



# TELEPIZZA®

JUNTA GENERAL  
DE ACCIONISTAS  
EJERCICIO 2000

Junio, 2001

# *Año 2000 - Reestructuración*

*1999*

*2000*

- *Pizza World*
- *Expansión de TeleGrill*
- *Inicio de actividad TeleOriental*
- *Precipitada expansión en México*
- *Precipitada expansión en Francia*
- *Precipitada expansión en R.U.*
- *Inicio actividad en Marruecos*
- *Vending Pizza*
- *Recompra de franquicias*
- *Desdobles prematuros en España*
- *Sistemas de Información no optimizados*
- *Tecnología de fábricas no optimizada*
- *Infrautilización de la base de datos de clientes*
- *Estrategia de marketing basada en excesivos descuentos y promociones*

- *Concentración de PW en Cataluña*
- *Cierre TeleGrill*
- *Cierre TeleOriental*
- *Paralización expansión en México*
- *Paralización expansión en Francia*
- *Paralización expansión en R.U.*
- *Revisión operaciones en Marruecos*
- *Análisis y provisión del proyecto*
- *Paralización recompra franquicias*
- *Paralización desdobles en España*
- *Plan Director de Sistemas de Información*
- *Plan Director de Fábricas*
- *Planes de fidelización, etc....*
- *Marketing enfocado a la venta con margen y clientes de valor*

# *Año 2000 - Reestructuración - Nueva estrategia*

*1999*

➤ *Inversiones y gestión orientados en una estrategia incorrecta para el crecimiento sostenido a largo plazo de la compañía.*

*2000*

- *Identificación de problemas y estrategias incorrectas*
- *Definición del nuevo Plan Estratégico*
- *Racionalización del plan de aperturas de 2000*
- *Oct-2000: Cambio en la dirección ejecutiva de la compañía*
- *Inicio de las medidas del Plan Estratégico*
- *Saneamiento Contable*
- *Marketing enfocado a clientes de valor y crecimiento del EBITDA*

*2001-2003:*

*Plan Estratégico para volver a la senda de crecimiento y nuevo modelo de gestión*



*TELEPIZZA®*  
*el secreto está en la masa*

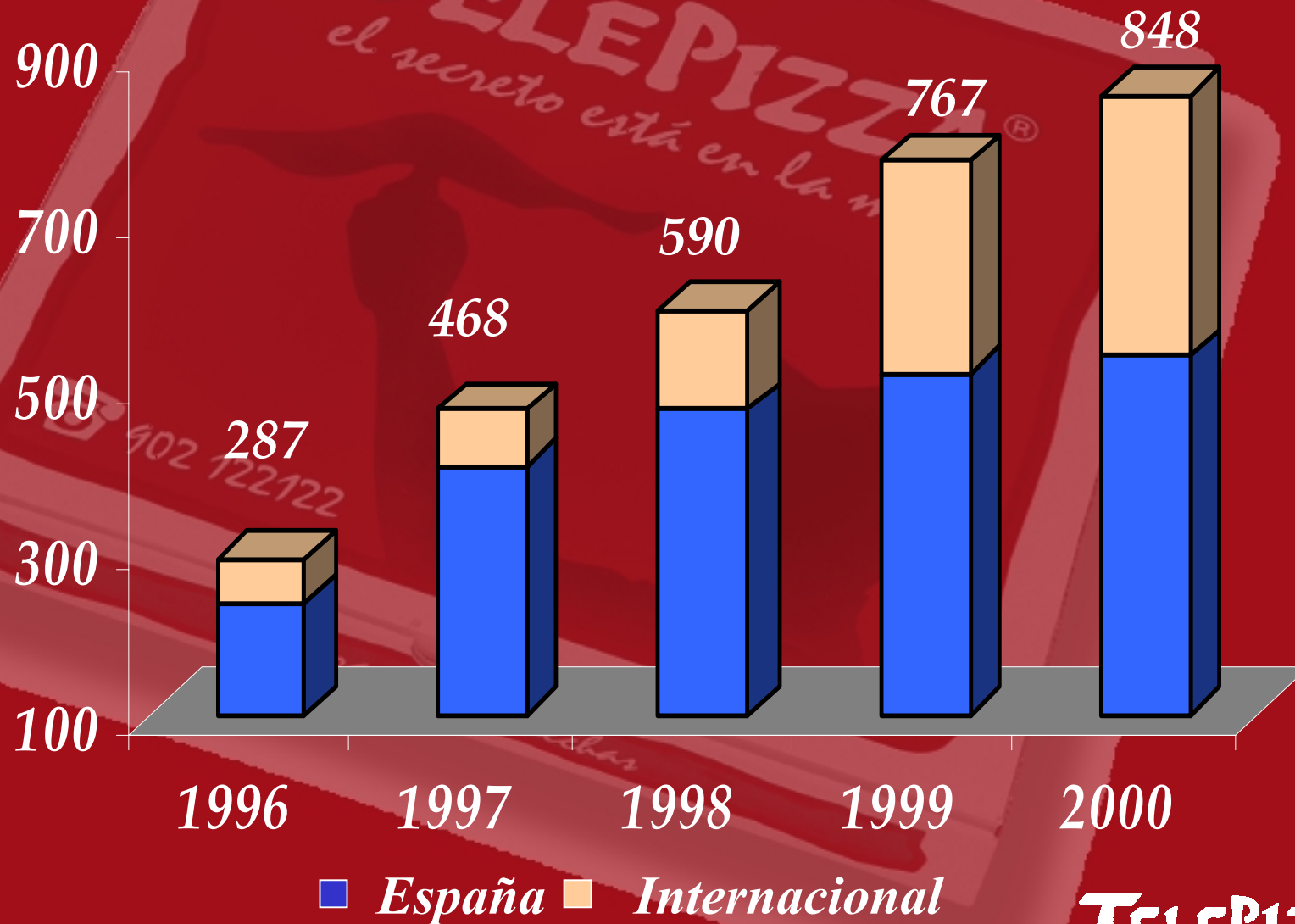
902 12212

*pizzas recién hechas*

# *Magnitudes Relevantes*

# *Magnitudes Relevantes*

*Tiendas*



**TELEPIZZA**



# Cobertura de TelePizza

## ESPAÑA

<i>Viviendas</i>	9.911.757
<i>Personas (x 3)</i>	29.735.271
<i>Teléfonos</i>	6.174.340

## INTERNACIONAL

<i>Viviendas</i>	11.288.243
<i>Personas (x 3)</i>	33.864.729
<i>Teléfonos</i>	2.780.860

## TOTAL

<i>Viviendas</i>	21.200.000
<i>Personas (x 3)</i>	63.600.000
<i>Teléfonos</i>	8.955.200

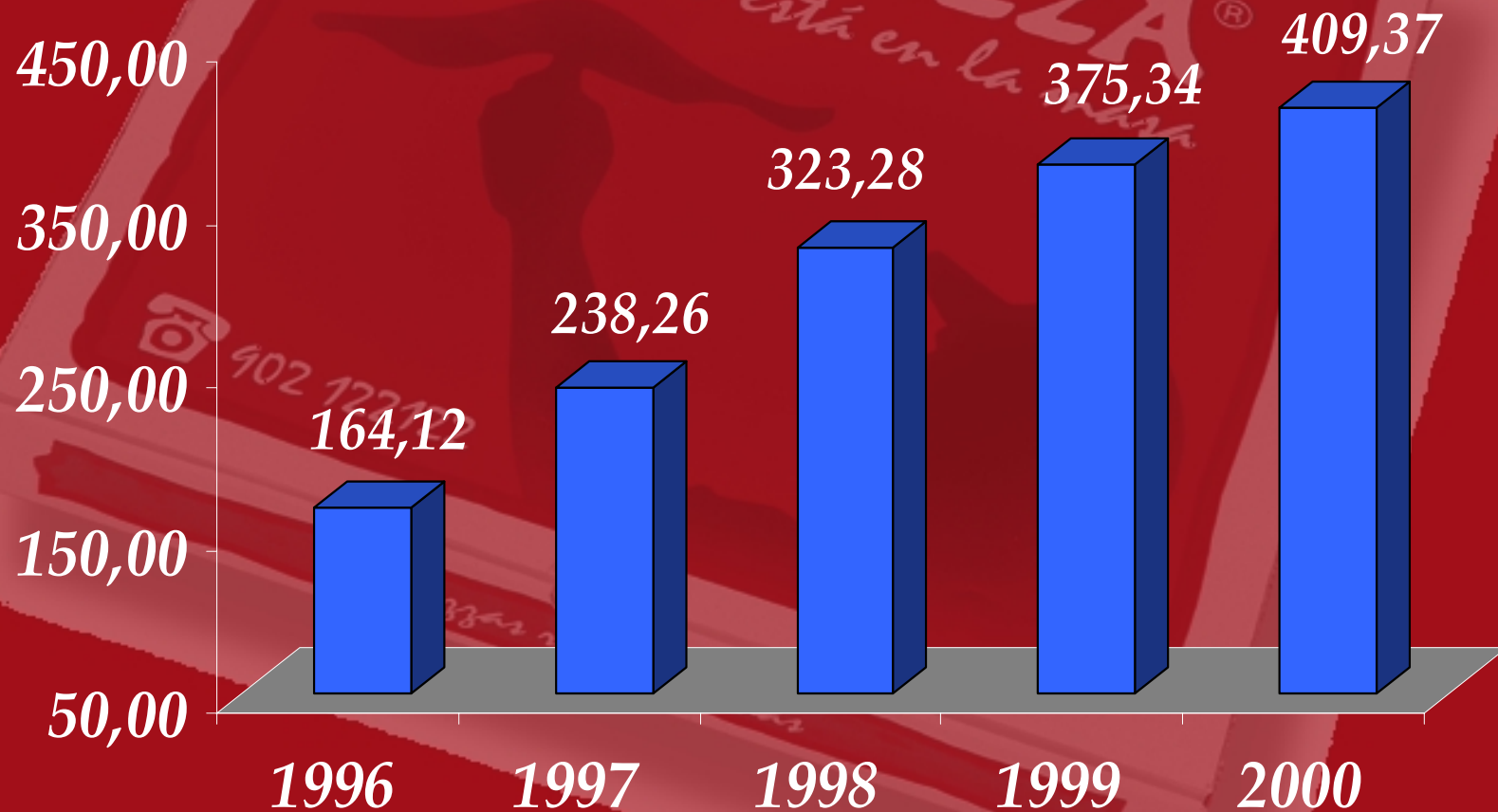
**TELEPIZZA**

# Magnitudes Relevantes

Ventas

## Ventas cadena

Mill. euros

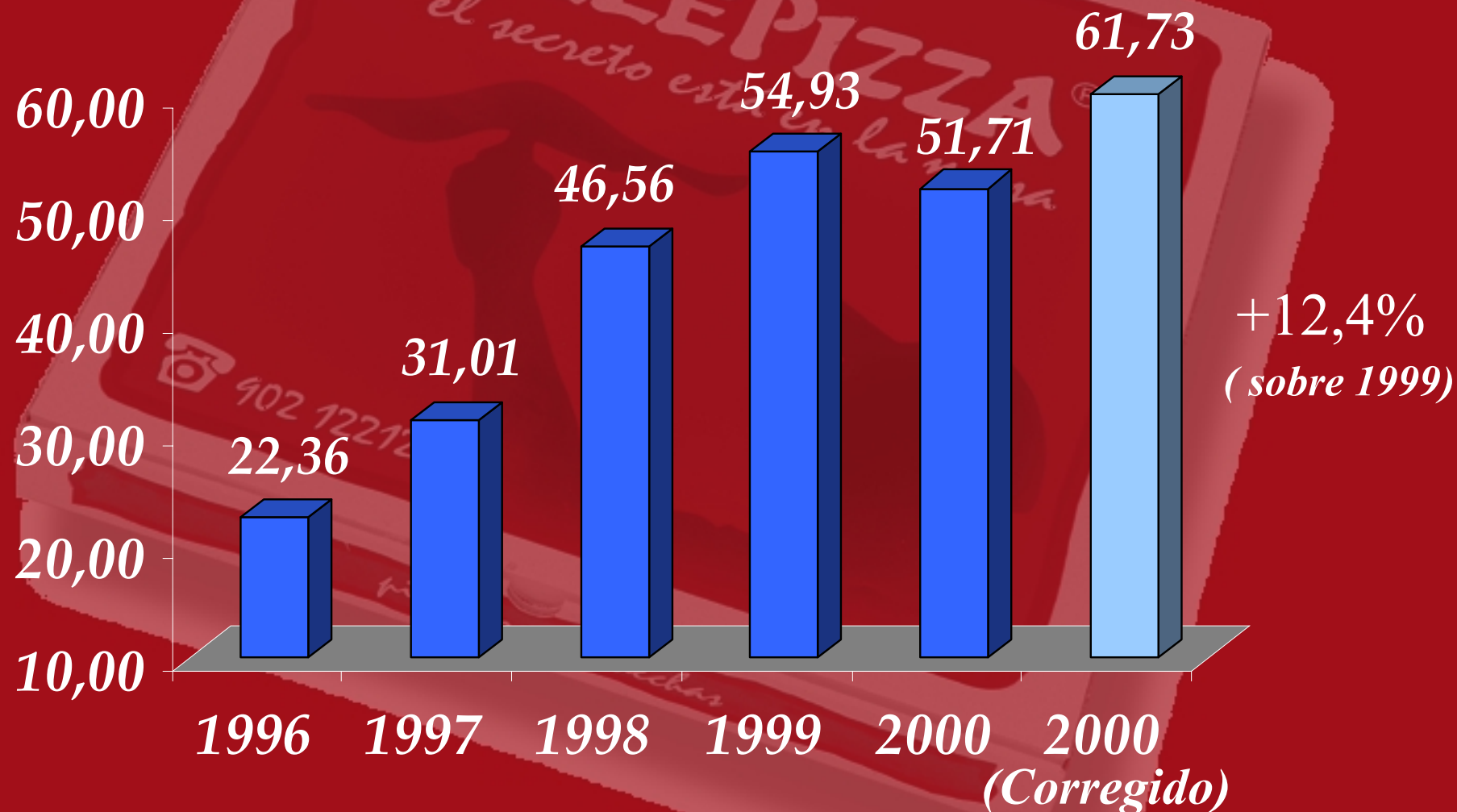


**TELEPIZZA**

# Magnitudes Relevantes

EBITDA

Mill. euros



**TELEPIZZA**



# *Impactos negativos al EBITDA 2000*

*Mill. euros*

EBITDA PREVIO	51,71
Desdobles Prematuros (Esp)	-2,70
Actualización Convenio (Esp)	-1,80
EBITDA México	-1,93
EBITDA Francia	-2,42
EBITDA Reino Unido	-0,94
EBITDA Marruecos	-0,22
TOTAL	-10,02
EBITDA CORREGIDO	61,73

*Sin estos impactos negativos, el EBITDA corregido del ejercicio hubiera alcanzado la cifra de 61,73 millones de euros*

**TELEPIZZA**

# Pérdidas y Ganancias 2000

Mill. euros

	<u>1999</u>	<u>%</u>	<u>2000</u>	<u>%</u>	<u>D %</u>
Ventas	291.74	100.00%	328.56	100.00%	12.62%
Otros ingresos de explotación	14.79	5.07%	16.80	5.11%	13.62%
<b>INGRESOS DE EXPLOTACION</b>	<b>306.53</b>	<b>105.07%</b>	<b>345.36</b>	<b>105.11%</b>	<b>12.67%</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>221.35</b>	<b>75.87%</b>	<b>251.19</b>	<b>76.45%</b>	<b>13.48%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>54.92</b>	<b>18.82%</b>	<b>51.71</b>	<b>15.74%</b>	<b>-5.84%</b>
<b>EBIT</b>	<b>38.07</b>	<b>13.05%</b>	<b>31.75</b>	<b>9.66%</b>	<b>-16.59%</b>
Resultado financiero	-1.75	-0.60%	-5.35	-1.63%	-205.71%
Resultado Extraordinario	0.84	0.29%	-14.18	-4.32%	----
<b>RTDO. CONSOLIDADO ANTES DE IMPTOS.</b>	<b>36.07</b>	<b>12.36%</b>	<b>11.42</b>	<b>3.47</b>	<b>-0.68</b>
<b>RESULTADO CONSOLIDADO</b>	<b>27.68</b>	<b>9.49%</b>	<b>5.79</b>	<b>1.76%</b>	<b>-79.10%</b>
<b>RTDO. ATRIBUIDO A LA SOC.DOMINANTE</b>	<b>27.05</b>	<b>9.27%</b>	<b>5.04</b>	<b>1.53%</b>	<b>-81.39%</b>

**TELEPIZZA**

# *Gastos Extraordinarios 2000*

*Mill. euros*

## *Saneamiento contable*

<b>RESULTADO NETO PREVIO</b>	<b>26,60</b>
------------------------------	--------------

<b>GASTOS EXTRAORDINARIOS</b>	<b>-21,56</b>
-------------------------------	---------------

<i>Vending Pizza S.A.</i>	<i>-14,76</i>
---------------------------	---------------

<i>Gastos extraordinarios México</i>	<i>-4,76</i>
--------------------------------------	--------------

<i>Regularización de cuentas Tele Pizza S.A.</i>	<i>-2,04</i>
--	--------------

<b>RESULTADO NETO DEFINITIVO</b>	<b>5,04</b>
----------------------------------	-------------

**TELEPIZZA**

# *Resumen Balance 2000*

*Mill. euros*

<i>Activos Totales Operativos</i>	<i>252,81</i>
<i>Fondos Propios</i>	<i>88,05</i>
<i>Endeudamiento Neto</i>	<i>106,04</i>
<i>Otros Pasivos</i>	<i>58,72</i>

**TELEPIZZA**

# *Evolución Bursátil*

- *Cotización a 31-12-1999:* 4,20 euros
- *Cotización a 31-12-2000:* 2,52 euros
- *Cotización máxima (2000):* 10,60 euros
- *Cotización media (2000):* 6,04 euros
- *Cotización mínima (2000):* 2,50 euros
- *Número de acciones:* 223.597.400
- *Volumen de títulos contratados:* 610.108.945
- *Rotación del capital (nº veces):* 2,73

**TELEPIZZA**



A red Telepizza pizza box is shown at an angle. The box features the 'TELEPIZZA' logo in large, bold, white letters. Below the logo, the phrase 'el secreto está en la masa' is written in a smaller, white, cursive font. In the bottom left corner of the box, there is a white telephone icon followed by the number '902 122122'. The bottom edge of the box has the text 'pizzas recién hechas' in a white, cursive font. Overlaid on the center of the box is the text 'Nuevo Modelo de Gestión' in a large, white, serif font.

# *Nuevo Modelo de Gestión*

# *Nuevo modelo de gestión*



*Transición de una empresa basada en tiendas propias a una empresa franquiciadora líder*

**TELEPIZZA**

# *Nuevo modelo de gestión*

*... mediante...*

- *Equipo directivo profesional*
- *Sistemas de Información de última generación*
- *Procesos productivos muy competitivos*
- *Nuevas herramientas de marketing*
- *Alianzas corporativas sólidas*

*Transición de una  
empresa enfocada al*

*Producto*

*Tiendas  
Propias*



*... a una empresa  
enfocada al*

*CLIENTE*

*Franquicias*

**TELEPIZZA**

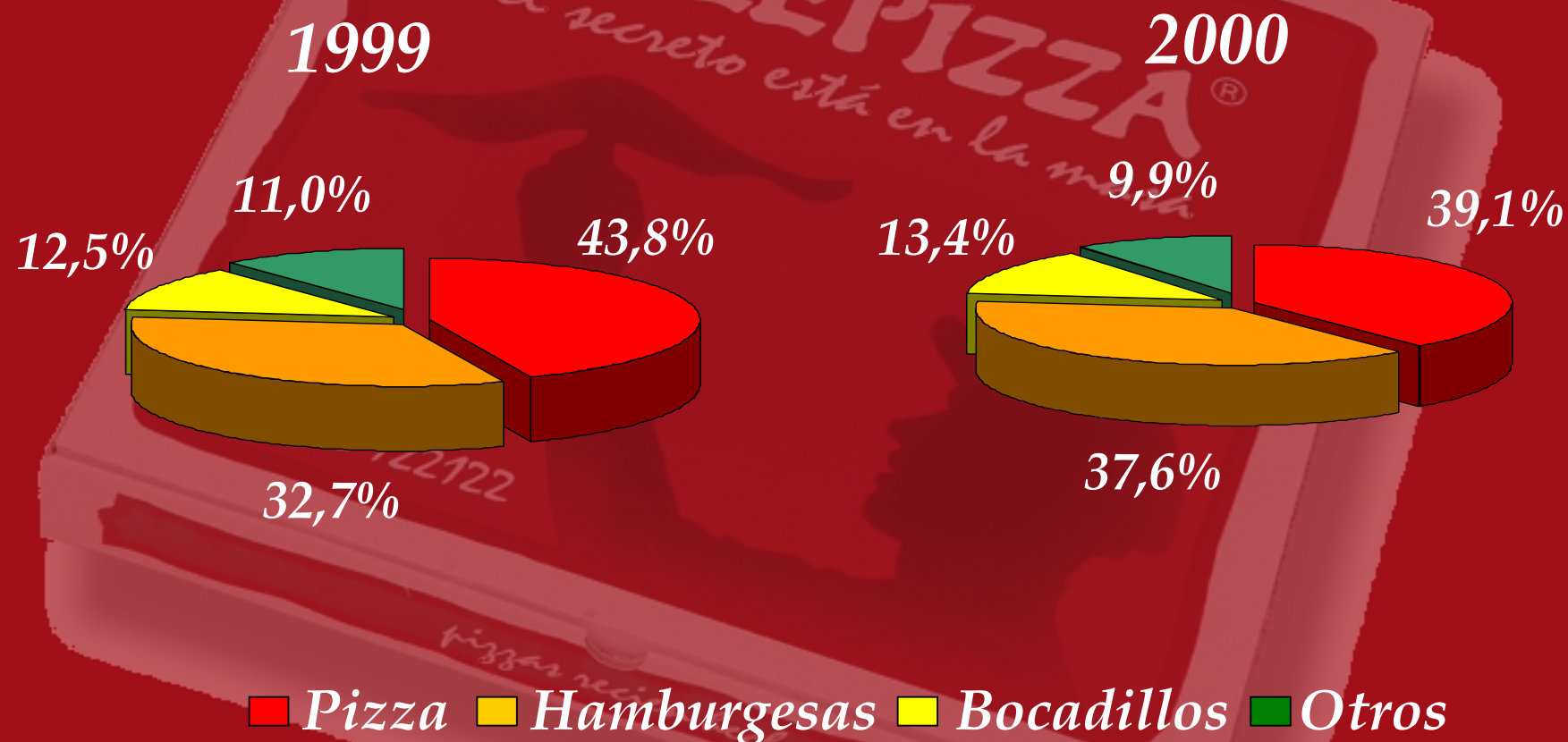
**TELEPIZZA®**  
*el secreto está en la masa*

*España*

 902 122122

*pizzas recién hechas*

# Mercado Fast-Food Cuota de mercado



Fuente: Dympanel

**TELEPIZZA**



# *Mercado Fast-Food      Tendencias*

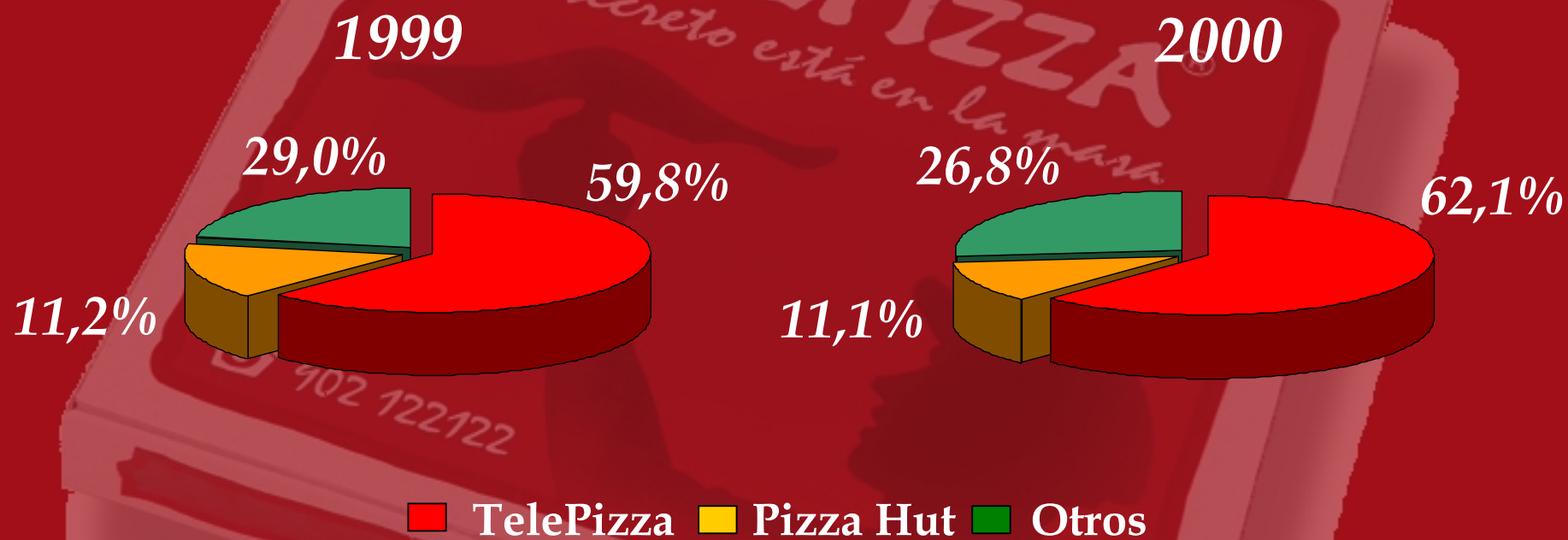
➤ *Consumo fuera del hogar, sigue creciendo por encima del consumo a domicilio, reflejo de la buena situación económica: TelePizza ha iniciado un nuevo concepto de restauración Fast Food*

➤ *Hamburguesas y Bocadillos han registrado un mayor crecimiento, dada su presencia en los locales orientados hacia el consumo fuera del hogar: 425 tiendas de TelePizza ofrecen, con la “estación mixta”, el 90% de los productos que demandan los consumidores de Fast Food.*

**TELEPIZZA**

# *Mercado Fast-Food Segmento Pizza*

## *Cuota de mercado*



*TelePizza sigue manteniendo su fuerte posición de liderazgo, aumentando su cuota de mercado en 2,3 puntos, lo que supone un 3,8% de incremento sobre el año anterior*

*Fuente: Dympanel*

**TELEPIZZA**

# Política Comercial

- *Cientes de valor*
- *Incremento del ticket medio*
- *Innovación: Lanzamiento durante 2000 de 4 nuevas pizzas, 3 complementos y la gama de productos TeleChef, pasando en el ranking de marcas innovadoras en el sector Fast Food, del puesto 4º al 2º (Dympanel)*
- *Target Infantil: Club de Fidelización, Playlands, productos y promociones adaptados a este segmento*
- *Nuevo concurso televisivo:*
  - » *Incremento nº de clientes*
  - » *Incremento frecuencia de consumo*
  - » *Disminución costes de cuponeo*

**TELEPIZZA**

# *Diversificación*

*...enfocada a clientes de servicio a domicilio*

- *Adaptación de las estaciones mixtas a tiendas TelePizza: Oferta del 90% de los productos que demandan los consumidores de Fast Food (Pizzas, hamburguesas y bocadillos).*
- *Instalación en 425 tiendas (280 propias, 145 franquicias)*
- *Formación de equipos*
- *Plan de marketing que impulse ventas de estos nuevos conceptos en 2001*

**TELEPIZZA**



# *Crecimiento Horizontal en Nuevos Territorios*

## *Expansión en localidades de < 30.000 habitantes*

- *Aperturas previstas 2001- 2003: 200*
- *Aperturas previstas 2001: 55*
  - » *43 Firmadas*
  - » *13 en negociación*
- *Desarrollo a través de franquicias*

**TELEPIZZA**



# *Crecimiento horizontal fuera del hogar*

*Cliente  
Fast Food*

*Dentro del  
Hogar*

**TELEPIZZA®**

*Fuera del  
Hogar*

*80% del mercado  
de reparto a  
domicilio*

*2,5% del mercado  
de fast-food*

*22,5% del  
mercado de fast-  
food*

*25%  
Cuota  
Fast Food*

*TelePizza  
Restaurante*

**TELEPIZZA**



# *Restaurantes*

# *Desarrollo*

- *Equipo experto en el sector*
- *Aperturas previstas España 2001-2003: 120*
  - » *Aperturas previstas 2001: 15-20 aperturas en España*
    - *13 firmadas*
    - *9 en negociación*
- *Desarrollo a través de franquicias*

**TELEPIZZA**

# Restaurantes

# Objetivos

- *Ofrecer a los clientes de TelePizza, sus productos favoritos en locales situados en centros comerciales y calles de intenso tráfico adaptados al consumo en sala.*
- *Creación de marca y nuevo concepto, usando paraguas “ de TelePizza ” para aprovechar la potencia de la marca*
- *Adecuación a los cambios en las tendencias de ocio (juvenil y familiar)*

**TELEPIZZA**

# *Restaurantes*

# *Modelo*

## ➤ *Restaurante Tipo*

*350 m2 (local + terraza)*

*Entre 150 y 200 sillas*

*Con zona de juego para los niños*

*Localizaciones preferentes ; Accesos del centro,  
accesos cines, salidas parking, cerca de zonas  
comerciales, etc.*

**TELEPIZZA**

A red Telepizza box is shown at an angle. The top lid features the 'TELEPIZZA' logo in a bold, sans-serif font. Below the logo, the Spanish phrase 'el secreto está en la masa' is written in a cursive script. In the center of the lid is a silhouette of a man with a large, dark mustache. At the bottom left of the lid, there is a telephone handset icon and the number '902 122122'. The side of the box has the phrase 'pizzas recién hechas' written in a cursive script.

*Telepizza*  
*el secreto está en la masa*

902 122122

*pizzas recién hechas*

*Internacional*



# *Países Actuales*

- *7 países:*
  - » *Portugal, Polonia y Chile*
  - » *México, Francia, Reino Unido y Marruecos*
- *Continuar con el crecimiento en Portugal, Polonia y Chile:*
  - » *Nueva Estrategia: Desarrollo de franquicia*
- *Corrección para el resto de países:*
  - » *México: Cambio del equipo gestor y racionalización del crecimiento*  
*Acuerdo con Grupo Campero*
  - » *Francia: Tiendas franquiciadas desde 1 de Abril*
  - » *Reino Unido: Búsqueda de solución similar a Francia*
  - » *Marruecos: Redefinición del proyecto*

**TELEPIZZA**

# *Nuevos Países*

- *Modelo de crecimiento mediante acuerdos con socios locales y planes de expansión a través de franquicias, siguiendo el modelo alcanzado en Grecia y Centroamérica*
- *Grecia:*
  - » *Joint-Venture con Goody's (líder del fast food en el mercado griego)*
- *Acuerdo con Grupo Campero para Centroamérica*

**TELEPIZZA**

# *Acuerdo con Grupo Campero*

## ➤ *Para México:*

- » *Creación de sociedad conjunta en régimen de co-branding*
- » *Redefinición del parque de tiendas TelePizza:*
  - » *Tiendas TelePizza*
  - » *Tiendas Campero*
  - » *Tiendas combinadas*

## ➤ *Para Centroamérica:*

- » *Instalación corners TelePizza en tiendas Campero*

**TELEPIZZA**

A red Telepizza pizza box is shown at an angle. The top lid features the brand name 'TELEPIZZA®' in a bold, sans-serif font. Below it, the slogan 'el secreto está en la masa' is written in a smaller, italicized font. A stylized silhouette of a man with a large mustache is visible on the lid. In the bottom left corner of the lid, there is a telephone icon and the number '902 122122'. The side of the box has the phrase 'pizzas recién hechas' written in a cursive font.

# Otros Proyectos

# *A tu Hora*

- *Joint Venture: 50% TelePizza - 50% Terra*
- *Prueba piloto sobre 1.200.000 viviendas  
( aprox. 3.600.000 clientes potenciales ) desde  
Dic-2000 hasta Abril-2001*

**TELEPIZZA**



A red Telepizza pizza box is shown at an angle. The top lid features the brand name 'TELEPIZZA' in a bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol. Below the name is the slogan 'el secreto está en la masa' in a script font. A large silhouette of a man with a prominent mustache is centered on the lid. In the bottom left corner of the lid, there is a telephone icon and the number '902 122122'. The side of the box has the phrase 'pizzas recién hechas' written in a script font.

*Avance 2001*

# Objetivos 2001

- *Primer Semestre 2001 orientado a:*
  - » *Crecimiento del EBITDA*
  - » *Solución de problemas detectados (México, Francia, Reino Unido)*
- *Segundo Semestre 2001 orientado a:*
  - » *Crecimiento en ventas*
  - » *Crecimiento del EBITDA*

**TELEPIZZA**

# *Evolución Trimestral EBITDA*

*Mill. euros*



**TELEPIZZA**



*Presupuesto 2001*

# Presupuesto 2001

## Tiendas

	FIN 2000	APERTURAS	FIN 2001
ESPAÑA	532	83	615
<i>TelePizza tradicional</i>	529	8	537
<i>Localidades con menos de 30.000</i>	0	55	55
<i>Telepizza restaurantes</i>	3	20	23
INTERNACIONAL	316	98	414
MEXICO	140	0	140
POLONIA	60	20	80
PORTUGAL	46	13	59
FRANCIA	31	0	31
CHILE	23	5	28
REINO UNIDO	13	0	13
MARRUECOS	3	0	3
NUEVOS PAISES 2001	0	60	60
TOTAL	848	181	1029

**TELEPIZZA**



# Presupuesto 2001

## EBITDA

Mill. euros

	2000	2001	Incremento %
TOTAL EBITDA	51,71	70,48	36,29%

**TELEPIZZA**

# TELEP1ZZA®

JUNTA GENERAL  
DE ACCIONISTAS  
EJERCICIO 2000