



La Junta General de Accionistas aprueba las cuentas anuales y la aplicación del resultado de la compañía

TELEPIZZA ESTIMA UN AUMENTO DEL EBITDA DEL 24 POR CIENTEN EN EL SEGUNDO TRIMESTRE HASTA 16,5 MILLONES DE EUROS

TelePizza ha avanzado en su Junta General Ordinaria de Accionistas, celebrada hoy, su estimación de finalizar el segundo trimestre del presente ejercicio con un EBITDA de 16,5 millones de euros, lo que supone aumento del 24 por cien respecto a los 13,29 millones de euros obtenidos en el primer trimestre de 2001, con lo que se consolida la fuerte tendencia de mejora en el Resultado Bruto de Explotación.

De esta forma, TelePizza se ha reafirmado en su previsión de finalizar el presente ejercicio 2001 con un EBITDA (Resultado Bruto de Explotación) superior a los 70 millones de euros (más de 11.650 millones de pesetas) lo que supondría un aumento superior al 36 por cien respecto a los 51,71 millones de euros (8.614 millones de pesetas) con que finalizó el pasado año 2000.

La Junta General Ordinaria de Accionistas de TelePizza ha aprobado hoy las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión del pasado ejercicio 2000, en el que TelePizza alcanzó un importe neto de la cifra de negocio de 328,56 millones de euros (54.667 millones de pesetas), un 12,62 por cien superior a los 291,74 millones de euros (48.541 millones de pesetas) obtenidos en 1999.

La Junta General de Accionistas examinó las medidas adoptadas durante el año pasado para la reestructuración de la compañía. Entre dichas acciones, cabe destacar la paralización en la política de recompra de franquicias, la limitación a Cataluña de la implantación de Pizza World, el cierre de los establecimientos TeleGrill y TeleOriental, la paralización de las precipitadas expansiones en México, Francia, y Reino Unido, así como la revisión de las operaciones en Marruecos y la liquidación de la sociedad Vending Pizza.

Asimismo, se acometió la implantación de un Plan Director de Sistemas de Información y un Plan Director de Fábricas y Aprovisionamiento para hacer frente a los retos tecnológicos en los sistemas informáticos y las instalaciones fabriles de la compañía, que permitan competir eficientemente en un mercado en continua evolución.

El Grupo destinó el pasado ejercicio 20,83 millones de euros (3.466 millones de pesetas) a saneamientos y provisiones extraordinarias. De esta manera, la compañía afronta con todas las garantías su nuevo Plan Estratégico con el

Domicilio Fiscal y Oficinas:

Edificio F, Miniparc 1 • c/ Azalea, 1 • 28109 El Soto de la Moraleja - Madrid
Teléfonos: 657 62 30 / 03 • Fax: 650 96 80 / 650 75 24

objetivo de volver a sus históricos niveles de crecimiento desde una situación empresarial y financiera mucho más saneada.

Con estas acciones, la compañía dio por finalizado el proceso de reestructuración y saneamiento de TelePizza.

De igual forma, TelePizza acometió una reorganización del equipo directivo con el objeto de adaptarlo al nuevo modelo de gestión diseñado de acuerdo al Plan Estratégico 2001-2003, en el que se establecen las líneas de crecimiento tanto para España como para el área internacional de la compañía con los objetivos de reforzar la senda del crecimiento.

Este nuevo modelo de gestión se basa en la reorientación del negocio, con creciente importancia de las franquicias y un mayor enfoque hacia el cliente.

En cuanto a los objetivos que se ha marcado TelePizza para este año, y además de la citada previsión económica, la compañía prevé finalizar el presente ejercicio con 1.029 establecimientos, 181 más que los 848 con que concluyó el año 2000. Para alcanzar esta cifra, TelePizza prevé la apertura de 83 tiendas en España y de 98 en el extranjero, entre los que cabe destacar la inauguración de 60 establecimientos en países en los que aún no está presente.

Entre las 83 aperturas previstas en España, TelePizza ya anunció que 55 serían fruto de la expansión en localidades de menos de 30.000 habitantes. Cabe resaltar que ya hay 43 aperturas firmadas y 13 se encuentran en negociación.

En cuanto a su área internacional, TelePizza continuará con su expansión fuera de nuestras fronteras, aumentando el número de establecimientos en los países en los que la compañía ya está presente y extendiendo su presencia a nuevos países mediante acuerdos con socios locales líderes en sus respectivos territorios y una creciente importancia de la franquicia.

TelePizza ha firmado recientemente un acuerdo con Grupo Pollo Campero, líder del sector de fast food en Centroamérica, para operar en régimen de "co-branding" en México e iniciar la expansión de TelePizza en Centroamérica mediante la instalación de "corners" de TelePizza en las tiendas de Grupo Pollo Campero y dos establecimientos "free stander" de TelePizza.

Este acuerdo se añade al ya suscrito con Goody's, empresa griega líder de restauración rápida, para la constitución de la sociedad TelePizza Hellas, compañía que acometerá la apertura de 50 establecimientos propios y franquiciados en Grecia hasta el año 2005.