



TELEPIZZA®

Resultados 2002

28 Febrero 2003

ACTIVIDAD

TELEPIZZA®

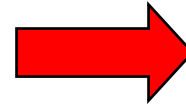
ESPAÑA

TELEPIZZA®

Area Operaciones: Tiendas

➤ Tiendas Propias: Plan de renovación y reciclaje

- » Mentalidad comercial y orientación al cliente
- » Plan de Formación global



Mejora en indicadores de servicio

Mejora en margen variable a nivel tienda

➤ Franquicia

- » 55% de las tiendas en España operan bajo este formato
- » Apertura en 2002 de 16 minitiendas en formato de franquicia
- » Instalación en franquicias del nuevo sistema informático de gestión de tiendas (SAGA)

Marketing

- Seguimiento de nueva metodología de trabajo con enfoque hacia el consumidor (focus group, investigación de mercado)
- Marketing operativo: Innovación
 - « Dos nuevas masas: libertad en la elección
 - « Dos nuevos complementos: Más variedad

Marzo

Mayo

Septiembre

Noviembre

Nueva masa
Base Doble

Nuevos
minis

Nueva
masa
Calzzone

Nuevos
enrollados



Marketing

➤ Aplicaciones Tecnológicas: Herramientas CRM

- » Creación de Data Mart
- » Carga de base de datos
- » Aplicación para el diseño de estrategias de marketing: Primer Trimestre 2003

➤ Nueva revista: Comunicación directa con el cliente

- » Test durante Sept-Nov. Primera tirada en tiendas propias en Diciembre
- » Se entrega con nuestros productos
- » Incluye ofertas e información sobre ocio en el hogar (programación TV, video/DVD, videojuegos, internet...)
- » Distribución mensual

Test Nueva Imagen

➤ **Rediseño del logo (Test)**

- « Refleja una evolución
- « Moderno y joven
- « Simple y directo

➤ **Actualización de imagen de la tienda (Test)**

➤ **Rediseño de uniformes (Test)**

The logo for telepizza, featuring the word "telepizza" in a white, lowercase, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol (®). The logo is set against a solid red rectangular background.

Test Nueva Imagen

telepizza®



Modernización de Sistemas de Información

- Nuevo Data Warehouse & CRM
- Modernización del Software y Hardware (tiendas y servicios centrales)
- Desarrollo de programa para gestión de venta multicanal



Plan Global de Recursos Humanos

➤ Proyecto global de formación de mejora en operaciones:

Objetivos:

- » Clientes satisfechos
- » Enfoque comercial
- » Mejoras en servicio y producto



Plan Director Fábricas

- Inicio de actividades productivas: Febrero 2003
- Objetivos:
 - « Modernización de procesos productivos
 - « Mejora de eficiencia
 - « Centralización de la producción



INTERNACIONAL



Países mediante gestión propia:

➤ Portugal, Polonia y Chile

- » TelePizza sigue siendo líder en el reparto de pizzas a domicilio
- » Marketing adaptado a las peculiaridades del país
- » Implantación de actividades de éxito en España
- » Criterio selectivo en la apertura de nuevas tiendas



Internacional

Países mediante gestión de terceros:

➤ Francia

- » 20 tiendas operando a Diciembre 02
- » TelePizza continua gestionando el negocio industrial

➤ México

- » Desarrollo de la Joint Venture con Grupo Pollo Campero
- » Test de modelo de negocio
 - Tiendas TelePizza
 - Tiendas Pollo Campero
 - Tiendas Combinadas TelePizza- Pollo Campero
- » 18 tiendas remodeladas a Diciembre 2002
- » 2 tiendas combinadas en proyecto-construcción

➤ Centroamérica

- » Alianza con Grupo Pollo Campero
- » 2 tiendas modelo "Free Standing" Telepizza
- » 4 "food court" Telepizza
- » 17 "corners" en tiendas Pollo Campero

Resultados 2002

Ventas Cadena

	2002	2001	Δ %
España	313,75	305,95	2,6%
Portugal	34,05	31,14	9,3%
Polonia *	22,32	21,99	1,5%
Chile **	9,12	9,34	-2,4%
Subtotal Internacional	65,48	62,47	4,8%
SUBTOTAL VENTA	379,23	368,42	2,9%
Países franquiciados			
México	5,14	17,81	-71,2%
Francia	5,83	4,61	26,4%
Países no operativos 2002	0,00	3,12	
TOTAL VENTA	390,20	393,96	-1,0%

* Polonia: Crecimiento en moneda local : +7,1%

** Chile: Crecimiento en moneda local: +12,4%

Cifras en millones de euros

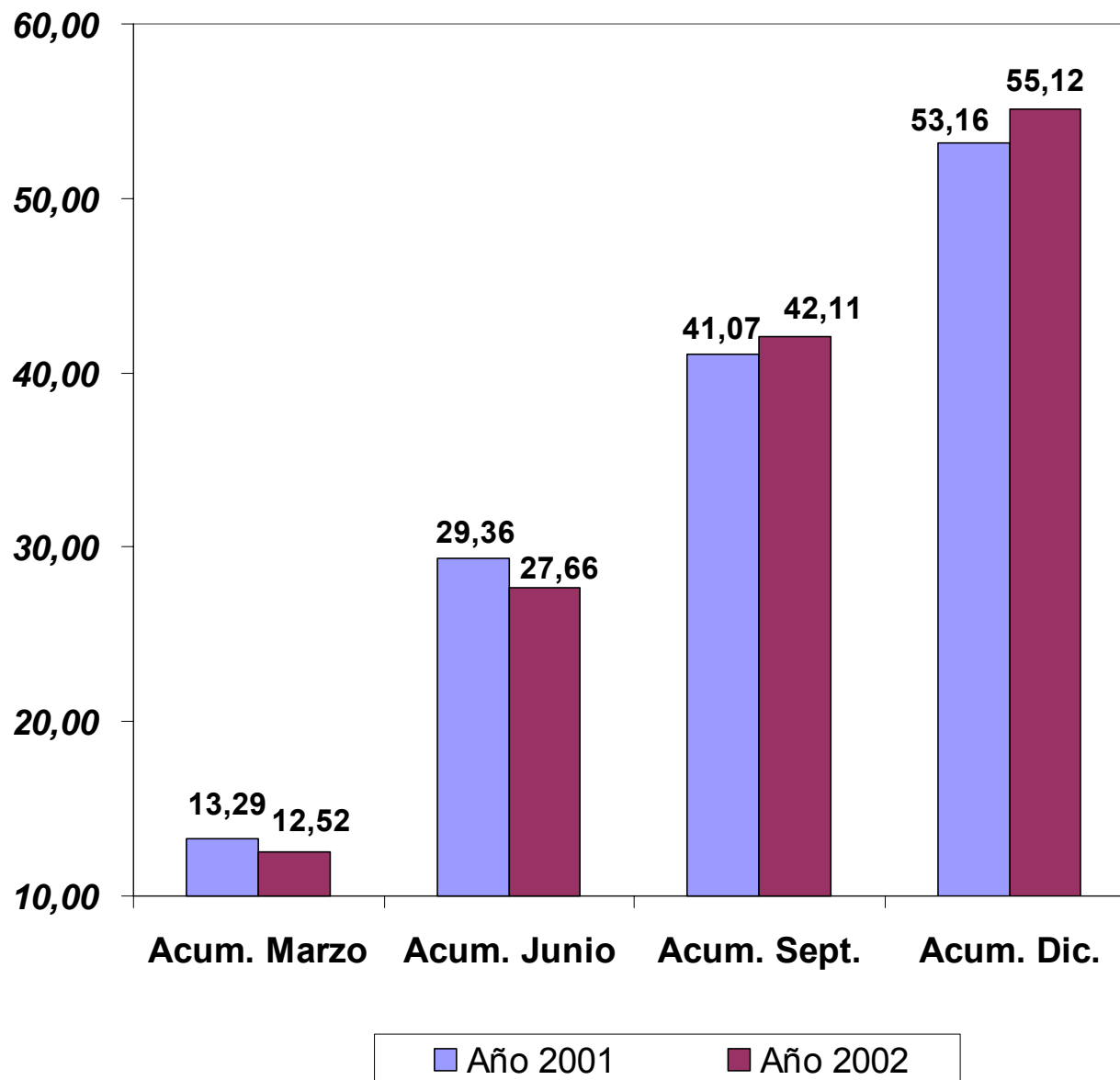
Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	2002	%	2001	%	Δ %
Ventas netas	285,38	100,0%	328,22	100,0%	-13,1%
Otros ingresos de explotación	15,74	5,5%	14,64	4,5%	7,5%
Total Ingresos de Explotación	301,12	105,5%	342,85	104,5%	-12,2%
Coste de Producto	-80,55	-28,2%	-92,11	-28,1%	-12,6%
Margen Bruto	220,57	77,3%	250,74	76,4%	-12,0%
Coste de Personal	-91,85	-32,2%	-109,98	-33,5%	-16,5%
Otros Gastos operativos	-73,60	-25,8%	-87,60	-26,7%	-16,0%
BA IIA (EBITDA)	55,12	19,3%	53,16	16,2%	3,7%

Cifras en millones de euros

2002: Datos previos a auditoria

EBITDA



Cifras en millones de euros

EBITDA Desglose

	2002		2001		2002 vs 2001 %
	Mill euro	% Ventas	Mill euro	% Ventas	
España	47,13	20,9%	46,00	19,2%	2,5%
Portugal	4,51	16,7%	4,66	18,5%	-3,1%
Polonia	0,88	4,1%	0,42	1,9%	110,0% *
Chile	1,89	21,3%	1,89	21,2%	0,2% **
Subtotal Internacional	7,28	12,7%	6,97	12,4%	4,6%
SUBTOTAL EBITDA	54,41	19,2%	52,96	17,8%	2,7%
Países franquiciados					
México	1,07	N/A	3,56	13,1%	-70,0%
Francia	-0,36	---	-2,01	---	82,1%
Países no operativos 2002	0,00	---	-1,36	---	---
TOTAL EBITDA	55,12	19,3%	53,16	16,2%	3,7%

Cifras en millones de euros

* Crecimiento Polonia moneda local: +123,88%

2002: Datos previos a auditoria

** Crecimiento Chile moneda local: +14,39%

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	2002	%	2001	%	Δ %
BAIIA (EBITDA)	55,12	19,3%	53,16	16,2%	3,7%
Amortización	-20,02	-7,0%	-20,44	-6,2%	-2,0%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	35,10	12,3%	32,72	10,0%	7,3%
Resultados Financieros	-5,66	-2,0%	-4,68	-1,4%	21,0%
Puesta en equivalencia	-0,26	-0,1%	-2,34	-0,7%	-88,9%
Diferencia Negativa de consolidación	0,00	0,0%	0,00	0,0%	---
Amortización Fondo de Comercio de Consolidación	-1,49	-0,5%	-1,50	-0,5%	-0,3%
RESULTADO ORDINARIO	27,69	9,7%	24,21	7,4%	14,4%
Resultado Extraordinario	-19,28	-6,8%	-18,78	-5,7%	2,6%
RDO. CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	8,41	2,9%	5,43	1,7%	55,0%
Impuesto sobre Beneficios	-2,05	-0,7%	-0,37	-0,1%	458,7%
RESULTADO NETO CONSOLIDADO	6,36	2,2%	5,06	1,5%	25,8%
Resultado atribuible a socios externos	-0,96	-0,3%	0,06	0,0%	----
RDO. ATRIBUIDO A LA SOC. DOMINANTE	5,41	1,9%	5,13	1,6%	5,5%

Cifras en millones de euros

2002: Datos previos a auditoria

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Principales Gastos Extraordinarios

Baja de activos	8,39
Autocartera	7,70
Países no operativos	1,03

Cifras en millones de euros

Datos previos a auditoria

Tiendas

Dic. 2002

Dic. 2001

ESPAÑA	538	539
INTERNACIONAL	320	328
Portugal	56	53
Polonia	77	70
Chile	28	26
SUBTOTAL	161	149
México	129	132
Francia	30	31
Reino Unido	0	13
Marruecos	0	3
SUBTOTAL	159	179
TOTAL	858	867

Situación Tiendas

Dic. 2002

Dic. 2001

ESPAÑA	538		539	
Propias	242	45,0%	280	51,9%
Franquicias	296	55,0%	259	48,1%

INTERNACIONAL	320		328	
Propias	135	42,2%	142	43,3%
Franquicias	185	57,8%	186	56,7%

TOTAL	858		867	
Propias	377	43,9%	422	48,7%
Franquicias	481	56,1%	445	51,3%



Plan Aperturas 2003

Dic. 2003

Dic. 2002

ESPAÑA	547	538
INTERNACIONAL	357	320
Portugal	69	56
Polonia	95	77
Chile	32	28
SUBTOTAL	196	161
México	131	129
Francia	30	30
SUBTOTAL	161	159
TOTAL	904	858

