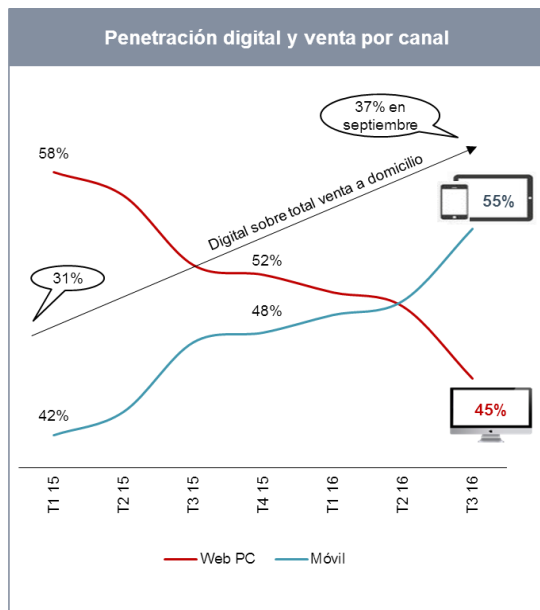
² Excluyendo las ventas de los master franquiciados.

³ El crecimiento LFL corresponde al crecimiento de las ventas cadena después de ajustes por aperturas y cierres de tiendas y por impacto de tipo de cambio con respecto al Euro.

⁴ Beneficio operativo antes de Depreciación y Amortización, excluyendo 32 M€ de costes relacionados con la salida a bolsa de la Compañía (“IPO”) en 2016.

En el tercer trimestre de 2016, Telepizza ha reportado un crecimiento de ventas cadena de un 5,3% en moneda constante en sus geografías “Core” (excluyendo master franquicias), impulsado por un crecimiento orgánico (“LFL”) del 3,2%, todo ello se traduce en un incremento del 7,4% del EBITDA subyacente durante este periodo.

Las ventas cadena de España crecieron un 2,6% en el T3, apoyadas por la apertura de 16 nuevas tiendas (21 en el total de geografías “Core”). Como se señaló en los resultados del primer semestre, Telepizza afronta un comparable elevado en el T3, con un crecimiento LFL en España del 7,2% en el T3 de 2015 (el mayor desde 2007) y un 0,6% en el T3 de 2016. El crecimiento LFL conjunto de dos años en el T3 fue del 7,9%, en comparación con el 6,7% del primer semestre.



Las ventas del canal digital continúan impulsando la venta a domicilio y representaron el 37% de las ventas a domicilio en España en septiembre, con el 55% de los pedidos realizados a través de la App o la web móvil durante el T3. Para reforzar la estrategia de la compañía en el ámbito de la digitalización, Telepizza ha nombrado a Nick Dutch nuevo director Digital del Grupo, una incorporación que se hará efectiva el próximo 1 de diciembre.

El canal de venta en tienda (‘Take Away’ y consumo dentro del establecimiento) continúa bajo presión competitiva. Telepizza está afrontando esta situación a través de una revisión de su política comercial, nuevos lanzamientos de productos y la aceleración del plan de remodelaciones, con 52 tiendas más

remodeladas durante el T3 a nivel Grupo.

En el mes de octubre, el crecimiento LFL en España está aumentando a niveles superiores a los meses previos, con buenos resultados de venta en las primeras semanas del nuevo lanzamiento de la Pizza Barbacoa Gourmet.

Las ventas cadena Internacional en geografías “Core” crecieron un 11,4% en moneda constante en el T3, con un crecimiento LFL del 9,0%, el mayor en la historia reciente de Telepizza. El crecimiento fue elevado en todos los países donde Telepizza está presente, con Portugal a la cabeza, geografía que se ha visto beneficiada por una reducción del IVA aplicable a partir del 1 de Julio.

El EBITDA subyacente del Grupo se incrementa un 7,4% en el T3, impulsado por el crecimiento de ventas en el segmento Internacional, el incremento de ticket medio en España y el apalancamiento operativo, aunque parcialmente limitado por una reinversión en mejorar los niveles de servicio. Dado que el coste de las materias primas ya descendió a partir del T3 de 2015, el impacto en márgenes por este efecto es inferior en el segundo semestre de 2016, en comparación con el primer semestre.



Comentando los resultados, Pablo Juantegui, Presidente y Consejero Delegado de Telepizza, afirma:

“Estamos satisfechos al ver que Telepizza presenta su décimo trimestre consecutivo de crecimiento en España en el T3, al tiempo que el negocio Internacional crece a niveles récord, sentando unas bases robustas y diversificadas para el crecimiento continuado del Grupo.

La venta digital es crítica para el crecimiento de uno de nuestros canales clave: la venta a domicilio, por ello me complace dar la bienvenida a Nick Dutch al Grupo, confío en su encaje en la cultura de Telepizza y en su aportación para acelerar nuestra penetración Digital”

Perspectivas

A la luz de los resultados iniciales de la nueva política comercial en España y el buen momento del área internacional, Telepizza espera que las ventas cadena para el año 2016 se sitúen en el parte superior del rango de previsiones que se proporcionaron en el informe del primer semestre.

Por otro lado, es previsible que la nueva política comercial genere una cierta contracción del margen bruto en el cuarto trimestre, parcialmente compensada por el efecto del apalancamiento operativo. El objetivo para el año 2016 continúa siendo un crecimiento de EBITDA a doble dígito a nivel Grupo.

La previsión de 80 aperturas netas en las geografías “Core” tiene riesgo a la baja, pero esperamos que el cuarto trimestre de 2016 sea el más activo del año en términos de aperturas.

Grupo Telepizza:

Es la mayor compañía no norteamericana de venta de pizza a domicilio, por número de tiendas. Con sede en Madrid, España, Telepizza opera en más de 15 países a través de una red de tiendas propias, franquiciadas y master franquiciadas, con un total de 1.342 tiendas, que incluyen 456 tiendas propias (34%) y 886 franquiciadas y master franquicias (66%) a 30 de septiembre de 2016.

Incluidos los competidores estadounidenses, Telepizza es el cuarto mayor actor global en pizza a domicilio por número de tiendas. Es líder de mercado en sus mercados principales, por número de tiendas (número uno en España, Portugal, Chile y Colombia y número dos en Polonia).

Las ventas totales en su red, incluyendo franquiciados y master franquiciados, que se registran como ventas cadena, en los 12 meses hasta 30 de septiembre de 2016 (“LTM”) ascendieron a 506 M€, con un EBITDA subyacente de 63,4 M€ en ese periodo.

Telepizza cotiza en las bolsas de Barcelona, Bilbao, Madrid y Valencia, desde el 27 de abril de 2016. El número total de acciones es de 100.720.679.

ISIN: ES0105128005

Símbolo: TPZ



Webcast

Hoy habrá una presentación de resultados que podrá seguirse por 'webcast' y teléfono a las 18.00 pm horario de Europa central (17:00 GTM). Para acceder al 'webcast', utilice el enlace:

<http://event.onlineseminarsolutions.com/r.htm?e=1303862&s=1&k=57E255552EAF23D2C183FE0DD295A233>

Para acceder por teléfono, marque uno de los siguientes números:

España gratuito: 800300987 (únicamente desde España)

España: +34 911140097

Reino Unido: +44 (0) 2030092454

EEUU: +1 8663881927

Para más información:

<http://www.telepizza.com/>

Analistas e inversores:

+34 91 6576200

inversores@telepizza.com

Medios:

Telepizza (Miguel Justribó) + 34 626 338 993

miguel.justribo@telepizza.com

Ketchum (Mónica Escusa / Ana Moreno) +34 91 7883200 / 629687358 / 680449126

prensa.telepizza@ketchum.es



Evolución financiera

M€	T3 2016	T3 2015	% variación	9M 2016	9M 2015	% variación	LTM ¹ T3 2016
Ingresos totales	83,1	78,2	6,2%	248,7	242,2	2,7%	335,3
EBITDA subyacente²	15,1	14,1	7,4%	51,1	45,5	12,4%	63,4
<i>Margen de EBITDA subyacente (%)</i>	<i>18,2%</i>	<i>18,0%</i>	<i>0,2%</i>	<i>20,6%</i>	<i>18,8%</i>	<i>1,8%</i>	<i>18,9%</i>
Depreciación y amortización (excluyendo amortización de PPA)	(2,8)	(2,8)	0,6%	(8,7)	(7,9)	10,0%	(11,6)
EBIT subyacente³	12,3	11,3	9,0%	42,4	37,5	13,0%	51,8
Costes asociados al IPO	0,2	-	-	(32,0)	-	-	(32,0)
Amortización PPA	(1,5)	(1,5)	n.m.	(4,4)	(4,4)	n.m.	(5,8)
Ingresos / (gastos) financieros netos	(2,2)	(8,6)	(74,0%)	(19,1)	(27,0)	(29,1%)	(27,6)
Otros	(0,1)	(0,2)	n.m.	(0,2)	(2,0)	n.m.	(1,9)
Beneficio antes de impuestos	8,7	1,0	n.m.	(13,4)	4,2	n.m.	(15,5)
Impuestos	(1,8)	(2,3)	n.m.	1,0	(6,4)	n.m.	4,6
Beneficio neto del Periodo	6,9	(1,3)	n.m.	(12,4)	(2,2)	n.m.	(10,9)

¹ Últimos 12 meses hasta 30 de septiembre de 2016.

² Beneficio Operativo antes de Depreciación y Amortización, excluyendo 32 M€ de costes relacionados con la salida a bolsa ("IPO") en 2016.

³ Excluyendo 32 M€ de costes relacionados con la salida a bolsa ("IPO") en 2016 y la amortización de PPA.