

GENERAL

AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE AL:

TRIMESTRE

3

AÑO

2000

Denominación Social:

Tele Pizza, S.A.

Domicilio Social:

C/ Azalea, 1 Edif. F. Miniparc 1 El Soto de la Moraleja (Madrid)

NIF

A78849676

Personas que asumen la responsabilidad de esta información, cargos que ocupan e identificación de los poderes o facultades en virtud de los cuales ostentan la representación de la sociedad:

Firma:

D. Jose Carlos Olcese Santoja
Vicepresidente Ejecutivo

A) AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS

Uds.:Millones de Pesetas

	INDIVIDUAL		CONSOLIDADO	
	Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior	Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO (1)	0800	23,271	22,797	41,012
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	1040	3,757	3,021	4,786
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	1044	2,893	2,326	3,612
Resultado atribuido a Socios Externos	2050			-120
RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	2060			3,492
CAPITAL SUSCRITO	0500	1,073	1,073	3,075
NUMERO MEDIO DE PERSONAS EMPLEADAS	3000	3,946	3,833	10,408
				9,431

B) EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS

(Aunque de forma resumida debido al carácter sintético de esta información trimestral, los comentarios a incluir dentro de este apartado, deberán permitir a los inversores formarse una opinión suficiente acerca de la actividad desarrollada por la empresa y los resultados obtenidos durante el periodo cubierto por esta información trimestral, así como de su situación financiera y patrimonial y otros datos esenciales sobre la marcha general de los asuntos de la sociedad).

El Grupo TelcPizza obtuvo un beneficio neto de 20,99 millones de euros (3.492 millones de pesetas) en los primeros nueve meses del presente año, lo que representa un crecimiento del 13,58 por cien frente al mismo periodo del ejercicio de 1999.

TelePizza ha obtenido estos resultados tras incrementar un 16,6 por cien el importe neto de la cifra de negocio hasta los 246,5 millones de euros (41.012 millones de pesetas) frente a los 211,4 millones de euros (35.172 millones de pesetas) logrados entre enero y septiembre del ejercicio anterior.

B) EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS (continuación)

(Aunque de forma resumida debido al carácter sintético de esta información trimestral, los comentarios a incluir dentro de este apartado, deberán permitir a los inversores formarse una opinión suficiente acerca de la actividad desarrollada por la empresa y los resultados obtenidos durante el periodo cubierto por esta información trimestral, así como de su situación financiera y patrimonial y otros datos esenciales sobre la marcha general de los asuntos de la sociedad).

De igual forma, los ingresos totales de la compañía aumentaron un 16,4 por cien hasta 260 millones de euros (43.260 millones de pesetas), mientras que las ventas totales de la cadena integradas en el Grupo TelePizza (venta al consumidor de tiendas propias y franquicias) ascendieron a 306,1 millones de euros (50.932 millones de pesetas) entre enero y septiembre del presente año, un 11,3 por cien más que los 275 millones de euros (45.757 millones de pesetas) alcanzados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

A lo largo de estos nueve meses, el Grupo TelePizza ha intensificado su actividad en las tres áreas de crecimiento estratégico planteadas por la compañía (profundización en la estrategia de internacionalización, ampliación de la oferta de productos y búsqueda de nuevas oportunidades de negocio), alrededor de las cuales se ha conformado el Plan Estratégico 2001-2003.

Paralelamente, la Compañía ha profundizado en las necesarias reformas estructurales para aumentar la eficiencia.

Así, las ventas obtenidas por el área internacional de la cadena aumentaron un 85,5 por cien en los primeros nueve meses del presente ejercicio, ascendiendo a 68,66 millones de euros (11.424 millones de pesetas) frente a los 37 millones de euros (6.157 millones de pesetas) obtenidos en el mismo periodo de 1999. Continúa pues la creciente importancia del área internacional en la actividad de TelePizza. En este sentido, las ventas procedentes del área internacional de la cadena ya representan el 22,4 por cien de las ventas totales, frente al 13 por cien que supusieron en 1999.

Asimismo, TelePizza ha continuado con su esfuerzo en el área internacional y cuenta ya con 304 establecimientos, 107 más que en septiembre de 1999 que, unidos a los 549 establecimientos existentes en España, elevan a 853 el número total de tiendas del Grupo, un 23,8 por cien más que los 689 establecimientos con que concluyó el tercer trimestre de 1999.

De esta forma, el número de tiendas de TelePizza en el extranjero suponen ya el 35,6 por cien de los establecimientos de TelePizza, porcentaje superior al 28 por cien que suponían al cierre del tercer trimestre de 1999.

TelePizza confirma así su decidida apuesta por la internacionalización de su actividad. En este sentido, TelePizza ha reafirmado su confianza en esta internacionalización en el Plan Estratégico 2001-2003 recientemente presentado.

En dicho Plan, la compañía prevé continuar aumentando el número de establecimientos en los países en que ya está presente, y ampliando su presencia a nuevos países en Latinoamérica, Europa Oriental, Oriente Medio y Asia.

Así, la compañía prevé aumentar en 202 los establecimientos abiertos en México, Portugal, Polonia, Chile y Marruecos al cierre del ejercicio de 2003. En este sentido, cabe resaltar que las ventas en estos países (a excepción de Marruecos, donde la presencia de TelePizza es inferior a un año) han aumentado en más de un 24 por cien, destacando el 140 por cien de aumento en las ventas en México y el 161 por cien de incremento en Polonia.

NOTA: en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

B) Evolución de los negocios (continuación)

Además, TelePizza estudia actualmente extender su presencia a nuevos países con el objeto de aumentar anualmente su cobertura en 10 millones de viviendas, para lo cual prevé la apertura de más de 430 nuevos establecimientos. Turquía, Grecia, India, Brasil, Venezuela y Arabia Saudi son algunos de los países que están actualmente bajo estudio, así como la zona de Centroamérica.

Tanto en los países en los que TelePizza ya está presente como en aquellos a los que amplie su actividad, la compañía basará su expansión en acuerdos con socios locales y potenciando la figura de la franquicia.

En cuanto a España, la cadena concluyó el tercer trimestre de 2000 con 549 tiendas, lo que supone 57 nuevos establecimientos respecto al 30 de septiembre de 1999.

En nuestro país, y dentro del Plan Estratégico, TelePizza abordará la expansión de su actividad en España mediante la apertura de 320 nuevas tiendas, de las cuales 200 estarán ubicadas en localidades de menos de 30.000 habitantes y 120 tendrán el formato TelePizza Express, su nuevo concepto de restaurante, situado en centros comerciales, centros de ocio y otros lugares de tránsito intenso, con el que la compañía entra en competencia directa en el mercado de comida rápida orientado al consumo fuera del hogar, desarrollándose así en un segmento en crecimiento dentro de mercado de fast food.

Actualmente, TelePizza ya ha abierto 4 establecimientos en ciudades de menos de 30.000 habitantes y próximamente contará con otras 12 que están siendo actualmente reformadas.

Para abordar su expansión en España, TelePizza potenciará también la figura de la franquicia. En ambos casos, las franquicias de TelePizza ofrecerán a sus clientes una amplia gama de productos (sandwiches, hamburguesas y bocadillos) abarcando y satisfaciendo así todas las necesidades de cliente de fast food.

Dentro de esta ampliación en la oferta de productos, TelePizza ya ha implantado estaciones mixtas en 376 establecimientos, superando así los objetivos de la compañía. Dichos objetivos eran la implantación de estas estaciones en 240 establecimientos propios y 100 franquiciados antes de finalizar el presente año.

Sin embargo, los buenos resultados en ventas han llevado a que ya estén instaladas en 101 franquicias y, en cuanto a los establecimientos propios, 275 ya están ofreciendo estos productos.

De hecho, las ventas procedentes de estos productos superan actualmente el 5 por cien de las ventas totales, cuando el objetivo de TelePizza es que supongan el 10 por cien de las ventas totales en el 2003.

Este hecho es especialmente destacable si tenemos en cuenta que no se ha realizado una activa campaña de comercialización de estos productos.

III. BASES DE PRESENTACION Y NORMAS DE VALORACION

(En la elaboración de los datos e informaciones de carácter financiero-contable incluidos en la presente información pública periódica, deberán aplicarse los principios, normas de valoración y criterios contables previstos en la normativa en vigor para la elaboración de información de carácter financiero-contable a incorporar a las cuentas anuales y estados financieros intermedios correspondiente al sector al que pertenece la entidad. Si excepcionalmente no se hubieran aplicado a los datos e informaciones que se adjuntan los principios y criterios de contabilidad generalmente aceptados exigidos por la correspondiente normativa en vigor, este hecho deberá ser señalado y motivado suficientemente, debiendo explicarse la influencia que su no aplicación pudiera tener sobre el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la empresa o su grupo consolidado. Adicionalmente, y con un alcance similar al anterior, deberán mencionarse y comentarse las modificaciones que, en su caso y en relación con las últimas cuentas anuales auditadas, puedan haberse producido en los criterios contables utilizados en la elaboración de las informaciones que se adjuntan. Si se han aplicado los mismos principios, criterios y políticas contables que en las últimas cuentas anuales, y si aquellos responden a lo previsto en la normativa contable en vigor que le sea de aplicación a la entidad, indíquese así expresamente).

Se han aplicado los mismos principios y criterios contables tanto para el ejercicio actual como para el anterior, dichos principios y criterios aplicados corresponden a los generalmente aceptados por la normativa en vigor excepto, en lo que se refiere al periodo de amortización de los Fondos de Comercio.

El artículo 194 de la Ley de Sociedades Anónimas se ha modificado por la ley 37/1998 de 16 de noviembre de reforma del mercado de valores, en virtud de la cual, se amplía hasta veinte años el periodo máximo de amortización de los fondos de comercio. Conforme a lo dispuesto en la mencionada ley, el Grupo amplió a finales del ejercicio 1999, el periodo de amortización de los fondos de comercio de determinadas inversiones hasta veinte años.

Incluyendo la modificación mencionada en el párrafo anterior los principios y criterios aplicados corresponden a los generalmente aceptados por la normativa en vigor.

NOTA: en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

D). DIVIDENDOS DISTRIBUIDOS DURANTE EL PERÍODO :

(Se hará mención de los dividendos distribuidos desde el inicio del ejercicio económico).

	% sobre Nominal	Pesetas por acción	Importe (Millones de Pesetas)
1) Acciones Ordinarias	3100	0.00	0.00
2) Acciones Preferentes	3110	0.00	0.00
3) Acciones sin Voto	3120	0.00	0.00

Información adicional sobre el reparto de dividendos (a cuenta, complementario, etc)

NO SE HAN DISTRIBUIDO DIVIDENDOS

E) HECHOS SIGNIFICATIVOS (*)

SI NO

1. Adquisiciones o transmisiones de participaciones en el capital de sociedades cotizadas en bolsa determinantes de la obligación de comunicar complementada en el art. 53 de la LMV (5 por 100 y múltiplos)

3200 X

2. Adquisiciones de autocartera determinantes de la obligación de comunicar según la disposición adicional 1º de la LSA (1 por 100)

3210 X

3. Otros aumentos y disminuciones significativos del inmovilizado (participaciones superiores al 10% en sociedades no cotizadas, inversiones o desinversiones materiales relevantes, etc.)

3220 X

4. Aumentos y reducciones del capital social o del valor de los títulos

3230 X

5. Emisiones, reembolsos o cancelaciones de empréstitos

3240 X

6. Cambios de los Administradores o del Consejo de Administración

3250 X

7. Modificaciones de los Estatutos Sociales

3260 X

8. Transformaciones, fusiones o escisiones

3270 X

9. Cambios en la regulación institucional del sector con incidencia significativa en la situación económica o financiera de la sociedad o del Grupo

3280 X

10. Pleitos, litigios o contenciosos que puedan afectar de forma significativa a la situación patrimonial de la Sociedad o del Grupo

3290 X

11. Situaciones concursales, suspensiones de pagos, etc.

3310 X

12. Acuerdos especiales de limitación, cesión o renuncia total o parcial, de los derechos políticos y económicos de las acciones de la Sociedad.

3320 X

13. Acuerdos estratégicos con grupos nacionales o internacionales (intercambio de paquetes accionariales, etc.)

3330 X

14. Otros hechos significativos

3340 X

Marcar con una "X" la casilla correspondiente, adjuntando en caso (*) afirmativo anexo explicativo en el que se detalle la fecha de comunicación a la CNMV y a la SRVB.

F) ANEXO EXPLICATIVO HECHOS SIGNIFICATIVOS

Con fecha 12 de Julio de 2000, TelePizza nombra a D. Ignacio Dolz de Espejo nuevo Director General de Desarrollo Internacional.

Con fecha 28 de Julio de 2000, TelePizza y Terra Networks constituyen al 50% una sociedad denominada "A tu hora, S.A.", como resultado del acuerdo alcanzado por ambas sociedades el 15 de Junio de 2000.

Con fecha 29 de Agosto de 2000, se remite información y presentación correspondiente a los resultados del primer semestre del año 2000, periodo en el cual el Grupo TelePizza obtuvo un beneficio neto de 14,68 millones de euros (2.442 millones de pesetas), lo que representa un crecimiento del 20,1% frente al mismo periodo del año anterior.

Con fecha 5 de Septiembre de 2000, la Sociedad comunica la aprobación por parte de la Comisión Ejecutiva de 4 de Septiembre, de la suscripción del Programa ADR (American Depository Receipts), nivel I, que será desarrollado actuando el Bank of New York como entidad depositaria.

Con fecha 5 de Septiembre de 2000, TelePizza notifica la firma, el dia 4 de Septiembre del mismo, de un Protocolo de Acuerdo para la adquisición de la cadena de pizzerías Sapri Pizza.

Con fecha 5 de Septiembre de 2000, TelePizza presenta su nuevo Plan Estratégico para los próximos 3 años.

Con fecha 15 de Septiembre de 2000, TelePizza S.A. suscribe un contrato con la compañía mercantil griega Goody's A.E. por el que acuerdan la constitución de una nueva sociedad, TelePizza Grecia, S.A. (60% a suscribir y desembolsar por TelePizza S.A., 40% restante por Goody's) TelePizza Grecia será el titular del master franquiciador para los territorios en los que habrá de operar (Grecia, Chipre y Bulgaria)

Con fecha 3 de Octubre de 2000, TelePizza comunica que el pasado día 30-09-2000 se ha concluido una operación de desinversión en su actividad de transporte de fábrica a tienda, procediendo a la venta del 100% de las acciones de la sociedad filial Delivery Delta, S.A., dedicada exclusivamente al transporte de los productos del Grupo TelePizza de fábricas a tiendas (propias y franquicias) y entre fábricas y centros de almacenamiento (así como a la venta de sus activos relacionados con la actividad de transporte en Portugal), siendo el comprador Studios Orsino, S.L.

Con fecha 3 de Octubre de 2000, D. Carlos Lopez Casas presenta su dimisión como Consejero Delegado y como Consejero de TelePizza S.A. Asimismo, el Consejo de Administración acuerda el nombramiento de D. José Carlos Olcese Santonja como Vicepresidente del Consejo de Administración, con facultades ejecutivas.

Con fecha 2 de Noviembre de 2000, TelePizza comunica que ha alcanzado su establecimiento número 50 en Polonia

Con fecha 3 de Noviembre de 2000, TelePizza celebra su primera convención nacional de franquiciados en la que, con una asistencia de más del 90% de las franquicias del Grupo en España, se informa acerca de sus planes de expansión en España y en el extranjero dentro del marco del Plan Estratégico 2001-2003

NOTA en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

F. ANEXO EXPLICATIVO HECHOS SIGNIFICATIVOS

Con fecha 14 de Noviembre de 2000, TelePizza comunica que, en relación a la firma de un Protocolo de Acuerdo para la adquisición de la cadena de pizzerías "Sapri Pizza" del 4 de Septiembre del presente, no se ha procedido al desarrollo ni ejecución de dicho Protocolo dentro del plazo previsto, por lo que el mismo ha resultado sin efecto jurídico alguno.

NOTA:

**INSTRUCCIONES PARA LA CUMPLIMENTACION
DEL AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS**

(GENERAL)

- Los datos numéricos solicitados, salvo indicación en contrario, deberán venir expresados en millones de pesetas, sin decimales, efectuándose los cuadres por redondeo.
- Las cantidades negativas deberán figurar con un signo menos (-) delante del número correspondiente.
- Junto a cada dato expresado en cifras, salvo indicación en contrario, deberá figurar el del período correspondiente al ejercicio anterior.

- Definiciones:

- (1) El Importe Neto de la Cifra de Negocios** comprenderá los importes de la venta de productos y los de prestación de servicios correspondientes a las actividades ordinarias de la sociedad deducidas las bonificaciones y demás reducciones sobre ventas, así como el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos directamente relacionados con la citada cifra de negocios.