
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 Ballyé

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 Accionario en TelePizza

- El relevo accionario es positivo para la Compañía debido a:
 - Eliminación de la incertidumbre existente
 - Incorporación de un grupo accionario 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

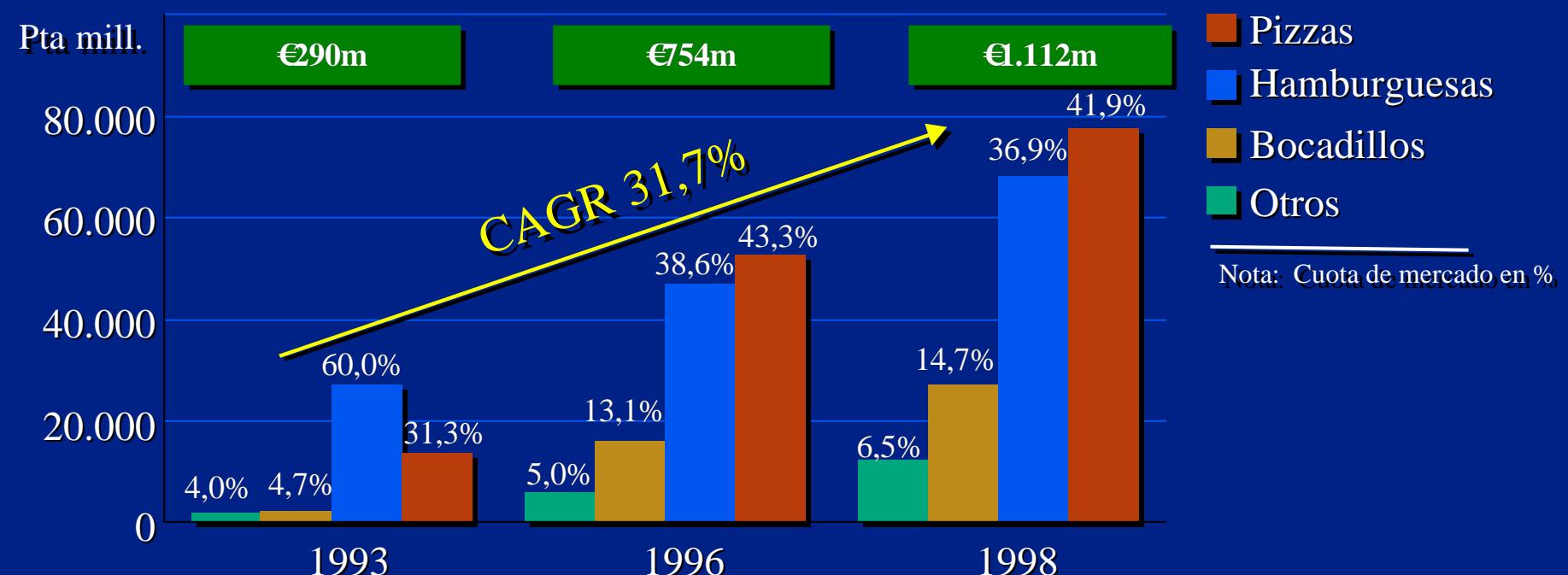
- Firma de un Acuerdo de Intenciones que recoja, entre otros aspectos, la designación de un valorador independiente de reconocido prestigio
- Constitución de un Comité de Integración mixto que defina la integración operativa y la estrategia futura de diversificación a desarrollar (i.e. marcas a mantener, 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

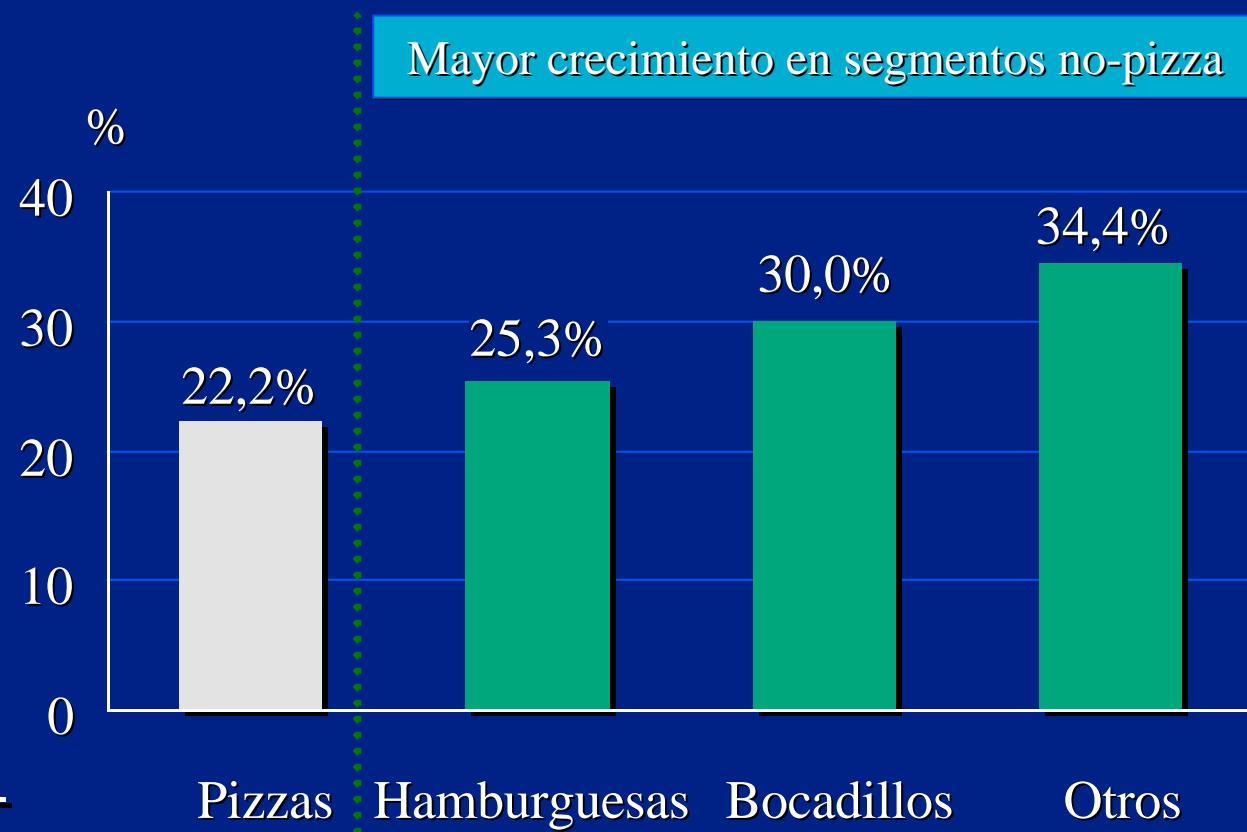
Uno de los Sectores de Mayor Crecimiento en España



Fuente: DBK

Mercado de Comida Rápida en España

Crecimiento por Segmentos - 1998



Principales Operadores del Mercado

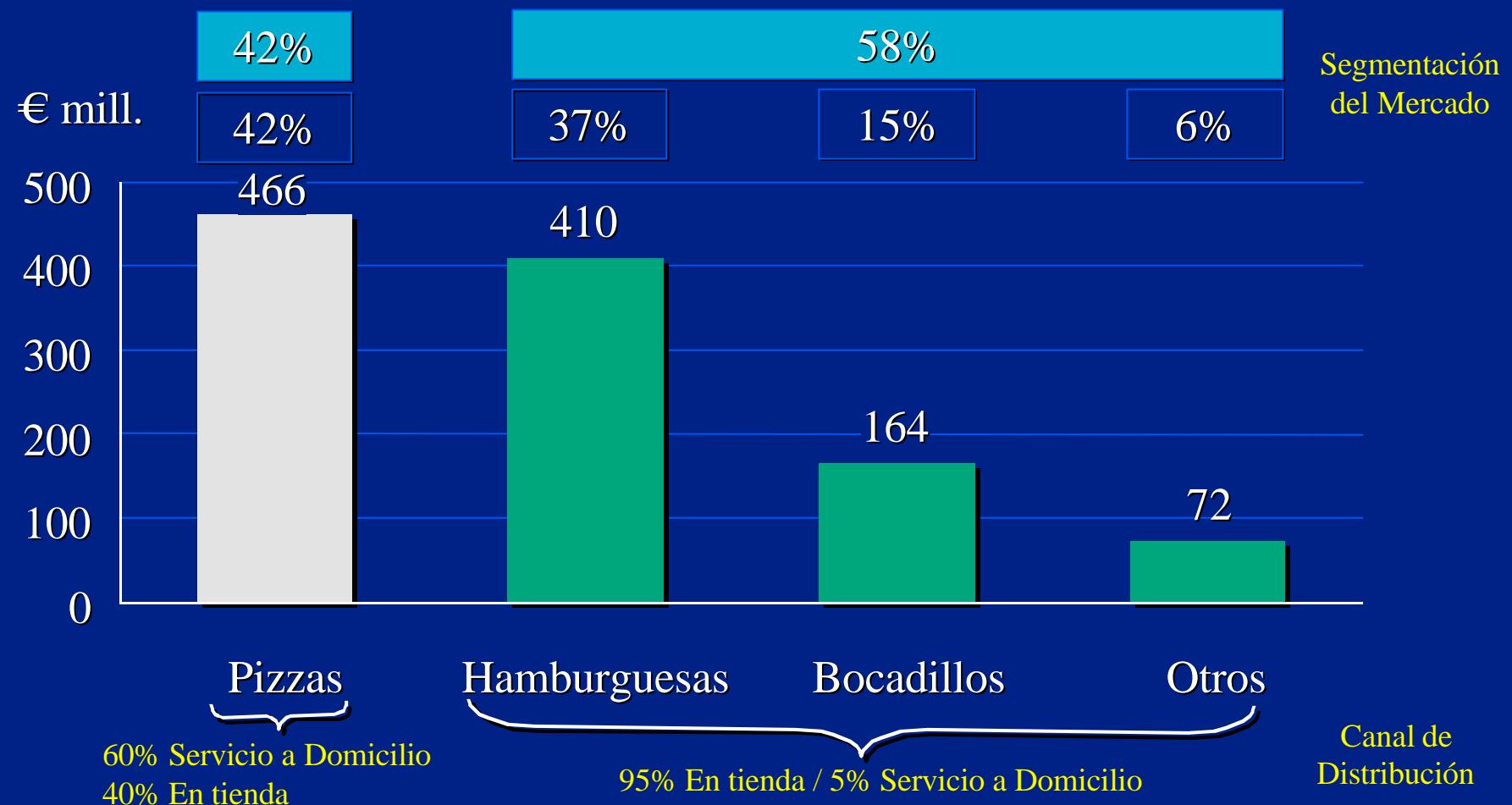
Compañía	Cuota de Mercado (1998)	Servicio a Domicilio	Comentarios
Telepizza*	25,9%	Sí	60% servicio a domicilio 40% en tienda
McDonald's	25,4%	No	—
Burger King	9,4%	No	—
Pans & Company	7,6%	No	—
Pizza Hut	6,5%	Sí	50% servicio a domicilio
Bocatta	2,0%	No	—
TeleChef	1,1%	Sí	70% servicio a domicilio 30%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

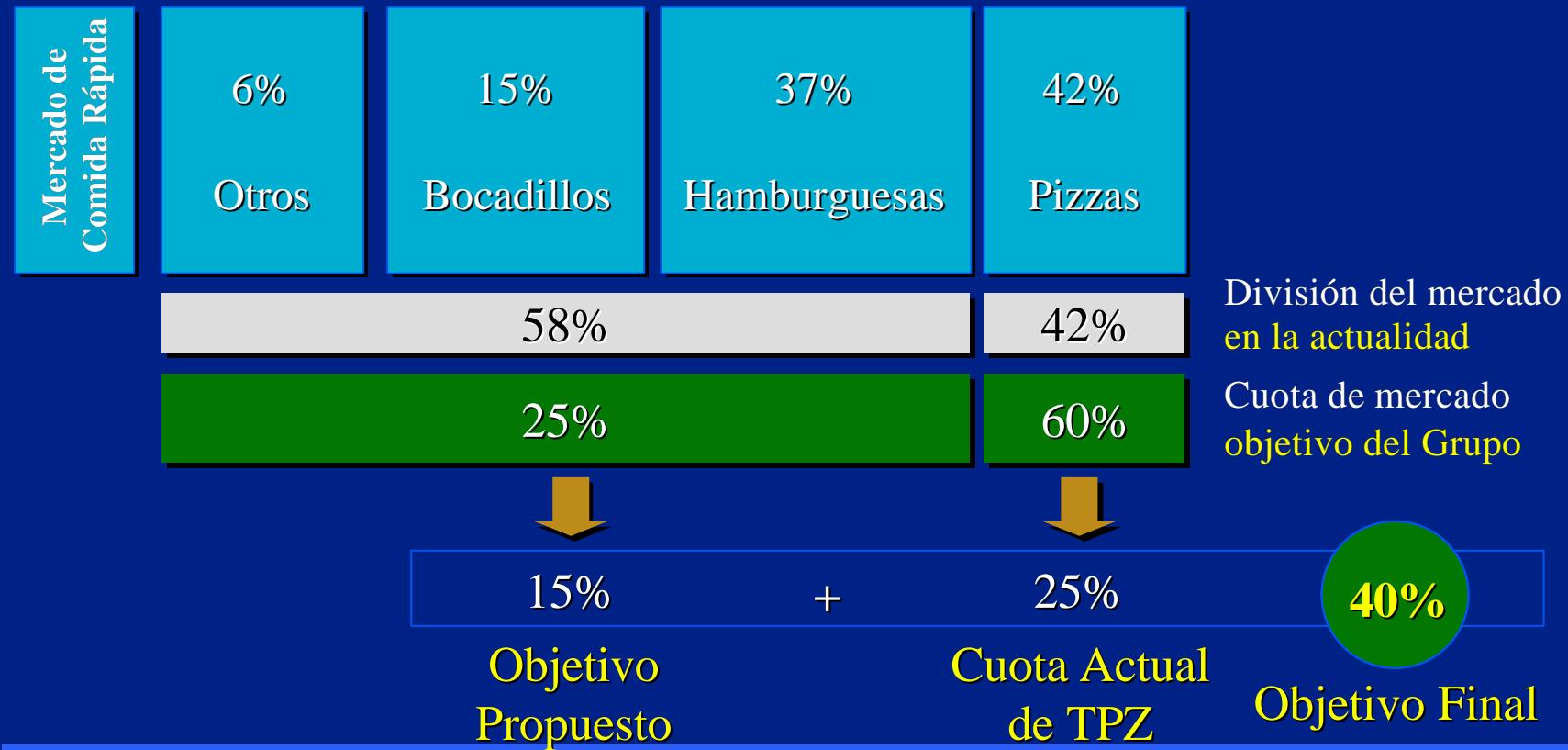
Descripción de TeleChef

- 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 accionario 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