



## Comunicación de resultados del primer trimestre 2017

11 de mayo de 2017

### **Telepizza crece un 7,5% en el primer trimestre de 2017, impulsada por el buen comportamiento de las ventas en internacional**

- La compañía triplica su beneficio neto, alcanzando los 8,8M€, frente a los 2,6M€ registrados en el mismo periodo de 2016.
- Destacan las ventas cadena en geografías “Core” internacionales, con un incremento récord del 20% en los primeros tres meses del año.
- La compañía está cumpliendo con las perspectivas de crecimiento anunciadas para este año, centradas en la inversión para su expansión internacional y para reforzar su estrategia de digitalización a nivel global.
- Durante este periodo, Telepizza ha llegado a mercados clave como República Checa, Francia y Reino Unido.

**Madrid, 11 de mayo 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 en el primer trimestre de 2017, con un sólido crecimiento. Las ventas cadena crecieron un 7,5%, impulsadas por un comportamiento récord en geografías “Core” internacionales (+20%, incluyendo el impacto positivo por el cambio de divisa), y los avances realizados en el programa de apertura de establecimientos, llegando a 32 nuevas tiendas en este T1.

Los mercados “Core” internacionales (excluyendo máster franquicias) obtuvieron un 20% de crecimiento en ventas cadena (incremento de 13,6% en moneda constante), incluyendo un 8,2% de crecimiento LFL, un 5,4% de crecimiento en nuevos espacios; y un 6,6% de tendencia favorable por el cambio de divisa. El comportamiento fue sólido en todos los mercados. Durante este periodo se han sumado a Telepizza diez nuevos establecimientos en la República Checa, y se han abierto las primeras tiendas en el sur de Francia y Reino Unido.

En el primer trimestre se ha registrado un incremento significativo en el beneficio neto, que ha alcanzado los 8,8M€, más que triplicando los 2,6M€ del mismo periodo de 2016, impulsado por la reducción en costes financieros frente al año anterior, que compensa ampliamente la reducción de margen bruto en España debido a incrementos de la materia prima y el impacto de determinadas acciones comerciales.

*“Estamos encantados con nuestros resultados en el primer trimestre, que consolidan nuestra posición en España y nos proporcionan la base necesaria para nuestra expansión internacional. Seguimos en el camino adecuado para conseguir nuestros objetivos de crecimiento para este año”,* afirma Pablo Juantegui, Presidente Ejecutivo y CEO de Telepizza.



## 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 1.421 tiendas, que incluyen 478 tiendas propias (34%) y 943 franquiciadas y master franquicias (66%) a 31 de marzo de 2017.

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 31 de marzo de 2017 ascendieron a 527M€.

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.

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



### Para más información:

#### 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 (Ana Moreno/Rosa Fernández) +34 91 7883200 / 680449126 / 606077813

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



## Principales magnitudes financieras

M€	T1 2017	T1 2016	% variación
Ventas cadena del Grupo <sup>1</sup>	137,7	128,0	7,5%
Ventas cadena en Geografías Core <sup>2</sup>	130,3	120,3	8,3%
<b>Crecimiento de ventas en moneda constante en Geografías "Core" (%)</b>			<b>6,5%</b>
Crecimiento LFL <sup>3</sup> de ventas en geografías "Core" (%)			<b>3,4%</b>
<b>Ventas cadena en España</b>	<b>88,8</b>	<b>85,8</b>	<b>3,5%</b>
Crecimiento LFL de ventas (%) España			<b>1,4%</b>
Ventas cadena internacional	48,9	42,2	15,7%
Ventas cadena internacional en geografías "Core"	41,5	34,5	20,2%
<b>Crecimiento de ventas internacional en moneda constante en Geografías "Core" (%)</b>			<b>13,6%</b>
Crecimiento LFL Internacional de ventas en geografías "Core" (%)			<b>8,2%</b>
Ingresos totales	89,1	82,7	7,8%
<b>Crecimiento de los ingresos totales en moneda constante (%)</b>			<b>5,7%</b>
<b>Beneficio neto del periodo</b>	<b>8,8</b>	<b>2,6</b>	<b>237,2%</b>

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

<sup>2</sup> Excluyendo las ventas de los máster franquiciados.

<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.



M€	T1 2017	T1 2016	% variación
<b>Ingresos totales</b>	<b>89,1</b>	<b>82,7</b>	<b>7,8%</b>
EBITDA	17,9	18,9	-5,1%
Depreciación (excluyendo amortización PPA)	-2,9	-3,3	-11,4%
EBITA	15,0	15,6	-3,7%
Amortización PPA	-1,5	-1,5	0,0%
Gastos financieros netos	-1,4	-9,4	-84,7%
Otros <sup>1</sup>	-0,3	-0,1	n.m
Impuestos	-3,1	-2,1	44,1%
<b>Beneficio neto del periodo</b>	<b>8,8</b>	<b>2,6</b>	<b>237,2%</b>

<sup>1</sup> Incluye pérdidas por deterioro de valor y pérdidas sobre la venta