



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.

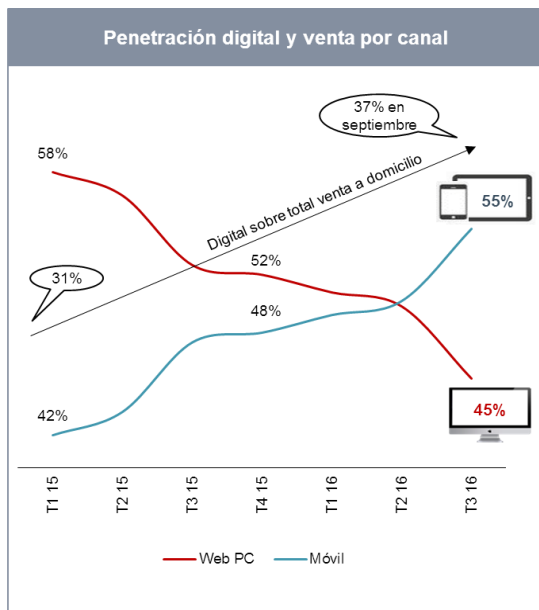
² Excluyendo las ventas de los master franquiciados.

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.



2016 Q3 Results Announcement

7 November 2016

Telepizza: Core Geographies chain sales growth of 5.3% in Q3 2016, driven by an acceleration in International

- Telepizza increases its EBITDA by 12% in first 9 months of 2016
- International delivers 9% like-for-like growth in Q3, its best quarter on record
- 21 net new stores in Core Geographies and 52 more stores refurbished during Q3
- Nick Dutch joins Telepizza as new Head of Digital from Domino's UK

Telepizza Group, S.A. ("Telepizza" or "the Group"), the leading pizza delivery in Iberia and Latin America, today announces the results for the third quarter of 2016.

Financial Highlights

€m (unless otherwise stated)	Q3 2016	Q3 2015	% change	9M 2016	9M 2015	% change
Group chain sales ¹	126.3	121.0	4.4%	378.5	364.2	3.9%
Core ² Geographies chain sales	119.0	113.1	5.2%	356.0	340.8	4.5%
Core Geographies constant currency sales growth (%)			5.3%			6.1%
Core Geographies LFL ³ sales growth (%)			<u>3.2%</u>			<u>4.0%</u>
Spain chain sales	80.1	78.0	2.6%	246.1	236.1	4.3%
LfL sales growth (%)			<u>0.6%</u>			<u>2.7%</u>
International chain sales	46.2	42.9	7.5%	132.4	128.1	3.3%
Core International chain sales	39.0	35.1	11.1%	109.9	104.8	4.9%
Core International constant currency sales growth (%)			11.4%			10.3%
Core International LFL sales growth (%)			<u>9.0%</u>			<u>7.2%</u>
Group Underlying EBITDA⁴	15.1	14.1	7.4%	51.1	45.5	12.4%

¹ Chain sales are own store sales plus franchised and master franchised store sales as reported to us by the franchisees and master franchisees.

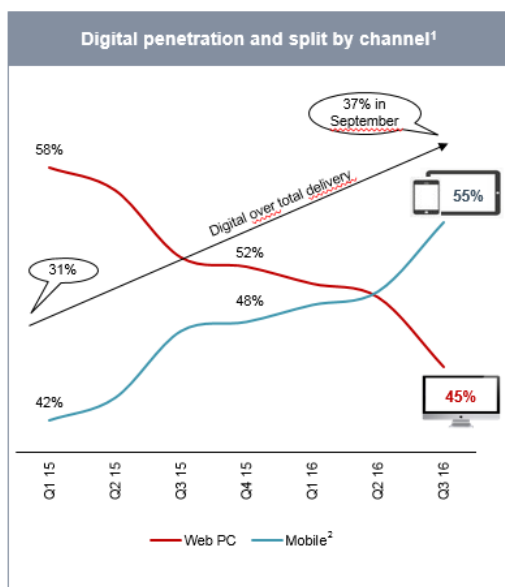
² Excluding Master Franchised sales.

³ LFL growth is chain sales growth after adjustment for the effects of changes in store openings and closures and the effects of changes in the euro exchange rate.

⁴ EBITDA excluding €32m of IPO related costs in 2016.

In the third quarter 2016 (“Q3” or the “Period”), the Group has recorded constant currency chain sales growth of 5.3% in our Core Geographies (excluding Master Franchises), driven by a 3.2% LFL growth, translating into 7.4% Group Underlying EBITDA growth for the Period.

Spain chain sales grew by 2.6% in Q3, supported by 16 new store openings (and 21 overall in Core Geographies) over the Period. As indicated in the H1 Results, the Company has faced a high comparator in Q3, with Spain LFLs in Q3 2015 of 7.2% (the highest since 2007) and in Q3 2016 of 0.6%. Our two-year LFL Spain chain sales growth in Q3 was 7.9%, compared to 6.7% in H1.



Digital sales continue to drive the Delivery channel, accounting for 37% of Delivery sales in Spain in September, with 55% already placed through the App or mobile website. Nick Dutch has been appointed as new Group Head of Digital, effective 1st December. A separate press release regarding his appointment has been published today.

The Non-delivery channel remains subject to competitive pressures, which Telepizza is addressing through a revised commercial policy, new product launches and an acceleration of the Refurbishment plan, with 52 more stores having been refurbished in Q3 at Group level.

In October, Spain LFL sales are growing at a faster pace than previous months, with the initial weeks of the newly launched Barbecue Gourmet pizza producing strong results.

Core International (excluding Master Franchises) chain sales grew 11.4% in constant currency in Q3, with a like-for-like growth of 9.0%, the highest on record for the segment. The performance was strong across all international geographies, with Portugal being the best performing country, supported by a reduction in applicable VAT since 1st July.

Group Underlying EBITDA increased by 7.4% in Q3, driven by sales growth in the International segment, average ticket increases in Spain and operating leverage, partially offset by increased levels of service. As raw material prices already decreased from Q3 2015, there was a lower benefit year-on-year from input prices in the Period, compared to H1 2016.



Commenting on the results, Pablo Juantegui, Chairman and Chief Executive Officer of Telepizza, said:

“I am pleased that Telepizza has delivered its tenth consecutive quarter of growth in Spain in Q3, at a time when our International business is growing at record levels, providing robust and diverse sources for a continued growth of the Group.

Digital is critical to the growth of our core Delivery channel and I am delighted to welcome Nick Dutch to the Group, as I am confident that he is an excellent fit with Telepizza’s culture and that he will drive the acceleration of our Digital penetration.”

Outlook

In light of the initial results of our new commercial policy in Spain and the strong momentum in International, we expect to deliver total chain sales growth for the full year 2016 towards the upper end of the guidance provided in the H1 Report.

It is expected that our new commercial policy will result in a gross margin contraction in Q4 2016, partially offset by operating leverage, to deliver double digit EBITDA growth for the Group in the FY 2016.

Our full year guidance of 80 net new stores in Core Geographies has risk to the downside, but we expect Q4 to be our most active quarter this year in terms of store openings.



Telepizza Group:

We are the largest non-U.S.-based pizza delivery company in the world by number of stores. Headquartered in Madrid, Spain, Telepizza operates in more than 15 countries through a network of own stores, franchisees and master franchisees, with 1,342 stores globally, including 456 own stores (34%) and 886 franchised and master franchised stores (66%) as of 30 September, 2016.

Including our U.S.-based competitors, we are the fourth largest global player in pizza delivery in terms of number of stores. We are the market leader in our core markets by number of stores (number one in Spain, Portugal, Chile and Colombia and number two in Poland).

The total sales within our network, including own stores, franchisees and master franchisees, are recorded as chain sales, which amounted to €506 million in the twelve months ended 30 September 2016, with an underlying EBITDA of €63.4 million over the same period.

Telepizza listed on the Barcelona, Bilbao, Madrid and Valencia stock exchanges with its shares starting trading on 27 April 2016. The total number of shares is 100,720,679.

ISIN: ES0105128005

Symbol: TPZ

Webcast

There will be a webcast and conference call presentation on these results today at 18.00 PM Central European Time (17:00 GMT). To access the webcast, use the link:

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

To listen by telephone, dial one of the numbers below:

Spain: +34 911140097

Spain (Toll Free): 800300987

UK: +44 (0) 2030092454

USA: +1 8663881927

For further information:

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



Analysts and Investors:

+34 91 6576200

inversores@telepizza.com

Media:

Ketchum (Mónica Escusa / Ana Moreno) +34 91 788 32 00

prensa.telepizza@ketchum.es

Financial performance

€m (unless otherwise stated)	Q3 2016	Q3 2015	% change	9M 2016	9M 2015	% change	LTM ¹ Q3 2016
Total revenues	83.1	78.2	6.2%	248.7	242.2	2.7%	335.3
Underlying EBITDA²	15.1	14.1	7.4%	51.1	45.5	12.4%	63.4
<i>Underlying EBITDA margin (%)</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>
Depreciation and amortisation (excl. PPA amortisation)	(2.8)	(2.8)	0.6%	(8.7)	(7.9)	10.0%	(11.6)
Underlying EBIT³	12.3	11.3	9.0%	42.4	37.5	13.0%	51.8
IPO costs	0.2	-	-	(32.0)	-	-	(32.0)
PPA amortisation	(1.5)	(1.5)	n.m.	(4.4)	(4.4)	n.m.	(5.8)
Net financial income / (expense)	(2.2)	(8.6)	(74.0%)	(19.1)	(27.0)	(29.1%)	(27.6)
Other ⁴	(0.1)	(0.2)	n.m.	(0.2)	(2.0)	n.m.	(1.9)
Profit before tax on continued operations	8.7	1.0	n.m.	(13.4)	4.2	n.m.	(15.5)
Income tax	(1.8)	(2.3)	n.m.	1.0	(6.4)	n.m.	4.6
Results for the period	6.9	(1.3)	n.m.	(12.4)	(2.2)	n.m.	(10.9)

¹ Last twelve months to 30 September 2016.

³ EBITDA excluding €32m of IPO related costs in 2016.

⁴ EBIT excluding €32m of IPO related costs in 2016 and PPA amortization.