

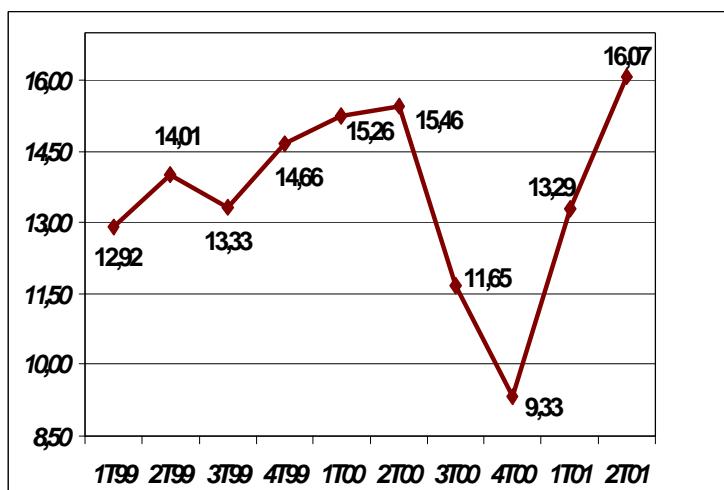
Continúan los resultados del Plan Estratégico 2001-2003

TELEPIZZA CIERRA EL MEJOR TRIMESTRE DE SU HISTORIA CON UN AUMENTO DEL EBITDA DEL 20,9 POR CIEN HASTA 16,07 MILLONES DE EUROS

- ? **El EBITDA del segundo trimestre mejora un 20,9 respecto al primer trimestre, que ya supuso un aumento del 42,4 por cien respecto al último trimestre de 2000.**
- ? **El EBITDA del área internacional se multiplica por 3,5 en el primer semestre, respondiendo a las soluciones adoptadas en Francia y México.**

El Grupo TelePizza obtuvo en el segundo trimestre del presente ejercicio el mejor EBITDA (Resultado Bruto de Explotación) de la historia de la compañía, al ascender a 16,07 millones de euros (2.674 millones de pesetas), un 20,9 por cien superior a los 13,29 millones de euros (2.211 millones de pesetas) alcanzados en el primer trimestre de 2001, que ya suponía una mejora del 42,4 por cien respecto al EBITDA del cuarto trimestre de 2000.

Asimismo, el EBITDA en este segundo trimestre supera en un 4 por cien los 15,46 millones de euros (2.572 millones de pesetas) registrados en el segundo trimestre del pasado ejercicio, que era hasta ahora el mejor en la historia de la compañía.



Este resultado está en línea con las previsiones de la compañía y continúa confirmando la senda de crecimiento iniciada al comienzo del presente año, devolviendo así a la compañía a tasas de alto crecimiento tras los procesos de reestructuración y análisis del negocio realizados el pasado año 2000.

En términos semestrales, el EBITDA de TelePizza ha ascendido a 29,36 millones de euros (4.885 millones de pesetas), un 4,4 por cien inferior a los 30,71 millones de euros (5.111 millones de pesetas) logrados en el primer semestre de 2000, que incluyeron los dos mejores trimestres del ejercicio para la compañía.

Por su parte, el resultado neto del segundo trimestre ha ascendido a 8,08 millones de euros (1.345 millones de pesetas), un 177 por cien superior a los 2,91 millones de euros (484 millones de pesetas) alcanzados en el primer trimestre del presente año.

Acumulando estos resultados, el beneficio neto de TelePizza en el primer semestre ascendió a 10,99 millones de euros (1.829 millones de pesetas), un 25,1 por cien inferior a los 14,68 millones de euros (2.442 millones de pesetas) logrados en el mismo período de 2000, que también supusieron los dos mejores trimestres de TelePizza a este respecto. De esta forma, se mantiene la senda de crecimiento en el resultado neto, que tendrá su completa visibilidad al cierre del ejercicio, en el que se espera un aumento notable en el beneficio neto.

La compañía ha conseguido este resultado tras alcanzar unos ingresos de explotación de 177,06 millones de euros (29.460 millones de pesetas), un 2 por cien superiores frente a los 173,64 millones de euros (28.891 millones de pesetas) logrados en el primer semestre de 2000.

También han comenzado a detectarse cambios significativos en las partidas que componen los ingresos de explotación, fruto de la reorientación estratégica iniciada por la compañía, que incluye la expansión de la compañía a través de franquicias.

De hecho, en los seis primeros meses de 2001, TelePizza ha aumentado de 848 a 869 los establecimientos de la compañía. Sin embargo, de los 869 establecimientos con que contaba a la finalización del primer semestre, 578 eran propios y 291 ya estaban franquiciados, frente a los 605 establecimientos propios y 243 franquiciados con que finalizó el ejercicio 2000. En consecuencia, el porcentaje de locales propios sobre el total se ha reducido del 71,3 al 66,5 por cien, tendencia en la que TelePizza profundizará como aplicación del Plan Estratégico 2001-2003.

Así, el importe neto de la cifra de negocio ha aumentado un 1,4 por cien en el primer semestre de 2001 hasta 169,74 millones de euros (28.242 millones de pesetas), mientras que el resto de ingresos de explotación han aumentado un 16 por cien hasta 7,32 millones de euros (1.218 millones de pesetas) respecto al mismo período de 2000.

El área internacional ha aumentado notablemente su aportación positiva al EBITDA del Grupo tras alcanzar 6,11 millones de euros (1.016 millones de pesetas), lo que supone más que triplicar los 1,8 millones de euros (299,5 millones de pesetas) alcanzados en el primer semestre de 2000.

Estos resultados en el área internacional reflejan las soluciones adoptadas para las actividades de TelePizza tanto en Francia, donde la compañía franquició sus establecimientos manteniendo la actividad industrial, como en México, tras el acuerdo alcanzado con Grupo Pollo Campero.

En consecuencia, TelePizza continúa su más que positiva evolución fruto de la puesta en marcha del Plan Estratégico 2001-2003, una vez concluida la reorganización de la compañía y las mencionadas soluciones ya adoptadas en Francia y México.

TelePizza continúa cumpliendo con sus previsiones y avanzando en el desarrollo del Plan Estratégico, que contempla, entre otros aspectos, concentrar en el segundo semestre de este ejercicio la apertura de establecimientos bajo los nuevos formatos de

consumo en sala y los ubicados en localidades de menos de 30.000 habitantes, así como el desarrollo del nuevo Plan de Marketing, por lo que aún hay un amplio margen para la mejora de resultados.

Madrid, 26 de Julio de 2001