



## Resultados anuales Telepizza 2016

### **2016, el mejor año en ventas cadena<sup>1</sup> y crecimiento de EBITDA de la última década para el Grupo Telepizza**

- Las ventas cadena<sup>1</sup> crecen un 7% hasta los 517M€ y el EBITDA Subyacente un 10% hasta los 63,6 M€
- La venta digital, que crece a un ritmo superior al 20% interanual, es el principal motor del crecimiento cercano a doble dígito del canal Delivery
- Año récord en aperturas: 78 tiendas nuevas netas en 2016, con las que superan los 2/3 de tiendas franquiciadas en toda la red de establecimientos
- Telepizza ya cuenta con presencia en 20 países
- La compañía cierra el último ejercicio con un beneficio de 11 M€ y anuncia su intención de repartir dividendo con cargo a los resultados de 2017

**Madrid, 27 de febrero de 2017.-** El Grupo Telepizza, la mayor compañía no norteamericana de venta de pizza a domicilio por número de tiendas, ha anunciado hoy sus resultados anuales de 2016. Este ejercicio ha sido el mejor año en crecimiento de ventas desde 2007 para Telepizza, alcanzando los **517 M€ en las ventas cadena del grupo**, lo que se traduce en un **crecimiento del 7%** a moneda constante en las ventas totales de las geografías Core. Además, la compañía cierra satisfactoriamente el ejercicio con un **resultado consolidado del Grupo de 10,7 millones de euros, 1.389 tiendas en 20 países** y el anuncio de su intención de repartir dividendo con cargo a los resultados de 2017.

*“Las cifras de 2016 sitúan a Telepizza en una sólida senda de crecimiento: ya son 11 trimestres consecutivos los que reportamos un crecimiento positivo en España y el comportamiento del Grupo a nivel internacional es excelente. También hemos cumplido con las expectativas de crecimiento a doble dígito del EBITDA subyacente en un 10% hasta los 63,6 M€. Hemos incrementado nuestra presencia global y ya estamos en 20 países, con la apertura de casi 80 tiendas nuevas. Todo ello demuestra los resultados de nuestro firme compromiso con nuestro plan estratégico de crecimiento”,* afirma Pablo Juantegui, Presidente Ejecutivo y CEO de Telepizza.

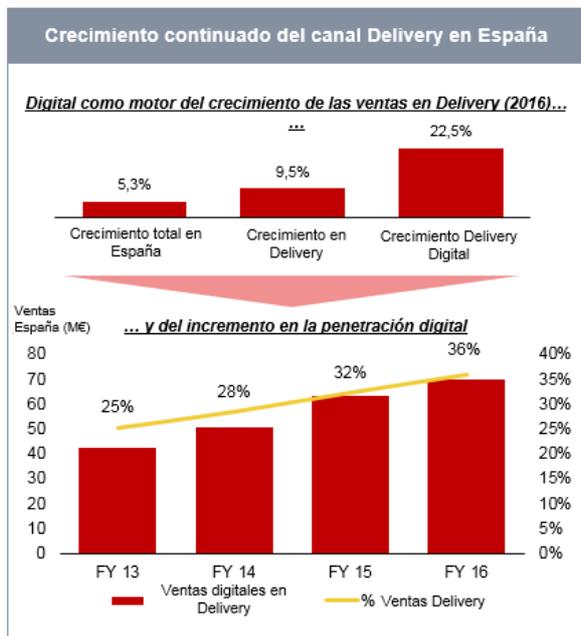
La venta a domicilio, que supuso el 60%<sup>2</sup> de las **ventas cadena de España** en este ejercicio (**335,2 M€**), sigue creciendo fuertemente, con un **incremento del 9,5% interanual** y con incrementos de cuota de mercado para Telepizza en este canal, impulsada por la **venta digital**, que creció a un ritmo de un **22,5% interanual**, y que ya ha supuesto el **40%** de las ventas en Delivery en enero de 2017.

A este respecto, Pablo Juantegui comenta: *“Nuestra firme apuesta por la digitalización no se traduce solamente en un crecimiento de las ventas, sino que también genera otros beneficios muy relevantes para Telepizza, nuestros franquiciados y nuestros clientes. Estamos viendo cómo se incrementa en más de un 35% el gasto medio por cliente en los pedidos digitales frente a los realizados vía telefónica; operativamente, conseguimos mayor precisión en la gestión de los pedidos; y en términos de innovación e imagen, conseguimos mayor visibilidad de marca y una mayor penetración de*

<sup>1</sup> Ventas cadena de Geografías Core en moneda constante

<sup>2</sup> En el cuarto trimestre de 2016

nuestros nuevos productos. Es evidente que ésta es la línea a seguir y por eso este año lanzaremos una nueva versión de nuestra App, más rápida, y cuyo principal objetivo es ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes en cada pedido”.



Notes:  
1. Digital sales over Delivery sales in Spain at Q4 2016

Esta nueva App de Telepizza para 2017 responde a la firme voluntad de la compañía por innovar también en el terreno digital y reforzar el auge del canal móvil en las ventas digitales de Telepizza durante 2016 (por primera vez este canal supera al PC en ventas, suponiendo ya un **56%** de los pedidos digitales en España durante el cuarto trimestre). La nueva versión de la App será más moderna y ágil en la gestión de los pedidos por parte del usuario, contará con un nuevo callejero, geolocalización y seguimiento del pedido, un programa de fidelización del cliente y actualizaciones frecuentes con funcionalidades adicionales.

Paralelamente, la **actividad internacional** de la compañía ha tenido un comportamiento de gran crecimiento en 2016. Con un **total de ventas de 182 M€ en 2016**, ya representa un **35%** sobre el total de ventas cadena del Grupo. **Chile y Portugal** destacan por su crecimiento de doble dígito anual, y

una red de establecimientos de 143 y 109 tiendas respectivamente, hasta final de año.

**Telepizza ya está presente en 20 países**, un incremento de su penetración en los mercados internacionales clave a los que se han sumado a lo largo de 2016 **UK e Irán**, de la mano de acuerdos master franquicia con operadores de experiencia significativa en el sector de restaurantes de comida rápida y gran capacidad inversora. Y, recientemente, **Suiza**, una inversión de la compañía en **11 tiendas franquiciadas** en un mercado con alto potencial y oportunidades de sinergias con las operaciones ya existentes en Europa.

### Innovación y política comercial como vectores de crecimiento



El éxito de la marca se fundamenta en dos elementos claves: la calidad del producto, hecho al momento y al gusto del consumidor, y el servicio. Esto sería imposible llevarlo a cabo sin una **estrategia permanente en el ámbito**

**de la innovación** y una política comercial de lanzamientos de productos que verdaderamente atiendan a los gustos de los consumidores. En este sentido, el ejercicio de 2016 ha venido claramente marcado por diversos lanzamientos como la Pizza Burger o la Pizza Barbacoa Gourmet en

España, que se han traducido en un **incremento de gasto en el ticket medio**, una **mayor fidelidad del cliente** y una **clara diferenciación de marca**.



## 2017 en perspectiva

Telepizza en 2017 seguirá invirtiendo en la expansión de la compañía y el beneficio para sus accionistas, bajo unas buenas perspectivas de crecimiento en toda la red.

La compañía espera un incremento de entre un **4% y un 6% de las ventas cadena en nuestro país**, y de entre un **9 a un 11% en el área internacional** (ventas cadena en países Core). Prevé un **crecimiento del EBITDA Subyacente** del Grupo por debajo de la tasa de crecimiento de la venta en España, debido a las presiones esperadas sobre el margen relacionadas con la política comercial de la compañía y un incremento del precio de las materias primas, pero en favor de un posicionamiento más competitivo en el mercado y de preservar la rentabilidad de la red de franquiciados.

Prevé la **apertura de entre 60 y 80 nuevas tiendas** en las geografías Core y un **Capex de 30 M€** (por la aceleración del plan de remodelaciones y apertura de tiendas, y la continua inversión en Digital).

La compañía también anuncia su intención de **reparto de dividendo** con cargo al Resultado de 2017, estableciendo un rango de *Pay Out* entre el 15% y el 20% sobre el resultado del ejercicio, en el que se proyecta un BPA ajustado entre 0,30 y 0,35 € (según impuestos pagados en efectivo y antes de la amortización de PPA).

Un planteamiento afianzado gracias al éxito que ya está cosechando con la política comercial, el impulso de la continua innovación, el incremento de la cobertura en los mercados estratégicos y la utilización de herramientas digitales como motores clave en el crecimiento de las ventas.

### 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 20 países a través de una red de tiendas propias, franquiciadas y master franquiciadas, con un total de 1.389 tiendas, que incluyen 454 tiendas propias (33%) y 935 franquiciadas y master franquicias (67%) a 31 de diciembre 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 2016 ascendieron a 517 M€, con un EBITDA subyacente de 63,6 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 14:00 horario de Europa central (13:00 GMT). Para acceder a los detalles de conexión, utilice el enlace:

<http://event.onlineseminarsolutions.com/r.htm?e=1374109&s=1&k=F432DB22360E541969B85893CB6E6159>

**ANEXO**

**ACTIVIDAD DEL GRUPO**

Datos en miles de euros	2016	2015	% variación
Ventas cadena del Grupo <sup>1</sup>	517,0	491,8	5,1%
Venta cadena en Geografías Core <sup>2</sup>	486,9	459,8	5,9%
<b>Crecimiento en ventas en moneda constante en Geografías Core</b>			<b>6,9%</b>
Crecimiento LFL <sup>3</sup> de ventas en geografías Core (%)			4,9%
<b>Venta Cadena en España</b>	<b>335,2</b>	<b>318,5</b>	<b>5,3%</b>
Crecimiento LFL <sup>4</sup> de ventas España (%)			3,6%
Venta Cadena Internacional	181,8	173,3	4,9%
Venta Cadena Internacional en Geografías Core	151,7	141,3	7,4%
<b>Crecimiento de ventas Internacional en moneda constante en Geografías Core (%)</b>	<b>151,7</b>	<b>136,9</b>	<b>10,8%</b>
Crecimiento de ventas LFL Internacional en Geografías Core (%)			7,9%
Importe neto de la cifra de negocios	339,6	328,9	3,2%
<b>Crecimiento de la cifra de negocios en moneda constante (%)</b>			<b>4,4%</b>
<b>EBITDA subyacente Grupo<sup>5</sup></b>	<b>63,6</b>	<b>57,7</b>	<b>10,3%</b>

Telepizza Group, S.A. es la sociedad dominante del Grupo, el cual posee el 100% del Grupo Telepizza.

<sup>1</sup> Las ventas cadena son las ventas de tiendas propias más las ventas de los franquiciados y masterfranquiciados

<sup>2</sup> Excluyendo las ventas de los masterfranquiciados

<sup>3</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.

<sup>4</sup> El crecimiento LFL corresponde al crecimiento de las ventas cadena después de ajustes por aperturas y cierres de tiendas.

<sup>5</sup> EBITDA definido como beneficio de explotación más amortización más beneficio o baja de activos excluyendo 32 Millones de euros de costos relacionados con la Oferta Pública de Suscripción de acciones y el resultado de la baja de activos.

**INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DEL GRUPO**

M€	31/12/16	31/12/15	% cambio
<b>Ventas cadena del Grupo<sup>2</sup></b>	<b>517,0</b>	<b>491,9</b>	<b>5,1%</b>
Ventas de tiendas propias	196,0	200,2	(2,1%)
Ventas de franquicias	290,9	259,6	11,7%
Ventas de master franquicias	30,1	32,1	(6,2%)
<b>Ingresos totales</b>	<b>339,6</b>	<b>328,9</b>	<b>3,2%</b>
Ventas de tiendas propias	196,0	200,1	-2,1%
Suministros, royalties y marketing	122,7	108,9	12,7%
Otros ingresos	20,9	19,9	5,2%
<b>Margen Bruto</b>	<b>250,9</b>	<b>237,6</b>	<b>5,6%</b>
Margen Bruto (%)	73,9%	72,3%	
Costes de personal sin gastos IPO	(92,1)	(91,1)	1,2%
Otros costes sin gastos IPO	(95,2)	(88,8)	7,1%
<b>EBITDA subyacente<sup>3</sup></b>	<b>63,6</b>	<b>57,7</b>	<b>10,2%</b>
Margen de EBITDA subyacente (%)	18,7%	17,6%	
Depreciación y amortización (excluyendo amortización de PPA)	(11,6)	(10,8)	7,4%
<b>Resultado operativo subyacente<sup>4</sup></b>	<b>52,0</b>	<b>46,9</b>	<b>10,9%</b>
Costes asociados al IPO	(32,0)	-	-
Amortización PPA	(5,8)	(5,8)	-
Ingresos / (gastos) financieros netos	(21,8)	(35,4)	(35,4)
Otros	(0,7)	(4,0)	
<b>Beneficio neto del Periodo</b>	<b>10,7</b>	<b>(1,1)</b>	<b>-</b>



**Para más información:**

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

**Analistas e inversores:**

+34 91 6576200

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

**Medios:**

Telepizza (Miguel Justribó) + 34 626 338 993

[miguel.justribo@telepizza.com](mailto:miguel.justribo@telepizza.com)

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

[prensa.telepizza@ketchum.es](mailto:prensa.telepizza@ketchum.es)