

telepizza®

Resultados 2003

Marzo 2004

Índice

- Actividad 2003
 - España
 - Internacional
- Resultados 2003
- Conclusiones

ACTIVIDAD

telepizza[®]

ESPAÑA

telepizza®

Área Operaciones: Tiendas

■ **Tiendas Propias: énfasis en la actividad comercial**

- » Integración estratégica de marketing con tiendas:

Mentalidad comercial y orientación al cliente



Mejora en indicadores de servicio

- » Incremento en la rentabilidad

Mejora en margen variable a nivel tienda

■ **Franquicia**

- » 56,8% de las tiendas en España

- » Apertura en 2003 de 6 minitiendas en formato de franquicia

- » Labor de asesoramiento, apoyo y seguimiento del franquiciado:
Equipo de 11 consultores especializados y un director de área

Implantación nueva imagen de marca



Valores de marca

sencillez

cercanía

libertad

amabilidad

informal

divertida

auténtica

calidad

Filosofía de marca

producto de calidad y equilibrado

disfruta en tu casa

el hogar, territorio de ocio

telepizza®

Implantación nueva imagen de marca

- Cambio en el diseño interior y exterior de las tiendas (183 tiendas propias y 56 franquicias con nueva imagen en marzo 2004)
- Nuevo diseño de materiales, uniformes e iconos de marca
- Nuevas directrices en la comunicación con el cliente



telepizza®

Marketing

■ Marketing operativo: Innovación y promociones

- » Regalo seguro de mayor valor percibido y componente de fidelización
- » Nuevas variedades de pizzas: libertad en la elección
- » Nuevos complementos: Más variedad

Marzo

Pizzas del
Mundo



Junio

Patatas
rellenas



Septiembre

Telepizza
Gratinada



Noviembre

Spiro Dog



telepizza®

■ **Aplicaciones Tecnológicas: Herramientas CRM**

- » Test de herramientas CRM; análisis de datos y segmentación de acuerdo a distintas variables (ticket medio, frecuencia, mix de productos).
- » Este nivel de información nos permitirá diseñar estrategias adecuadas a las distintas tipologías de consumos.

■ **Revista Qué plan!: Comunicación directa con el cliente**

- » Distribución media mensual (s/ OJD): 475.212 ejemplares
- » Se entrega con el primer pedido del mes
- » Refuerza la imagen de marca; contenidos ligados a ocio en el hogar
- » Mejora de la información en la base de datos

Sistemas de Información

■ Gestión de venta multicanal

- » Sistema de captura de pedidos centralizado
- » Sistema de captura de pedidos en Web (Test 8 tiendas en Zaragoza)

■ Homogeneización sistemas

- » Implantado SAGA en todas las tiendas en España y Portugal
- » Implementación en Portugal del ERP corporativo y del programa de gestión de personal.

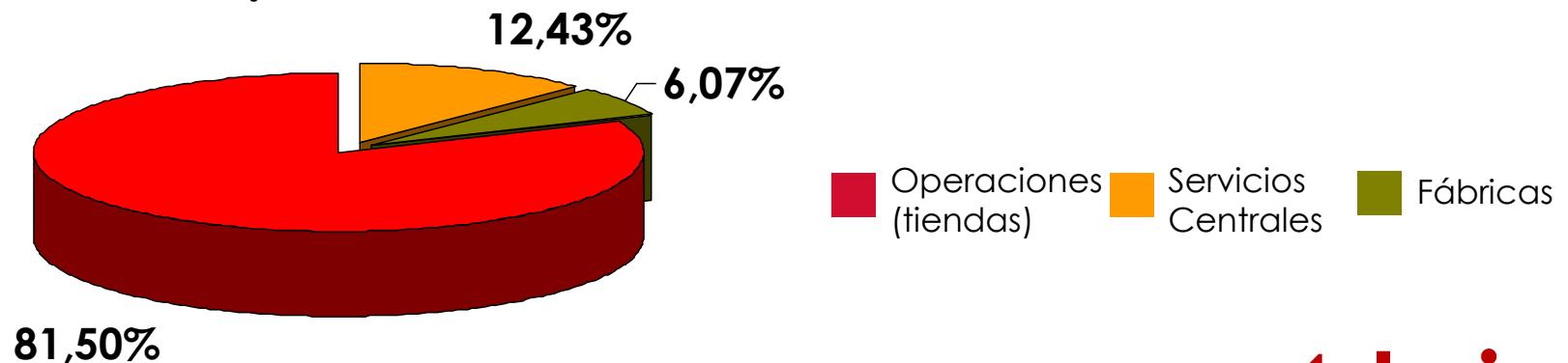
Plan Global de Recursos Humanos

■ Consolidación del plan global de formación en operaciones (iniciado en 2002)

» Objetivos:

- » Extender “ las mejores prácticas “ a todas las tiendas
- » Enfoque comercial : El valor del cliente (impartido a 500 empleados de equipos gerentes)
- » Disminución de la rotación de personal y mejora en nivel de cobertura de plantilla

» **3.615** trabajadores han recibido acciones formativas



Plan Industrial

- Nueva fábrica y plataforma logística: inicio de actividades en Primer Trimestre 2003
- En Marzo asume el suministro de todas las tiendas en España
- Ventajas:
 - » Automatización de todos los procesos
 - » Reducción de desperdicios
 - » Mayor flexibilidad de adaptación
 - » Optimización estado conservación producto
 - » Mejoras en la planificación logística
- Nivel óptimo de eficiencia en 2004



INTERNACIONAL

telepizza[®]

Internacional

■ Portugal

- » TelePizza es el líder en el sector de servicio a domicilio de comida lista para tomar
- » Crecimiento en ventas (+7,3%) y EBITDA (+0,2%)*
- » Aprovechamiento y adaptación de la labor de marketing realizada en España
- » 26 franquicias, un 40% sobre total tiendas a diciembre 2003
- » Homogeneización de los sistemas informáticos con España
- » 36 tiendas con nueva imagen en diciembre 2003

*En 2002 Portugal abarcaba parte de la actividad industrial del sur de España

telepizza[®]

Internacional

■ Polonia

- » TelePizza es el líder en el sector de servicio a domicilio de comida lista para tomar
- » Crecimientos significativos en ventas (+12,1%) y EBITDA(+38,6%) en moneda local
- » Lanzamiento de Pizzas del Mundo, masa Pan y enrollados
- » 23 franquicias, 26% sobre el total tiendas a diciembre 2003
- » 34 tiendas con nueva imagen en diciembre 2003

Internacional

■ Chile

- » TelePizza es el líder en el sector de servicio a domicilio de comida lista para tomar
- » Crecimientos significativos en Ventas (+23,3%) y EBITDA (+37,9%) en moneda local
- » Lanzamiento de Pizza Calzone y Doble masa
- » Estrategia de incremento de actos de compra en el domicilio: acuerdo con empresas enfocadas al ocio en el hogar
- » Inicio de desarrollo a través de franquicia (3 franquicias, 10% sb total tiendas a diciembre 2003)
- » 9 tiendas con nueva imagen en diciembre 2003

Finalización del proceso de restructuración internacional

- En diciembre 2003 se decide discontinuar las operaciones en México y Francia:
 - » México: Fin del acuerdo de co-inversión con Grupo Pollo Campero
 - » Francia: Resolución del contrato de masterfranquicia suscrito con RM Master
- Concentración de esfuerzos de gestión e inversión en países con trayectoria de crecimiento y rentabilidad: Portugal, Polonia y Chile
- Proyecto conjunto con Grupo Pollo Campero para Centroamérica

Resultados 2003

telepizza[®]

Ventas Cadena

	2003	2002	Δ %
España	320,40	313,75	2,1%
Portugal	36,53	34,05	7,3%
Polonia *	21,93	22,32	-1,8%
Chile **	9,35	9,12	2,5%
Subtotal Internacional	67,80	65,48	3,5%
Subtotal Ventas	388,20	379,23	2,4%
Países Franquiciados			
México	3,70	5,14	-28,0%
Francia	4,34	5,83	-25,5%
Subtotal	8,04	10,96	-26,7%
TOTAL VENTAS	396,24	390,20	1,5%

* Polonia: Crecimiento en moneda local: **+12,1%**

** Chile: Crecimiento en moneda local:**+23,3%**

Cifras en millones de euros

telepizza®

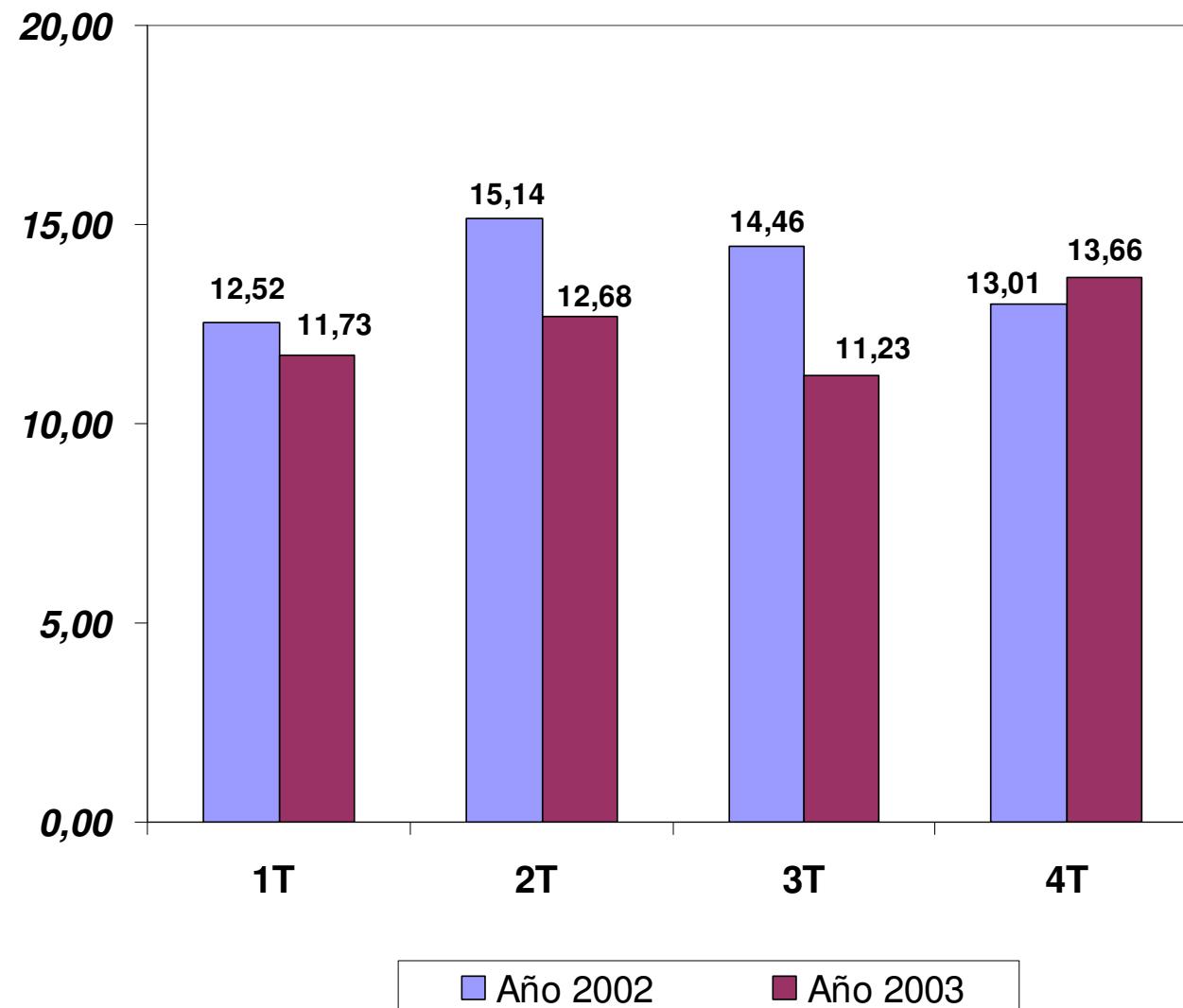
Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	2003	%	2002	%	Δ %
Ventas netas	272,97	100,0%	285,38	100,0%	-4,3%
Otros ingresos de explotación	18,05	6,6%	15,74	5,5%	14,7%
Total Ingresos de Explotación	291,02	106,6%	301,12	105,5%	-3,4%
Coste de Producto	-77,44	-28,4%	-80,55	-28,2%	-3,9%
Margen Bruto	213,58	78,2%	220,57	77,3%	-3,2%
Coste de Personal	-90,32	-33,1%	-91,85	-32,2%	-1,7%
Otros Gastos operativos	-73,96	-27,1%	-73,60	-25,8%	0,5%
BAIIA (EBITDA)	49,30	18,1%	55,12	19,3%	-10,6%

Cifras en millones de euros

telepizza®

Evolución EBITDA



Cifras en millones de euros

telepizza®

EBITDA Desglose

	2003		2002		2003 vs 2002 %
	Mill euro	% Ventas	Mill euro	% Ventas	
España	41,92	19,6%	47,13	20,9%	-11,1%
Portugal	4,52	15,8%	4,51	16,7%	0,2%
Polonia *	1,15	5,7%	0,88	4,1%	31,0%
Chile **	2,15	23,5%	1,89	21,3%	13,7%
Subtotal Internacional	7,82	13,5%	7,28	12,7%	7,4%
SUBTOTAL EBITDA	49,73	18,3%	54,41	19,2%	-8,6%
Países franquiciados					
México	0,20	N/A	1,07	N/A	-81,5%
Francia	-0,63	---	-0,36	---	-73,1%
TOTAL EBITDA	49,30	18,1%	55,12	19,3%	-10,6%

* Crecimiento Polonia moneda local: +38,6%

** Crecimiento Chile moneda local: +37,9%

Cifras en millones de euros

telepizza®

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

	2003	%	2002	%	Δ %
BAIIA (EBITDA)	49,30	18,1%	55,12	19,3%	-10,6%
Amortización	-19,02	-7,0%	-20,02	-7,0%	-5,0%
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	30,29	11,1%	35,10	12,3%	-13,7%
Resultados Financieros	-4,44	-1,6%	-5,66	-2,0%	-21,7%
Puesta en equivalencia	-0,05	0,0%	-0,26	-0,1%	-81,4%
Amortización Fondo de Comercio de Consolidación	-1,41	-0,5%	-1,49	-0,5%	-5,5%
RESULTADO ORDINARIO	24,39	8,9%	27,69	9,7%	-11,9%
Resultado Extraordinario	-56,06	-20,5%	-19,28	-6,8%	190,8%
RDO. CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	-31,67	-11,6%	8,41	2,9%	---
Impuesto sobre Beneficios	18,26	6,7%	-2,05	-0,7%	----
RESULTADO NETO CONSOLIDADO	-13,41	-4,9%	6,36	2,2%	---
Resultado atribuible a socios externos	-0,22	-0,1%	-0,96	-0,3%	-77,1%
RESULTADO ATRIBUIDO A LA SOC. DOMINANTE	-13,63	-5,0%	5,41	1,9%	---

Cifras en millones de euros

telepizza®

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

Resultado Extraordinario neto de efecto fiscal

Desinversión en México y Francia	29,7
Resto	6,2

Cifras en millones de euros

telepizza®

Situación Tiendas

	dic-03	dic-02
ESPAÑA	532	538
INTERNACIONAL	184	320
Portugal	65	56
Polonia	87	77
Chile	32	28
SUBTOTAL	184	161
México	0	129
Francia	0	30
SUBTOTAL	0	159
TOTAL	716	858

telepizza®

Situación Tiendas

Dic- 03

Dic- 02

ESPAÑA	532	538		
Propias	230	43,2%	242	45,0%
Franquicias	302	56,8%	296	55,0%

INTERNACIONAL	184	320		
Propias	132	71,7%	135	42,2%
Franquicias	52	28,3%	185	57,8%

TOTAL	716	858		
Propias	362	50,6%	377	43,9%
Franquicias	354	49,4%	481	56,1%

telepizza®

Conclusiones 2003

- Fin del proceso de saneamiento:
 - » Todas las operaciones a finales de 2003 son rentables
- Año clave en el proceso de modernización de la compañía