

AMREST HOLDINGS SE

Resultados de ventas preliminares correspondientes al T2 de 2020

Madrid, 12 de agosto de 2020

AmRest Holdings SE (“**AmRest**”, el “**Grupo**”) comunica una actualización de negocio sobre las ventas preliminares del segundo trimestre, las tendencias de ventas comparables y la situación de las reaperturas de establecimientos.

Durante el segundo trimestre de 2020, un periodo muy afectado por las restricciones aplicadas para contener la propagación de la COVID-19, la capacidad para gestionar los restaurantes de forma eficaz se vio limitada en la mayoría de nuestros mercados. Como resultado, las ventas preliminares del Grupo en el respectivo periodo ascendieron a 272 millones de EUR, lo que supone una disminución del 43,6 % con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. La reducción se compara con una caída del 7,4 % en las ventas en el 1T de 2020, que fue un periodo menos afectado debido a la aplicación de restricciones únicamente durante la segunda mitad de marzo, tras un fuerte comienzo de ejercicio de nuestro negocio hasta ese momento.

Con la flexibilización gradual de las restricciones y la reapertura de establecimientos hacia la segunda mitad del T2 de 2020, las tendencias de las ventas en los mismos establecimientos y las ventas generales mejoraron de manera evidente de un mes a otro.

A finales de abril, alrededor del 56 % de los restaurantes de AmRest estaban abiertos y operativos, principalmente con servicios de entrega a domicilio, pedidos en ventanillas desde el automóvil y recogida en el local, lo que dio lugar a una caída en las ventas del 66,9 % en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.

En mayo, ambos datos mejoraron, con un 81 % de los restaurantes abiertos a finales de mes y una caída en las ventas del 40,7 %.

A finales de junio, alrededor del 92 % de los restaurantes estaban abiertos y la tendencia de ventas mejoró aún más, con una disminución del 24,4 % con respecto al ejercicio anterior.

A efectos comparativos, las ventas de marzo cayeron un 45,0 %, con un 44 % de los restaurantes operativos a finales de mes, aunque la mayoría de los cierres comenzaron en la segunda mitad.

A 11 de agosto, alrededor del 96 % de los restaurantes estaban operativos.

De acuerdo con las ventas en los mismos establecimientos, excluyendo el cambio de divisas y con ajustes para tener en cuenta los establecimientos cerrados temporalmente, el índice alcanzó el 91,1 % en el T1 de 2020 y el 67,8 % en el T2 de 2020. Los resultados mejoraron de un mes a otro con la flexibilización de la limitación de aforo en restaurantes y las restricciones sociales, y el índice subió desde el 48,8 %, la cifra más baja alcanzada,

en abril hasta el 68,7 % en mayo y el 78,8 % en junio con respecto al ejercicio anterior. En marzo, alcanzó el 64,0 %.

Las ventas preliminares de la división CEE ascendieron a 133,6 millones de EUR en el T2 de 2020 y fueron un 34,3 % inferiores en comparación con el T2 de 2019.

El segmento ruso generó unos ingresos de 22,3 millones de EUR en el T2 de 2020, un 57,1 % menos que en el periodo correspondiente de 2019.

Las ventas en la división de Europa Occidental en el T2 de 2020 ascendieron a 92,4 millones de EUR y fueron un 52,8 % inferiores con respecto al mismo trimestre de 2019.

En China, las ventas alcanzaron los 19,2 millones de EUR en el T2 de 2020, lo que supuso una disminución del 21,0 % durante el ejercicio.

Los ingresos comunicados en el segmento «Otros» alcanzaron los 4,6 millones de EUR y se redujeron un 38,9 % con respecto a hace un año.

Como reacción a los desafíos que se plantean, hemos aumentado nuestras capacidades de los servicios de entrega a domicilio y pedidos en ventanillas desde el automóvil para reducir algunas de las pérdidas a las que hemos tenido que hacer frente por la menor afluencia de clientes dentro de los restaurantes. Las ventas a través de los canales de entrega a domicilio y servicio en ventanilla del automóvil en nuestro negocio de establecimientos propios aumentaron durante el ejercicio alrededor del 70 % en el mes de mayo y el 51 % en junio.

Normativa:

Art. 17 Sec. 1 del Reglamento (UE) N° 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de abril de 2014 sobre abuso de mercado (Reglamento sobre Abuso de Mercado) y por el que se derogan la Directiva 2003/6/CE del Parlamento Europeo y de la Comisión y las Directivas de la Comisión 2003/124/CE, 2003/125/CE y 2004/72/CE

Ventas preliminares T2 2020	Ventas en miles de EUR		Dinámica
	T2 2020	T2 2019	EUR
AmRest	272 114	482 820	-43,6%
Europa Central y del Este	133 580	203 296	-34,3%
Europa Occidental*	92 418	195 748	-52,8%
Rusia	22 322	51 975	-57,1%
China	19 235	24 335	-21,0%
Otros**	4 559	7 466	-38,9%

* Los resultados de "Europa Occidental" incluyen los ingresos estimados del negocio de Sushi Shop en todos los mercados de sus ope

** Los resultados del segmento "Otros" incluyen los ingresos estimados del Grupo SCM