

## Grupo Telepizza crece un 15,8% en el primer semestre y acelera la aplicación del acuerdo con Pizza Hut

- Las ventas cadena del Grupo Telepizza en el primer semestre del año han sido de 315 millones de euros.
- El beneficio neto ajustado ha sido de 16,2 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 5% respecto al mismo periodo de 2017.
- La compañía continúa planificando la aplicación del acuerdo y reforzando su modelo corporativo para asumir los nuevos retos que esta alianza supone.
- La app de Telepizza ha registrado en el último semestre un crecimiento del 41% en ventas y ya representa el 30% del total de ventas digitales.

**Madrid, lunes 3 de septiembre de 2018.** – Telepizza ha cerrado el primer semestre del ejercicio con unas ventas en su red de tiendas de 315 millones de euros, registrando así un crecimiento del 15,8%<sup>1</sup> respecto al mismo periodo de 2017. Las ventas cadena en España han sido de 182,2 millones de euros, un 3,3% más que en el primer semestre de 2017. Destaca especialmente el buen comportamiento de las ventas de la red internacional de establecimientos que opera directamente Telepizza -excluyendo las máster franquicias- que crecen un 43,2% respecto al año anterior debido, principalmente, a los buenos resultados de la cadena Apache Pizza en Irlanda; las ventas en Portugal, que crecen a doble dígito, y el desarrollo de las operaciones en Latinoamérica.

Todo ello ha contribuido a que el EBITDA comparable se situara a cierre de H1 por encima de los 35 millones de euros, lo que representa un aumento de un 1,7% respecto al mismo periodo del año anterior. El EBITDA reportado, impactado por los costes generados en la operación con Pizza Hut, se ha fijado en 26 millones de euros. Los ingresos totales del grupo han alcanzado los 181,5 millones de euros, un 0,8% más que hace un año y el beneficio neto, ajustado por el impacto de los costes extraordinarios en el semestre, ha sido de 16,2 millones de euros, un 5% más que en el primer semestre de 2017.

Grupo Telepizza ha cumplido todos los objetivos de negocio para el primer semestre y ha superado ampliamente el reto de mantener el crecimiento de forma paralela al proceso de implementación del acuerdo estratégico con Pizza Hut anunciado en mayo pasado. Un acuerdo que transformará por completo la compañía, una vez recibidas las aprobaciones de los organismos correspondientes en el último trimestre del año, duplicando así su tamaño y convirtiéndola en el mayor máster franquicia de pizza en el mundo.

“Grupo Telepizza continúa reforzando su senda de crecimiento emprendida en los últimos ejercicios y ha realizado en los últimos meses una importante labor de consolidación del negocio que nos permite mantener el objetivo de alcanzar un EBITDA por encima de los 100 millones de euros para 2021. Todo ello nos coloca en una óptima posición para afrontar con todas las garantías las oportunidades que

---

<sup>1</sup> Ajustado al tipo de cambio.

ofrece el acuerdo con Pizza Hut, y convertir así a Grupo Telepizza en un operador líder mundial", señala Pablo Juantegui, CEO y Presidente Ejecutivo de Grupo Telepizza.

Cuatro meses después de la firma de la alianza con Pizza Hut se están cumpliendo todos los hitos previstos en su calendario de implementación. El pasado 28 de junio, la Junta General de Accionistas de Telepizza aprobó este acuerdo con el 100% de los votos y se espera que en el cuarto trimestre se obtengan todas las autorizaciones, incluida la del organismo regulador de competencia comunitario.

Desde mayo pasado la compañía ha puesto en marcha los cambios corporativos necesarios para asegurar la correcta aplicación del acuerdo y ha fortalecido su modelo de gestión para asumir los importantes retos inmediatos, como la responsabilidad de gestionar cerca de un millar de establecimientos de la cadena norteamericana y el compromiso de abrir 1.300 nuevos establecimientos en los próximos diez años.

En ese periodo, Grupo Telepizza ha avanzado en todo el proceso de definición de los planes de negocio necesarios para aplicar los términos del acuerdo. Se han identificado oportunidades de crecimiento y se han determinado las inversiones necesarias. Igualmente se ha concretado el modelo de sinergias que ofrece el acuerdo, con un estudio detallado de las ventajas que del sistema Pizza Hut y las que proporciona el sistema Telepizza en todo el territorio de aplicación de la alianza.

Tal y como fue anunciado a los analistas, el acuerdo con Pizza Hut, que sitúa el foco de crecimiento sobre los mercados de Iberia y Latinoamérica, fue muy bien acogido. Por ello, y para favorecer la implementación del acuerdo, Grupo Telepizza ha puesto en marcha los diferentes procesos de autorización con los organismos de competencia correspondientes. En esta línea, el organismo regulador de la competencia en Colombia ya ha dado su visto bueno a la operación.

En este sentido, el balance neto de aperturas de establecimientos de Grupo Telepizza ha alcanzado ya en el primer semestre un crecimiento de 20 nuevas tiendas, llegando así a los 1.627 distribuidos en más de 20 mercados.

### **Un semestre fuerte en innovación**

Para Grupo Telepizza la innovación constante es una de las palancas clave en la estrategia de crecimiento sostenido de la compañía. Por ello, en los seis primeros meses de 2018 Grupo Telepizza ha reforzado su esfuerzo innovador en toda su propuesta comercial. Ya no solo en la incorporación de nuevas variedades de telepizzas, sino también a través de su apuesta por la digitalización gracias al lanzamiento de aplicaciones para la formulación de pedidos, que actualmente están a pleno rendimiento. La app de Telepizza ha registrado en el último semestre un crecimiento del 41% en ventas y ya representa el 30% del total de ventas digitales. Esto demuestra que la eficiencia de este tipo de herramientas digitales está permitiendo una mejora constante tanto de la oferta comercial, como de la eficiencia en la gestión de los pedidos y la trazabilidad de del producto.

€m	H1 2018	H1 2017	% change
Ventas cadena del Grupo <sup>2</sup>	314.9	276.5	13.9%
Ventas cadena en Geografías Core <sup>3</sup>	300.0	261.1	14.9%
<b>Crecimiento en ventas en moneda constante en Geografías Core</b>			<b>15.8%</b>
Crecimiento LFL <sup>4</sup> de ventas en geografías Core (%)			2.5%
<b>Venta cadena en España</b>	<b>182.2</b>	<b>176.5</b>	<b>3.3%</b>
Crecimiento LFL de ventas España (%)			0.9%
Venta Cadena Internacional	132.7	100.0	32.7%
Venta Cadena Internacional en Geografías Core	117.7	84.6	39.1%
<b>Crecimiento de ventas Internacional en moneda constante en Geografías Core (%)</b>			<b>43.2%</b>
Crecimiento de ventas LFL Internacional en Geografías Core (%)			6.2%
Importe neto de la cifra de negocios	181.5	180.0	0.8%
<b>Crecimiento de la cifra de negocios en moneda constant (%)</b>			<b>1.9%</b>

#### Sobre Telepizza

[www.telepizza.com](http://www.telepizza.com)

[prensa@telepizza.com](mailto:prensa@telepizza.com)

#### Tinkle Agencia PR:

Evelia Villada – 626.07.73.35 - [evillada@tinkle.es](mailto:evillada@tinkle.es)

Héctor López – 673.77.37.11 - [hlopez@tinkle.es](mailto:hlopez@tinkle.es)

Natalia Gutiérrez – 647.77.80.11 – [ngutierrez@tinkle.es](mailto:ngutierrez@tinkle.es)

<sup>2</sup> Las ventas cadena son las ventas de tiendas propias más las ventas de los franquiciados y master franquiciados

<sup>3</sup> Excluyendo las ventas de los master franquiciados.

<sup>4</sup> 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.

GRUPO

**telepizza**