



## Resultados Financieros 1T 2021 de AmRest

**Ingresos del (7.8%) con respecto al ejercicio anterior en 380,0 millones de EUR**  
**El EBITDA creció en 16.5% alcanzando 49,6 millones de EUR con respecto al ejercicio anterior,**  
**con un margen del 13.1%**  
**La liquidez se situó en 168,8 millones de EUR**

Madrid (España), 12 de mayo de 2021, AmRest (EAT), una plataforma digital multimarca y de restauración líder en Europa, ha comunicado hoy sus resultados financieros correspondientes al primer trimestre de 2021.

### Aspectos más destacados del 1T 2021

- Ingresos consolidados de 380,0 millones de EUR frente a los 411,9 millones de EUR del ejercicio anterior.
- Índice de ventas en los mismos establecimientos comparables<sup>1</sup> ascendieron a 91.9% en el 1T 2021 desde 78.8% del final del último trimestre.
- El porcentaje de restaurantes abiertos a finales de marzo era de 95% frente al 92% a finales de diciembre.
- 21 nuevos restaurantes abrieron durante el trimestre y 14 de ellos fueron restaurantes propios.
- El EBITDA creció un 16.5% alcanzando 49,6 millones de EUR comparado con 42,6 millones de EUR del ejercicio anterior.
- El margen EBITDA fue de 13,1% en el 1T 2021 comparado con el 10.3% del ejercicio anterior.
- La pérdida neta atribuible a los accionistas de AmRest alcanzó los 19,9 millones de EUR y mejoraron en 21,7 millones de EUR al compararlos con el ejercicio anterior.
- La liquidez se situó en 168,8 millones de EUR superior a los 144,7 millones de EUR del 1T 2020.

El EBITDA consolidado ascendió a 49,6 millones de EUR en el periodo del informe, lo que representa un incremento del 16,5 % durante el ejercicio, y que el margen subió 2,8 pp hasta el 13,1 %. El margen EBITDA intertrimestral también mejoró en 1,3 pp. Los principales motivos que permitieron generar una sólida mejora del margen son el lanzamiento de diferentes promociones especialmente en el canal de entrega a domicilio, junto con las iniciativas de optimización de costes, la mejora adicional del margen de alimentos, ahorros en las principales categorías de costes, las negociaciones y las bonificaciones de alquileres, así como los programas de ayuda gubernamental.

El negocio en China empezó a verse afectado por el brote de COVID-19 durante el mes de enero del año pasado y el efecto de esa crisis comenzó más adelante, a finales de marzo, en los mercados europeos en los que operamos

Desde una perspectiva intertrimestral, los ingresos disminuyeron un 4,4 % en comparación con el T4 de 2020. A finales de diciembre de ese año, se impusieron restricciones más estrictas en la mayoría de nuestros mercados que se mantuvieron a lo largo del primer trimestre. La pérdida en la cifra de

---

<sup>1</sup> Adjusted for temporary closures and F/X



negocios por el cierre o aforo restringido del interior de los establecimientos se compensó parcialmente por las ventas realizadas a través de los canales de entrega a domicilio y de recogida en el restaurante, así como la correcta ejecución de las operaciones soportada por la estrategia digital. El número de restaurantes operativos a finales de marzo alcanzó el 95 % en comparación con el 92 % a finales de diciembre.

La ejecución de la estrategia *online* y de entregas a domicilio en los últimos años ha permitido a AmRest desarrollar considerablemente estos canales de ventas. En el 1T 2021, los ingresos a través de entregas a domicilio, servicio en *drive through* y pedidos para llevar representaron el 84 % de las ventas totales, en comparación con el 51 % en el 1T 2020.

En Europa Central y del Este (CEE), las ventas alcanzaron los 163,8 millones de EUR en el T1 de 2021 y fueron un 10,0 % inferiores en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior, y las ventas intertrimestrales cayeron un 4,6 %. El canal de ventas de dentro de los establecimientos se ha visto afectado y los servicios de recogida y entrega a domicilio han absorbido aproximadamente la mitad del volumen nominal perdido por el servicio de comedor. A finales de marzo, el 96 % de los restaurantes estaban operativos en el segmento, en comparación con el 98 % a finales de diciembre de 2020.

En el segmento Europa Occidental, los ingresos alcanzaron los 150,8 millones de EUR en el T1 de 2021 y fueron un 8,6 % inferiores en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior. Las ventas intertrimestrales disminuyeron un 4,7 %. Una de las mayores recuperaciones por mercados se consiguió en Francia y a finales de marzo el 93 % de los restaurantes estaban operativos en el segmento, en comparación con el 91 % a finales de diciembre de 2020.

Los ingresos de la división rusa ascendieron a 37,7 millones de EUR en el T1 de 2021, lo que representa una disminución del 23,1 % con respecto al ejercicio anterior. En comparación con el trimestre anterior, las ventas se redujeron un 1,5 %. La recuperación más rápida del negocio base, más la mayor proporción de restaurantes reabiertos en el segmento (del 88 % a finales de diciembre al 100 % a finales de marzo), junto con las capacidades de los canales de entrega a domicilio, recogidas en los restaurantes y servicio en ventanilla del automóvil, han contribuido a la recuperación de la cifra de negocios.

China registró una mejora en las ventas con respecto al ejercicio anterior en el periodo del informe del 116,4 % hasta los 21,3 millones de EUR y una caída en las ventas intertrimestrales del segmento que fueron de un 5,8 %. A finales de marzo, el porcentaje de restaurantes operativos seguía siendo el mismo que a finales de diciembre: el 99 %.

En términos de rentabilidad, los márgenes en Rusia y China registraron una fuerte recuperación, mientras que en Europa Central y del Este y Occidental han estado bajo presión.

Europa Central y del Este registró un EBITDA de 1,7 % inferior al del ejercicio anterior, mientras que el margen aumentó 1,4 pp hasta el 17,2 %. En comparación con el trimestre anterior, el EBITDA del segmento se incrementó 2,3 pp.

El EBITDA generado por la división de Europa Occidental registró una disminución del 3,9 % con respecto al ejercicio anterior. El margen EBITDA alcanzó el 7,0 %, 0,3 pp más con respecto al ejercicio anterior. El EBITDA intertrimestral aumentó considerablemente 2,1 millones de EUR. Inversiones en la



digitalización junto con las iniciativas de optimización de costes de los suministros y mantenimiento, contribuyeron a lograr una sólida mejora.

El EBITDA de la división rusa en el T1 de 2021 ascendió un 2,2 % superior al del ejercicio anterior. El margen alcanzó el 20,3 % y mejoró 5,0 pp en comparación con el T1 de 2020. El EBITDA intertrimestral disminuyó un 0,3 pp.

China comunicó un EBITDA de 5,6 millones de EUR, que se tradujo en un crecimiento de 5,8 millones de EUR con respecto al ejercicio anterior, y el margen EBITDA creció 28,7 pp hasta el 26,3%.

La pérdida neta reportada atribuible a accionistas de AmRest en el T1 de 2021 alcanzó los 19,9 millones de EUR y mejoraron en 21,7 millones de EUR al compararlos con el ejercicio anterior. La situación de caja del Grupo al final del trimestre alcanzó los 168,8 millones de EUR, en comparación con los 144,7 millones de EUR del ejercicio anterior.

\*\*\*\*

#### **Información adicional**

Los resultados del primer trimestre de 2021 pueden encontrarse en [www.amrest.eu](http://www.amrest.eu)

La teleconferencia con los inversores se celebrará el 13 de mayo a las 16:00 CET.

Para cualquier consulta, póngase en contacto con: [investors.relations@amrest.eu](mailto:investors.relations@amrest.eu)