



TELEPIZZA®

Resultados 2001

1 Marzo 2001

ACTIVIDAD 2001

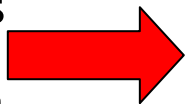


ESPAÑA



Area Operaciones: Tiendas

Puesta en marcha de nueva estructura de supervisión de tiendas propias



- » Reducción de niveles jerárquicos
 - » Mayor acercamiento a la tienda
- 
- Mejora en margen variable a nivel tienda

Puesta en marcha de nueva estructura de apoyo al franquiciado

- » Creación de la figura del consultor de franquicias
- » Asesoramiento en apertura y operativa de la tienda
- » Canalización de la comunicación del Grupo con los franquiciados

Implantación del nuevo sistema informático de gestión de tiendas (SAGA)

Marketing

-  **Estudios permanentes de mercado para detección de las tendencias de consumo**
-  **Creación de metodología de trabajo con enfoque hacia el consumidor**



Marketing

Orientación hacia la gestión de base de datos de clientes

- » Análisis de las necesidades de información para una Gestión Integral de Clientes
- » Adjudicación del proyecto a consultora externa

Actividades de marketing operativo

- » Innovación: Lanzamiento de dos variedades de pizzas
- » Segmentación del marketing promocional por tipo de consumidor

Expansión en localidades de menos de 30.000 habitantes

 **2001:**

- » 21 tiendas franquiciadas operativas
- » 20 tiendas en proceso de apertura



Restaurants





Creación de nueva marca : La Piazza

- » Propuesta de TelePizza para el consumidor fuera del hogar
- » Concepto fast food para centros comerciales

7 tiendas operando a Diciembre 2001



Plan Director Fábricas

-  Inicio de construcción de fábrica en Daganzo (Madrid)
-  Inicio de actividades productivas en 4º trimestre 2002



INTERNACIONAL



Internacional

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

Francia

- » Acuerdo de Masterfranquicia con socio local experto en el sector
- » TelePizza continua gestionando el negocio industrial

México

- » Acuerdo con Grupo Pollo Campero y creación de Joint Venture
- » Gestión de Pollo Campero desde Sept 2001
- » Tres modelos de tiendas:
 - Tiendas TelePizza
 - Tiendas Pollo Campero
 - Tiendas Combinadas TelePizza- Pollo Campero
- » 13 tiendas remodeladas a Diciembre 2001

Internacional

Reino Unido y Marruecos

- » Decisión de discontinuar la actividad, enmarcándose dentro de la estrategia de la compañía de enfocar su desarrollo en el extranjero, en países rentables y en nuevas áreas geográficas a través de alianza con socio local



Desarrollo Internacional

Alianza con Grupo Pollo Campero en CentroAmérica

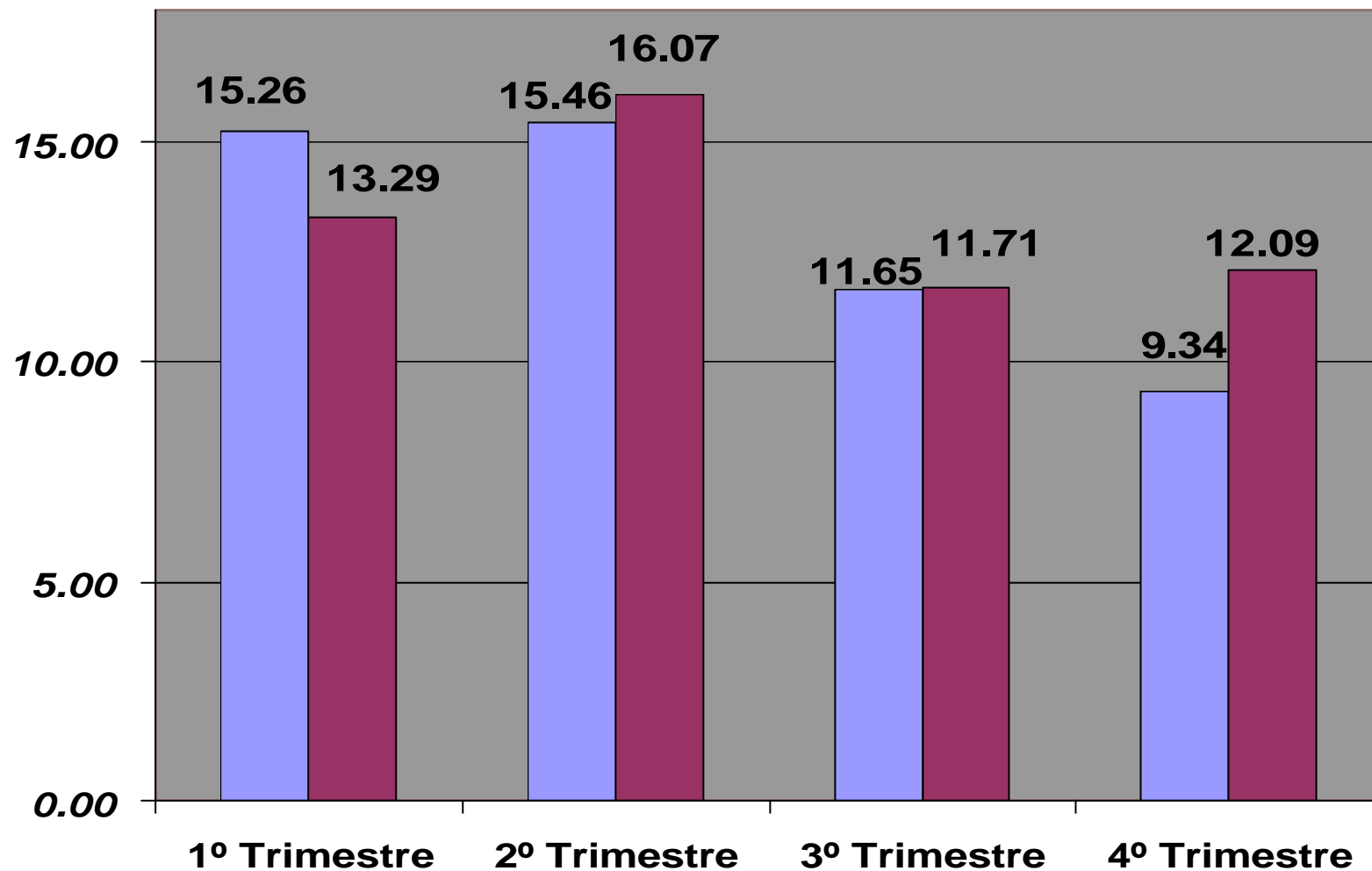
- » Una tienda modelo “Free Stander” de TelePizza (Enero 2002)
- » 4 tiendas combinadas con Pollo Campero (Enero 2002)



Resultados 2001



Evolución EBITDA



Cifras en millones de euros

■ Año 2000 ■ Año 2001



Ventas Cadena

	2000	2001	2001 vs 2000
ESPAÑA	316.28	305.95	-3.3%
INTERNACIONAL	93.09	88.01	-5.5%
Portugal	26.94	31.14	15.6%
Polonia	16.79	21.99	31.0%
Chile	9.02	9.34	3.6%
México	30.54	17.81	-41.7%
Francia	5.60	4.61	-17.7%
Reino Unido	3.67	2.65	-27.9%
Marruecos	0.53	0.47	-10.7%
TOTAL	409.37	393.96	-3.8%

Cifras en millones de euros



Ventas Cadena

	2000	2001	2001 vs 2000
ESPAÑA	316.28	305.95	-3.3%
INTERNACIONAL			
Portugal	5,401	6,242.89	15.6%
Polonia	67.16	80.23	19.5%
Chile	4,498.86	5,237.50	16.4%
México	267.05	149.28	-44.1%
Francia	36.72	30.23	-17.7%
Reino Unido	2.24	1.64	-26.8%
Marruecos	5.17	4.73	-8.5%

Cifras en millones de moneda local



Cuenta de Pérdidas y Ganancias

	2000	%	2001 *	%	2001 vs 2000
					%
Ventas	335.24	100.00%	328.22	100.00%	-2.10%
Otros ingresos de Explotación	10.12	3.02%	14.64	4.46%	44.65%
Total Ingresos Explotación	345.36	103.02%	342.85	104.46%	-0.73%
Coste de producto	-94.17	-28.09%	-92.11	-28.06%	-2.19%
Margen Bruto	251.19	74.93%	250.74	76.40%	-0.18%
Coste de Personal	-116.16	-34.65%	-109.98	-33.51%	-5.32%
Otros Gastos operativos	-83.32	-24.85%	-87.60	-26.69%	5.14%
EBITDA	51.71	15.42%	53.16	16.20%	2.81%

**Datos previos a auditoría*

Cifras en millones de euros

EBITDA Desglose

	2000		2001*		2001 vs 2000 %
	Mill euro	% Ventas	Mill euro	% Ventas	
España	50.78	20.3%	46.00	19.2%	-9.4%
Internacional	0.93	1.1%	7.16	8.0%	673.9%
Portugal	3.75	16.9%	4.66	18.5%	24.2%
Polonia	0.92	5.5%	0.42	1.9%	-54.7%
Chile	1.77	20.8%	1.89	21.2%	6.9%
México	-1.93	---	3.56	13.1%	----
Francia	-2.42	---	-2.01	---	16.8%
Reino Unido	-0.94	---	-1.20	---	-27.3%
Marruecos	-0.22	---	-0.16	---	29.6%
TOTAL	51.71	15.4%	53.16	16.2%	2.8%

*Datos previos a auditoría

Cifras en millones de euros



Cuenta de Pérdidas y Ganancias

	2000	%	2001 *	%	2001 vs 2000
EBITDA	51.71	15.74%	53.16	16.20%	2.80%
Amortizaciones	-19.96	-6.07%	-20.44	-6.23%	2.38%
RESULTADO DE EXPLOTACION	31.75	9.66%	32.73	9.97%	3.07%
RESULTADO FINANCIERO	-5.35	-1.63%	-4.68	-1.43%	-12.56%
Puesta en equivalencia	-0.30	-0.09%	-2.34	-0.71%	679.67%
Diferencia Negativa Consolidación	0.98	0.30%	0.00	0.00%	----
Amortización Fondo Comercio Consolidación	-1.48	-0.45%	-1.49	-0.45%	0.68%
RDO. ACTIVIDADES ORDINARIAS	25.60	7.79%	24.22	7.38%	-5.40%
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS	-14.18	-4.32%	-19.22	-5.86%	35.54%
RDO. ANTES DE IMPUESTOS	11.42	3.48%	5.00	1.52%	-56.23%
Impuesto sobre beneficio	-5.63	-1.71%	0.07	0.02%	-----
RDO. DESPUES DE IMPUESTOS	5.79	1.76%	5.07	1.54%	-12.45%
Resultado atribuible a socios externos	-0.75	-0.23%	0.06	0.02%	----
RDO. ATRIBUIDO A LA SOC. DOMINANTE	5.04	1.53%	5.13	1.56%	1.77%

*Datos previos a auditoría

Cifras en millones de euros

Pérdidas y Ganancias 2001

Principales Gastos Extraordinarios

	2001 *
Autocartera	6.03
Reino Unido	3.20
Francia	3.92
Marruecos	0.40
Baja de activos España	2.43

**Datos previos a auditoría*

Cifras en millones de euros

Pérdidas y Ganancias 2001

Resultados Comparables

	2000	2001*	D %
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	11.42	5	-56.2%
Efecto provisión autocartera en resultados	0	6.03	
RDOS. ANTES DE IMPUESTOS COMPARABLES	11.42	11.03	-3.4%

**Datos previos a auditoría*

Cifras en millones de euros

Tiendas

	2000	2001
ESPAÑA	532	539
Formato tradicional+Minitiendas	528	532
Telepizza restaurantes	4	7
INTERNACIONAL	316	328
PORTUGAL	46	53
POLONIA	60	70
CHILE	23	26
MEXICO	140	132
FRANCIA	31	31
REINO UNIDO	13	13
MARRUECOS	3	3
TOTAL	848	867

PROYECTOS 2002



ESPAÑA



Cambio en el modelo de negocio de delivery en España

Nueva propuesta de valor al consumidor:

- » 1er Semestre: Test de mercado
- » 2ndo Semestre: Lanzamiento

Nuevo modelo industrial:

- » Puesta en marcha de nueva fábrica
- » Racionalización logística

Sistemas de información y comunicaciones

- » Posibilitar la toma de pedidos en tienda a través de



{	TV Interactiva
	Móvil
	Internet
- » Inicio de la explotación de la base de datos

TELEPIZZA®



Cambio en el modelo de negocio de delivery en España

Operaciones:

- » Nuevo modelo de gestión en tiendas
 -  Descentralización e intensificación de la actividad comercial y de servicio al cliente a nivel tienda
 -  Reducción de la supervisión
- » Continuidad en la tendencia de consecución de porcentaje de tiendas propias versus franquicias similar al sector

Restaurantes



- ✍ **Consolidación de tiendas propias La Piazza**
- ✍ **Estrategia de desarrollo a través de franquicias**
- ✍ **Aperturas previstas 2002: 14**



INTERNACIONAL



2002: Internacional

Portugal, Polonia y Chile

- » Maximizar rentabilidad
- » Continuar con el crecimiento

Francia

- » Apoyo a Masterfranquiciado en el desarrollo del plan de negocio

México

- » 1er Semestre: Determinación de modelos definitivos según localización
- » 2ndo Semestre: Desarrollo del modelo

Plan Aperturas 2002

	2001	2002	D
ESPAÑA	539	593	54
Formato tradicional+Minitiendas	532	572	40
Telepizza restaurantes	7	21	14
INTERNACIONAL	328	344	16
PORTUGAL	53	63	10
POLONIA	70	77	7
CHILE	26	27	1
MEXICO	132	132	0
FRANCIA	31	45	14
REINO UNIDO	13	0	-13
MARRUECOS	3	0	-3
TOTAL	867	937	70