

Resultados 2004

Marzo 2005

Índice

- Actividad 2004
 - « España
 - « Internacional
- Resultados 2004
- Conclusiones

ACTIVIDAD

ESPAÑA

telepizza®

Objetivos España

Objetivos de las actividades en España en 2004

- **Dotar a la Compañía y testar las herramientas necesarios para un crecimiento rentable de la venta en 2005**
 - » **Marketing: Transición hacia un marketing segmentado y alianzas con socios comerciales**
 - » **Operaciones: Reenfoque de la estructura para una gestión local más eficiente**
 - » **Desarrollo de nuevos canales de venta**
- **Plan Director Industrial: Progresión en la curva de aprendizaje con mejoras en la eficiencia**
- **Reforzar las relaciones con los franquiciados**

Marketing

Estrategia de Marketing en 2004

- **Transición hacia un marketing segmentado:**
 - » Septiembre 2004: Inicio generalizado de herramientas CRM
- **Comunicación de los “momentos Telepizza”:**
 - » Reforzar el posicionamiento de la marca
- **Proceso de identificación de nuevas oportunidades de negocio**
 - » Club infantil, hoteles y call center
- **Promociones: Alianzas con socios comerciales**
 - » Oferta conjunta para el ocio en el hogar
 - » Regalos de mayor valor percibido

Marketing

Estrategia de Marketing en 2004

- **Diagnóstico de zonas para la aplicación de un marketing local**
 - » Acercamiento al consumidor
 - » Gestión adecuada a la competencia local
- **Innovación: Variedad y capacidad de sorprender**

Febbrero

PIZZA FROMAGGIO



Abril

DELICIAS DE POLLO



Septiembre

PIZZA MEDITERRÁNEA



Area Operaciones

Tiendas Propias: Orientación comercial de las operaciones

- **A partir de segundo semestre, mayor descentralización de las operaciones**
 - » Aplicación de una gestión local más eficiente
- **Diseño de planes de venta para nuevos colectivos**
 - » Room service de Telepizza para hoteles: 195 hoteles Dic. 2004
- **Venta a través de Internet**
 - » Diciembre 2004 disponible en todas las tiendas propias España
 - » Facilita la operativa en tienda
 - » Otra alternativa para el consumidor
- **229 tiendas propias a Diciembre 2004: 99% con nueva imagen**

Area Operaciones

Franquicias

- **301 tiendas (56,8%) a Diciembre de 2004, 41% con nueva imagen**
- **Apertura en 2004 de 7 minitiendas en formato de franquicia**
- **Acuerdo marco de estabilidad con franquiciados: precios de transferencia y condiciones de renovación**
 - » Adhesión del 87,5% de los franquiciados
- **Nuevo modelo de negocio para localidades de menos de 30.000 habitantes: Posibilidad de integrar la tienda Telepizza en negocio en marcha**
 - » Acuerdo para Estaciones de servicio

Plan Industrial

- **Centro industrial situado en Daganzo: Mejora en la curva de aprendizaje con mejoras en eficiencia:**
 - » Automatización de todos los procesos
 - » Reducción de desperdicios
 - » Mejoras en planificación logística
- **Optimización estado conservación producto**
- **Finalización de las inversiones significativas**

INTERNACIONAL

telepizza®

Objetivos Internacional

Objetivos de las actividades en Internacional en 2004

- Incremento de la cuota de mercado
- Crecimiento horizontal
- Mayor desarrollo de la franquicia
- Implantación de nueva imagen
- Explotación de masterfranquicia en Centroamérica
- Introducción en Chequia

Internacional

Portugal

- **Telepizza es el líder en el sector de servicio a domicilio de comida lista para tomar: 60% cuota de mercado**
- **La situación económica del país nos ha llevado a realizar un mayor esfuerzo comercial. El consumo interno no se ha reactivado por la Eurocopa 2004.**
- **Estabilidad en la venta (-1,1%), afectada por la situación económica del país**
- **67 tiendas, con 38,8% de tiendas franquiciadas a diciembre 2004**
- **54 tiendas con nueva imagen en diciembre 2004**

Internacional

Polonia

- **Telepizza es el líder en el sector de servicio a domicilio de comida lista para tomar: 47% de cuota de mercado**
- **Crecimiento en venta +3,9%***
- **Menor esfuerzo comercial en 2004, alcanzando un nivel adecuado de ticket medio**
- **Aplicación de un marketing local para adaptar las acciones comerciales a la competencia local**
- **93 tiendas, con 36,6% de tiendas franquiciadas a diciembre 2004**
- **48 tiendas con nueva imagen en diciembre 2004**
- **Apertura de una tienda en República Checa, Octubre 2004**

*crecimiento en moneda local

telepizza®

Internacional

Chile

- **Telepizza es el líder en el sector de servicio a domicilio de comida lista para tomar: 45% de cuota de mercado**
- **Crecimientos significativo en Ventas +24,5%***
- **Exito de estrategia comercial con incremento de nº de pedidos, de clientes y de ticket medio**
- **Expansión a la zona norte del país: 5 tiendas nuevas**
- **38 tiendas a finales de 2004, 10,5% tiendas franquiciadas**
- **31 tiendas con nueva imagen en diciembre 2004**

*Crecimiento en moneda local

telepizza®

Resultados 2004

Ventas Cadena

	2004	2003	Δ %
España	318,75	320,40	-0,5%
Portugal	36,14	36,53	-1,1%
Polonia *	22,14	21,93	0,9%
Chile **	11,93	9,35	27,6%
República Checa	0,02	--	--
Centroamérica	5,59	--	--
Subtotal Internacional	75,82	67,80	11,8%
Subtotal Ventas	394,57	388,20	1,6%
Países no operativos 2004	0,00	8,04	--
TOTAL VENTAS	394,57	396,24	-0,4%

* Polonia: Crecimiento en moneda local: **+3,9%**

** Chile: Crecimiento en moneda local: **+24,5%**

Cifras en millones de euros

telepizza®

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

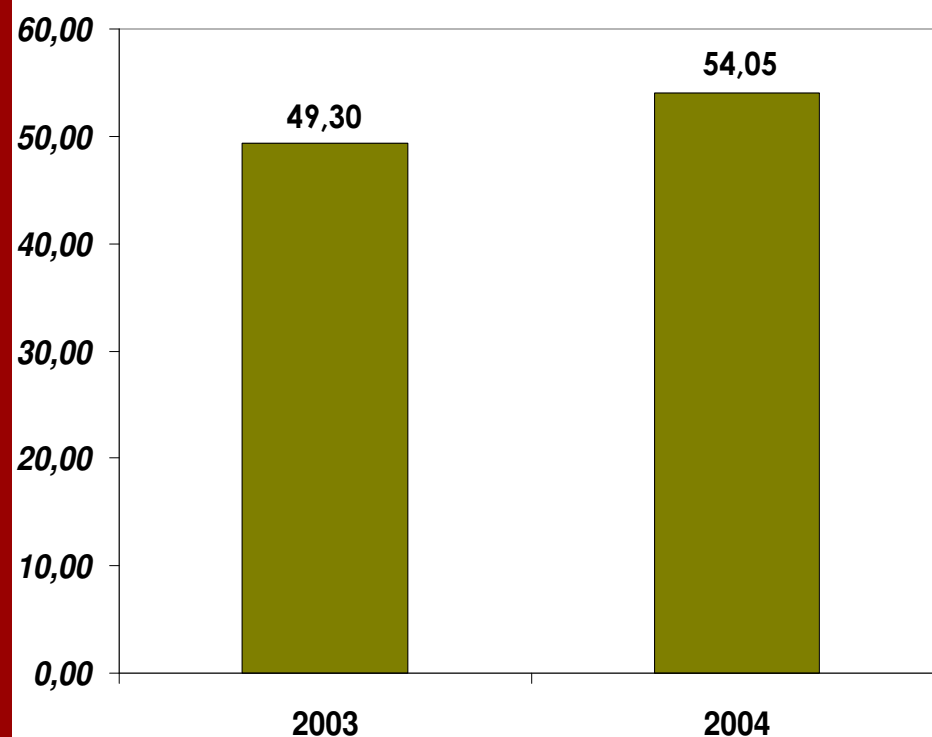
	2004	%	2003	%	Δ %
Ventas netas	273,31	100,0%	272,97	100,0%	0,1%
Otros ingresos de explotación	15,23	5,6%	18,06	6,6%	-15,6%
Total Ingresos de Explotación	288,54	105,6%	291,02	106,6%	-0,9%
Coste de Producto	-76,96	-28,2%	-77,44	-28,4%	-0,6%
Margen Bruto	211,58	77,4%	213,58	78,2%	-0,9%
Coste de Personal	-90,51	-33,1%	-90,32	-33,1%	0,2%
Otros Gastos operativos	-67,03	-24,5%	-73,96	-27,1%	-9,4%
BAIIA (EBITDA)	54,05	19,8%	49,30	18,1%	9,6%

Cifras en millones de euros

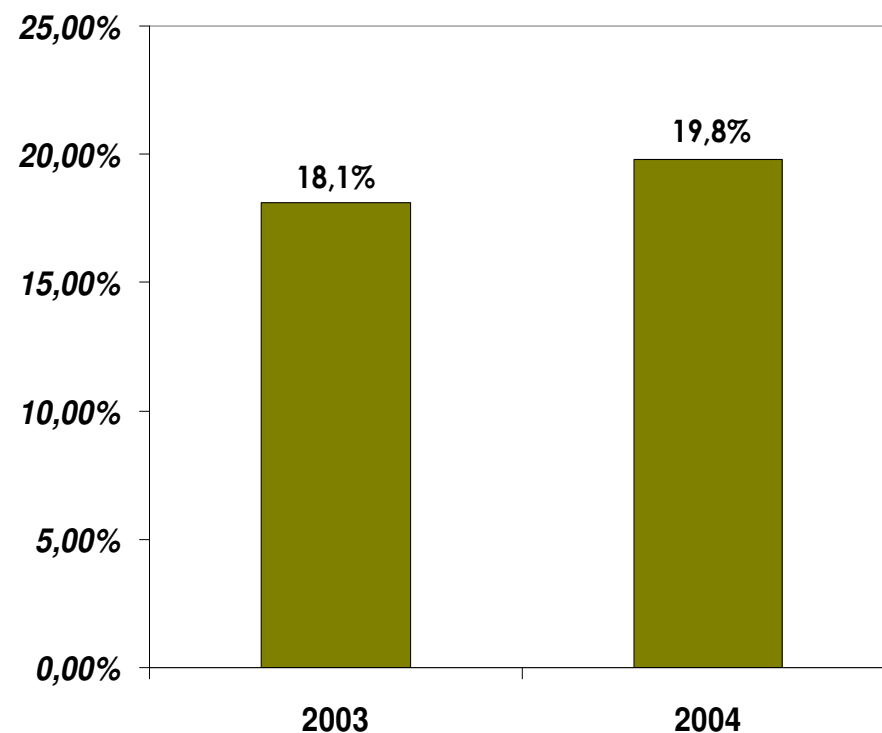
telepizza®

Evolución EBITDA

EBITDA (en millones de euros)



Margen EBITDA sb Ventas Consolidadas



Cifras en millones de euros

EBITDA Desglose

	2004		2003		2004 vs 2003 %
	Mill euro	% Ventas	Mill euro	% Ventas	
España	46,03	21,5%	41,92	19,6%	9,8%
Portugal	3,94	14,0%	4,52	15,8%	-12,7%
Polonia *	1,58	8,0%	1,15	5,7%	38,0%
Chile	2,40	21,0%	2,15	23,5%	11,2%
Centro América **	0,10	---	0,00	---	---
Subtotal Internacional	8,02	13,5%	7,82	13,5%	2,5%
SUBTOTAL EBITDA	54,05	19,8%	49,73	18,3%	8,7%
Países no operativos en 2004	0,00	---	-0,43	---	---
TOTAL EBITDA	54,05	19,8%	49,30	18,1%	9,6%

• Polonia incluye EBITDA de República Checa. Crecimiento Polonia moneda local: +51,51%

** Crecimiento Chile moneda local: +7,55%. EBITDA afectado por cargo de la matriz por royalty en 2004, sin este cargo, crecimiento del 33,5% moneda local

Cifras en millones de euros

telepizza®

EBITDA por país

España: Incremento EBITDA del 9,8%:

- Mayor actividad franquiciadora
- Mejoras de eficiencia en centro industrial

Portugal: Disminución EBITDA del 12,7% :

- Efecto negativo del apalancamiento operativo
- Mayor esfuerzo comercial por la situación económica del país
- Medidas en marcha para adecuar la oferta a la situación del país en 2005

Polonia; Incremento EBITDA del 51,5% en moneda local:

- Apalancamiento operativo positivo
- Menor esfuerzo comercial
- Mejor gestión del personal y reducción de gastos fijos

Chile: Incremento EBITDA del 7,6% en moneda local

- EBITDA afectado por cargo de la matriz por royalty en 2004, sin este cargo, crecimiento del 33,5% moneda local
- Apalancamiento operativo positivo
- Mejoras de eficiencia en fábrica inaugurada en 2003

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	2004	%	2003	%	Δ %
EBITDA	54,05	19,8%	49,30	18,1%	9,6%
Amortización	-17,89	-6,5%	-19,02	-7,0%	-5,9%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	36,15	13,2%	30,29	11,1%	19,4%
RESULTADO FINANCIERO	-3,56	-1,3%	-4,44	-1,6%	19,8%
Puesta en equivalencia	0,00	0,0%	-0,05	0,0%	---
Diferencia negativa de consolidación	0,10	0,0%	0,00	0,0%	---
Amortización de fondo de comercio	-1,30	-0,5%	-1,41	-0,5%	-8,1%
RESULTADO ORDINARIO	31,40	11,5%	24,39	8,9%	28,7%
Resultado extraordinario	-2,34	-0,9%	-56,06	-20,5%	95,8%
RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	29,07	10,6%	-31,67	-11,6%	---
Impuesto de sociedades	-9,76	-3,6%	18,26	6,7%	---
RESULTADO NETO CONSOLIDADO	19,30	7,1%	-13,41	-4,9%	---
Resultado atribuido a socios externos	0,00	0,0%	-0,22	-0,1%	---
RESULTADO ATRIBUIDO A LA SOC. DOMINANTE	19,30	7,1%	-13,63	-5,0%	---

Cifras en millones de euros

telepizza®

Situación Tiendas

	dic-04	dic-03
ESPAÑA	530	532
INTERNACIONAL	251	184
Portugal	67	65
Polonia	93	87
Chile	38	32
República Checa	1	0
Centroamérica	52 *	0
TOTAL	781	716

* Corners de Telepizza integradas en restaurantes de Pollo Campero

telepizza®

Situación Tiendas

	Dic- 04		Dic- 03	
ESPAÑA	530		532	
Propias	229	43,2%	230	43,2%
Franquicias	301	56,8%	302	56,8%
INTERNACIONAL	251		184	
Propias	135	53,8%	132	71,7%
Franquicias	116	46,2%	52	28,3%
TOTAL	781		716	
Propias	364	46,6%	362	50,6%
Franquicias	417	53,4%	354	49,4%

Conclusiones 2004

- **Año orientado a dotar a la Compañía y testar las herramientas necesarias para un crecimiento rentable de la venta en 2005**
- **Mejoras en rentabilidad**
- **Fin de las inversiones significativas**