

---

**TELEPIZZA®**



# Nueva Oportunidad de Crecimiento

26 de Octubre de 1999

---

# Ponentes

---

## Pedro Ballvé

- Presidente de TelePizza
- Presidente de Campofrío
- Accionista de TeleChef
- Consejero del BSCH y Telefónica

## Carlos López Casas

- Consejero Delegado de TelePizza

## José Carlos Olcese

- Presidente de TeleChef
- Accionista de TeleChef
- Pionero de Internet en España con Servicom

## Claudio Boada

- Máximo responsable de Lehman Brothers para España y Portugal
- Consejero de TelePizza
- Consejero de la Corporación Patricio Echeverría

# Antecedentes de la Operación

---

- Los recientes intentos de TelePizza para diversificar su oferta de productos no han cumplido las expectativas
  - Lehman Brothers fue precursor del inicio de las conversaciones de fusión entre TelePizza y TeleChef
  - En junio de 1999, LFP vende aproximadamente un 5% de la Compañía, un 15% por debajo del precio del mercado
  - Los inversores ven la posibilidad de comprar a LFP su restante 30,3% de TelePizza
    - Oportunidad para suceder a LFP y continuar con el crecimiento de TelePizza
  - Lehman Brothers considera que el equipo de gestión liderado por D. Pedro Ballvé y la integración de TeleChef permitirán a TelePizza continuar con las tasas de crecimiento alcanzadas hasta ahora
-

# Compra a LFP

---

## Una Operación en Dos Pasos

30,3%  
LFP



LFP ha vendido un 5,4% directamente a un grupo industrial



LFP ha lanzado una OPV a inversores institucionales dirigida por Lehman Brothers por el restante 24,86%

## Impacto

- Entrada de accionistas de referencia en TelePizza
- Salida completa de LFP mediante la venta y OPV
- Nuevo motor de crecimiento mediante la integración de TeleChef
- Lehman Brothers apoya al grupo industrial liderado por D. Pedro Ballvé

# Resultados de la OPV

---

- Gran éxito en la ejecución
  - Proceso de *bookbuilding* completado en 2 horas
  - Reposicionamiento del *equity story* de TelePizza
  - La acción subió un 5,4% al cierre de la cotización
- Base de inversores de alta calidad, estables e independientes

# Impacto del Relevo Accionarial en TelePizza

- El relevo accionarial es positivo para la Compañía debido a:
  - Eliminación de la incertidumbre existente
  - Incorporación de un grupo accionarial de referencia liderado por un empresario de reconocido prestigio
  - Incorporación de un socio financiero con gran prestigio en la comunidad inversora y presencia en el Consejo
  - Renovación de la confianza en el proyecto de TelePizza por parte de los inversores institucionales

# Visión de la Integración con TeleChef

---

- La eventual integración con TeleChef se comenzó a analizar y evaluar en el mes de mayo por parte de un equipo de trabajo interno
- Como conclusiones del análisis se desprenden las siguientes ventajas para TelePizza:
  - Aceleración de la estrategia de diversificación completando la gama de productos
  - Adquisición de una tecnología de producto que simplifica la operativa en tienda (curva de aprendizaje)
  - Soporte tecnológico de Campofrío en el desarrollo de productos alimenticios
  - Incorporación de tiendas

# Pasos a Seguir en el Proceso de Integración

---

- Firma de un Acuerdo de Intenciones que recoja, entre otros aspectos, la designación de un valorador independiente de reconocido prestigio
- Constitución de un Comité de Integración mixto que defina la integración operativa y la estrategia futura de diversificación a desarrollar (i.e. marcas a mantener, operativa en tienda, gama de productos, etc)
- Firma de un Protocolo de Integración que recoja, entre otros aspectos, la valoración relativa de ambas Sociedades y el canje aplicable
- Aprobación de la integración por el Consejo de Administración de TelePizza
- Verificación del canje por parte de un experto independiente designado por el Registro Mercantil
- Aprobación de la integración por la JGA de TelePizza



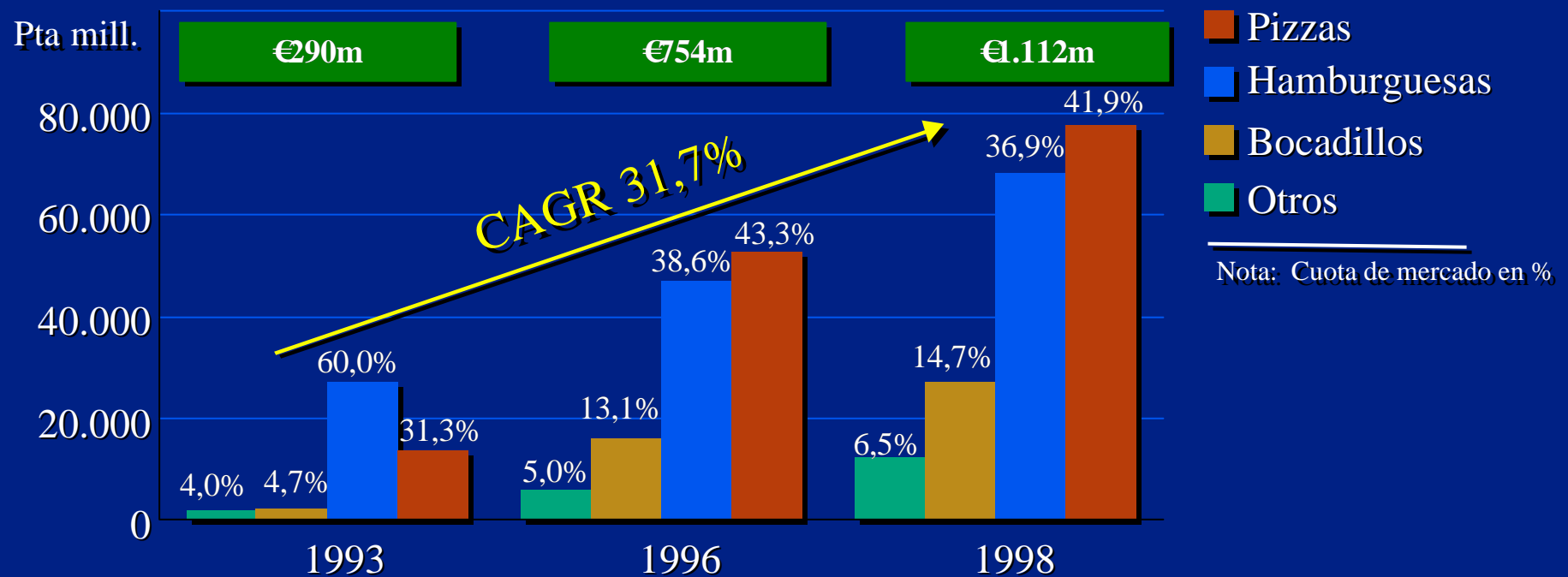
# Comité de Integración

---



# Mercado de Comida Rápida en España

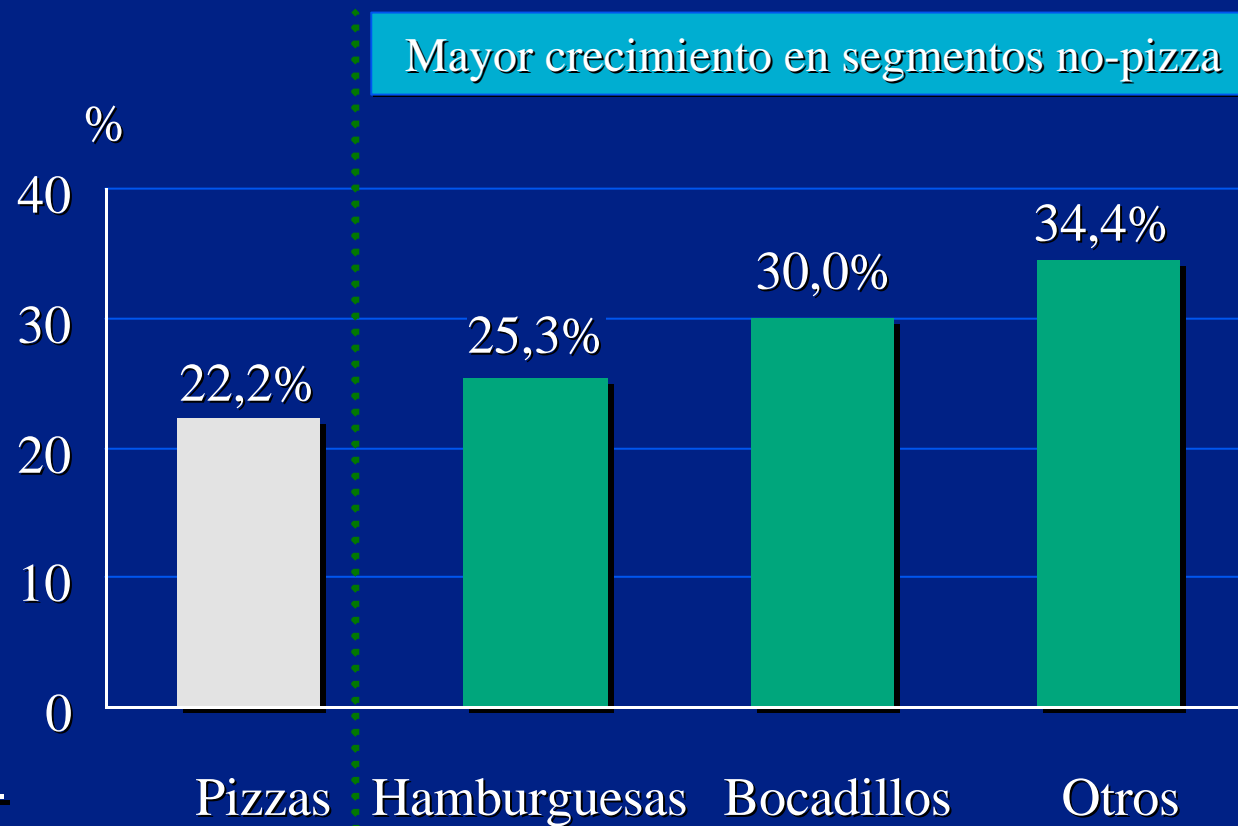
Uno de los Sectores de Mayor Crecimiento en España



Fuente: DBK

# Mercado de Comida Rápida en España

## Crecimiento por Segmentos - 1998



Fuente: DBK

# Principales Operadores del Mercado

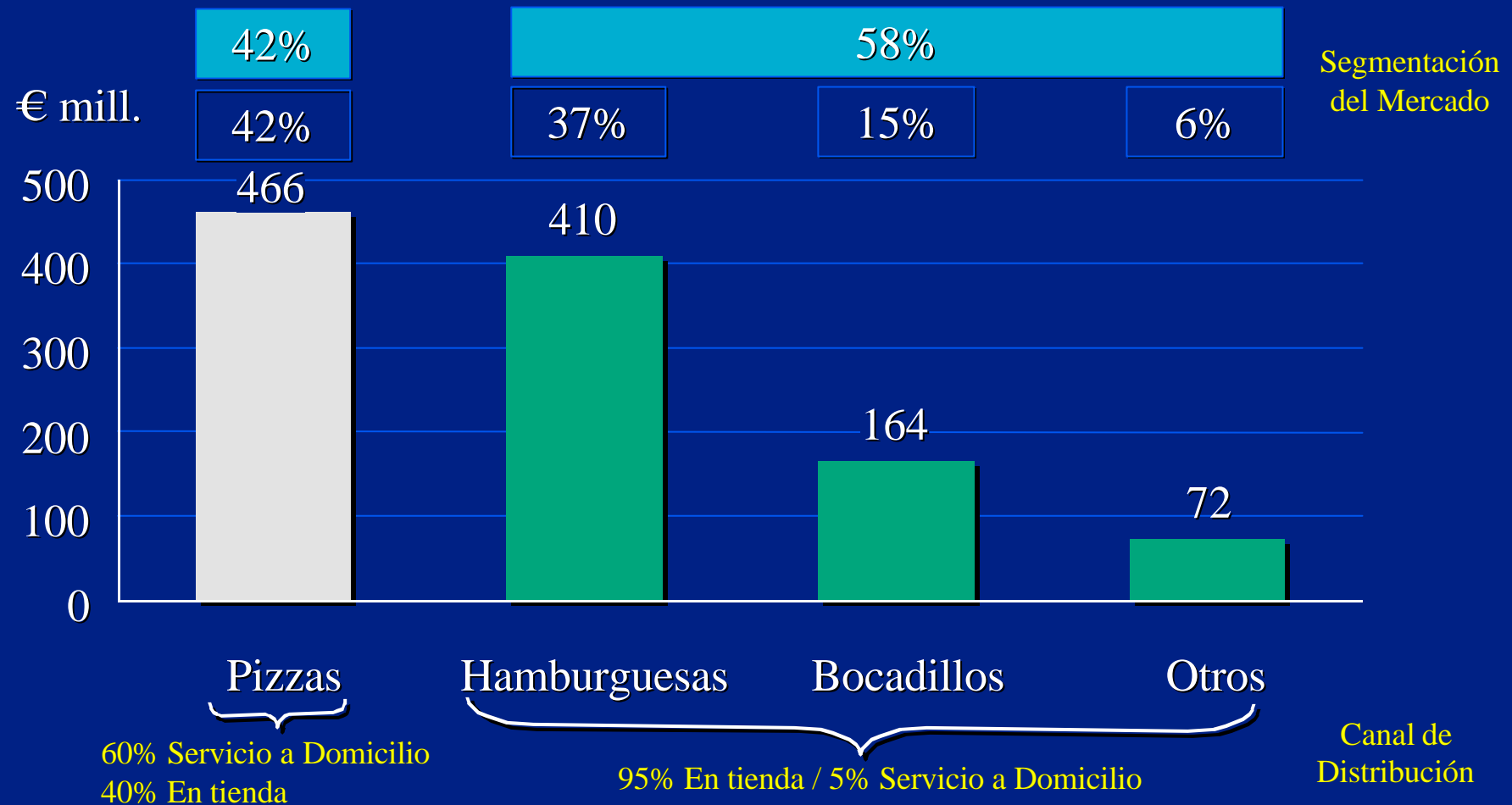
Compañía	Cuota de Mercado (1998)	Servicio a Domicilio	Comentarios
<b>Telepizza*</b>	25,9%	Sí	60% servicio a domicilio 40% en tienda
McDonald's	25,4%	No	—
Burger King	9,4%	No	—
Pans & Company	7,6%	No	—
Pizza Hut	6,5%	Sí	50% servicio a domicilio
Bocatta	2,0%	No	—
<b>TeleChef</b>	1,1%	Sí	70% servicio a domicilio 30% en tienda

\* Incluye Pizza World

Fuente: DBK

# Oportunidad en el Mercado

## Ventas por Segmentos - 1998



# Descripción de TeleChef

---

- TeleChef se creó en febrero de 1998 con el objetivo de llenar un espacio vacío en el mercado de reparto a domicilio de comida rápida
- TeleChef comenzó a estudiar el mercado de comida rápida a domicilio en junio de 1996
  - Los niños eran, principalmente, los responsables de la aceptación de TelePizza en España
  - Los adolescentes a partir de 15 años empiezan a demandar variedad
- Se identificó una gran oportunidad de expansión y crecimiento
  - Un 42% del mercado español de comida rápida es pizza (el reparto a domicilio representa el 70%)
  - El restante 58% (hamburguesas, bocadillos, etc) se consume, prácticamente en su totalidad, en el propio local

# Descripción de TeleChef

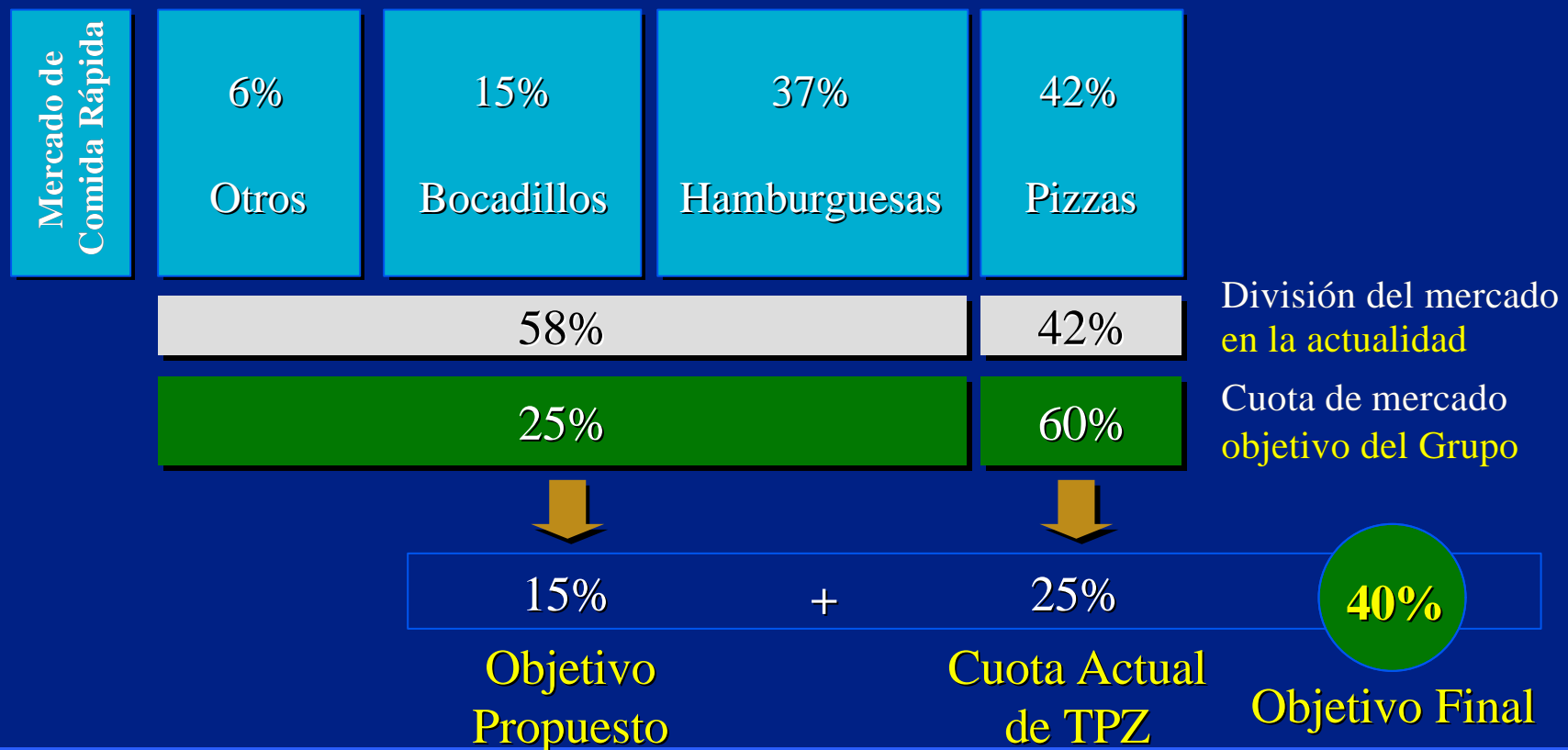
---

- TeleChef es una empresa intensiva en capital, de reciente creación (inversión acumulada de €30 millones antes de generar ingresos)
- En un breve espacio de tiempo ha sido capaz de lograr:
  - Sólida base industrial para el desarrollo de una fórmula empresarial basada en el multiproducto
  - I+D de la oferta de producto
  - Test de mercado con más de 5.000.000 de productos testados
- Poderosa marca que sirve como un perfecto “paraguas” de diversificación
- Red de distribución de 39 tiendas
- Fábrica central con una capacidad actual para atender 100 tiendas, ampliable a 300 tiendas adicionales

# La Oportunidad

## Mercado Objetivo en España

- Incrementar la cuota de mercado en comida rápida a un ...





# Próximos Pasos

---

- Comunicación de los resultados del tercer trimestre de 1999 de TelePizza
- Roadshow en EEUU
- Roadshow en Europa
- Primer borrador del Plan de Negocio 2000-2002
- Presentación oficial de TelePizza/TeleChef una vez aprobada la integración
- Presentación del Plan de Negocio definitivo a analistas/inversores

# Conclusiones

---

- Hemos proporcionado estabilidad al accionariado
- Proponemos una fórmula válida de diversificación de la oferta de productos para que TelePizza siga siendo líder indiscutible del mercado de comida rápida en España
- Es nuestra intención mantenerles informados puntualmente de las acciones que vayamos diseñando y de los logros que se obtengan

**En definitiva, la combinación de un nuevo núcleo accionarial de referencia + el excelente equipo de gestión de TPZ + el proyecto de diversificación de TeleChef, hacen que las perspectivas de crecimiento y creación de valor sean las mejores**