



Resultados Financieros S1/T2 2020 de AmRest

Ingresos del (26,3 %) con respecto al ejercicio anterior hasta 684,0 mill. EUR en el S1 2020

EBITDA del (61,0 %) hasta 64,6 mill. EUR en el S1 2020

Sólida recuperación de las ventas de un mes a otro, desde el (66,9 %) en abril hasta el (24,4 %) en junio con respecto al ejercicio anterior

Madrid (España), 24 de septiembre de 2020, AmRest (EAT), una plataforma digital multimarca y de restauración líder en Europa, ha comunicado hoy sus resultados financieros correspondientes al primer semestre de 2020.

Aspectos más destacados del S1 2020:

- Disminución del 26,3 % en los ingresos consolidados durante el ejercicio hasta los 684,0 mill. EUR.
- EBITDA en 64,6 mill. EUR (NIIF 16), un 61 % inferior al ejercicio anterior.
- Pérdida neta de 160,7 mill. EUR (NIIF 16)¹.
- Alrededor del 93 % de los restaurantes operativos a finales de junio de 2020.
- La situación de caja ha mejorado desde finales del ejercicio 2019 en 101,5 mill. EUR hasta alcanzar los 217,7 mill. EUR.

Aspectos más destacados del T2 2020:

- Disminución del 43,6 % en los ingresos consolidados durante el ejercicio hasta los 272,1 mill. EUR.
- Variación en las ventas durante el ejercicio en abril, mayo y junio en el (66,9 %), (40,7 %) y (24,4 %), respectivamente.
- Índice de ventas en los mismos establecimientos en el 48,8 %, 68,7 % y 78,8 % en abril, mayo y junio, respectivamente.
- EBITDA en 22,0 mill. EUR (NIIF 16) en comparación con los 89,0 mill. EUR del ejercicio anterior.
- Pérdida neta de 119,1 mill. EUR (NIIF 16)², impulsada también por unos deterioros de valor de 73,1 mill. EUR.
- Dispensa bancaria recibida para el T2 2020.

Comentario sobre los resultados del primer semestre de 2020. Mark Chandler, Consejero Delegado, ha declarado:

«El segundo trimestre fue un periodo de recuperación para nosotros, pues la reapertura de la mayoría de los establecimientos y el regreso de los clientes impulsó las ventas en los mismos establecimientos, que han vuelto a niveles más sólidos. La mejoría ha sido generalizada en todos los mercados y marcas, aunque a velocidades distintas, y dura hasta este momento en septiembre. En

¹ Atribuible a los accionistas de AmRest.

² Atribuible a los accionistas de AmRest.

términos generales, gracias a nuestro enfoque y solidez en el Personal, las Marcas y la Escala, nos estamos recuperando más rápido que muchos otros a nuestro alrededor, e incluso a un ritmo mayor del que habíamos previsto anteriormente a nivel interno. Nuestro negocio en China, que mientras tanto genera ventas en los mismos establecimientos muy por encima de las del ejercicio anterior en julio, agosto y septiembre, es una referencia de crecimiento alentadora en un mercado en el que se ha controlado la COVID y se ha recuperado la confianza de los clientes. Al mismo tiempo, nuestros esfuerzos por mejorar la liquidez del balance dieron lugar a un considerable incremento en nuestra situación de caja, que nos sitúa en una posición mucho mejor y más cómoda que a finales del primer trimestre».

Los ingresos consolidados en el periodo del informe cayeron un 26,3 % durante el ejercicio hasta los 684,0 mill. EUR, como resultado de la actividad significativamente reducida de los restaurantes y las estrictas limitaciones sociales para afrontar la propagación del coronavirus. En la segunda quincena de marzo se aplicaron la mayoría de los cierres obligatorios de áreas de restauración y centros comerciales en Europa, que duraron en su mayor parte hasta la segunda quincena de mayo en Europa Central y del Este, y hasta principios de junio en Europa Occidental, mientras que Rusia mantuvo la mayoría de las restricciones hasta junio. Por tanto, el mayor impacto en los resultados fue evidente en marzo, abril y mayo. Nuestro segmento de China estuvo casi totalmente operativo durante todo el T2, con un periodo de confinamiento en Pekín de alrededor de una semana en junio, y registró un prometedor repunte en las ventas de un mes a otro.

El Grupo comunicó un EBITDA de 64,6 mill. EUR, un 61,0 % inferior al del ejercicio anterior. Se produjo una importante caída en las ventas, especialmente en el canal de comidas dentro del establecimiento, en combinación con el apalancamiento operativo, y junto con una mayor proporción de ventas de entregas a domicilio no incrementales y, por tanto, más costosas. Como resultado, en el T2 2020 el EBITDA alcanzó los 22,0 mill. EUR y fue un 75,2 % inferior con respecto al ejercicio anterior.

Los ingresos en Europa Central y del Este en el S1 2020 alcanzaron los 315,4 mill. EUR, lo que se traduce en una disminución del 18,9 % durante el ejercicio. En el T2 2020, el segmento de ventas cayó un 34,3 % durante el ejercicio hasta los 133,6 mill. EUR. De un mes a otro, desde abril hasta junio, las ventas del segmento disminuyeron un 58,1 %, 31,5 % y 15,0 % con respecto al ejercicio anterior, respectivamente. Al mismo tiempo, el número de restaurantes abiertos y operativos a finales de mes, aunque todavía con comedores limitados durante la mayor parte del trimestre, fue del 58 %, 96 % y 99 %, respectivamente. En el T1 2020, las ventas del segmento cayeron un 2,1 %.

Nuestro negocio ruso observó una caída del 25,5 % en la cifra de negocios en el S12020 con respecto al ejercicio anterior hasta los 95,9 mill. EUR. En el T2 2020, las ventas fueron un 57,1 % inferiores a las del ejercicio anterior y alcanzaron los 22,3 mill. EUR. De un mes a otro, desde abril hasta junio, las ventas del segmento disminuyeron un 65,9%, 59,5% y 47,0% con respecto al ejercicio anterior, respectivamente. Al mismo tiempo, el porcentaje de restaurantes abiertos y operativos, aunque todavía con comedores limitados durante la mayor parte del trimestre, fue del 64 %, 66 % y 77 %, respectivamente. En el 1T 2020, las ventas del segmento crecieron un 11,8 %.

Las ventas en Europa Occidental alcanzaron los 257,3 mill. EUR en el periodo del informe, lo que representa una caída del 33,4 % con respecto al ejercicio anterior. En el T2 2020, las ventas cayeron un 52,8 % hasta los 92,4 mill. EUR. De un mes a otro, los ingresos del segmento se redujeron un 79,1 % en abril, un 49,3 % en mayo y un 29,6 % en junio con respecto al ejercicio anterior. Al mismo



tiempo, el porcentaje de restaurantes abiertos y operativos a finales de mes, aunque todavía con comedores limitados durante la mayor parte del trimestre, fue del 50 %, 71 % y 91 %, respectivamente. En el T1 2020, las ventas del segmento disminuyeron un 13,5 %.

Nuestro negocio en China registró una caída en las ventas del 33,9 % con respecto al ejercicio anterior, y llegó a los 29,1 mill. EUR en el S1 2020. No obstante, las ventas del segmento han empezado a recuperarse en el segundo trimestre, ya que los ingresos en el T2 2020 disminuyeron un 21,0 % con respecto al ejercicio anterior hasta los 19,2 mill. EUR, en comparación con la caída del 49,8 % en el T1 2020. De un mes a otro, los ingresos del segmento se redujeron un 36,8 % en abril, un 9,0 % en mayo y un 18,5 % en junio (afectados por un confinamiento de alrededor de una semana) con respecto al ejercicio anterior. Al mismo tiempo, el porcentaje de restaurantes abiertos y operativos a finales de mes fue del 97 %, 99 % y 100 %.

En términos de rentabilidad, los márgenes en cada segmento se vieron afectados principalmente por el efecto negativo del apalancamiento operativo, debido al cierre del canal de comidas dentro de los establecimientos y el aumento de las ventas no incrementales de las entregas a domicilio. El margen EBITDA del segmento Europa Central y del Este se situó en el 16,8 % en el S1 2020 frente al 21,5 % del ejercicio anterior, y en el 18,1 % en el T2 2020 en comparación con el 22,5 % del T1 2019. El margen EBITDA del segmento Rusia alcanzó el 13,5 % en el S1 2020 frente al 20,3 % del ejercicio anterior, y el 9,5 % en el T2 2020 a diferencia del 21,7 % del ejercicio anterior. Europa Occidental registró un margen EBITDA del 2,4 % en el S1 2020 y del (5,4 %) en el T2 2020, en comparación con el 15,5 % y 15,6 % en 2019, respectivamente. China reconoció un margen EBITDA del 19,0 % en el S1 2020 y del 30,0 % en el T2 2020, frente al 27,8 % y 30,9 % en el ejercicio anterior, respectivamente.

La pérdida neta atribuible a los accionistas de AmRest en el periodo del informe alcanzó los 160,7 mill. EUR, en comparación con el resultado neto de 10,4 mill. EUR en el S1 2019. En el T2 2020, la pérdida neta ascendió a 119,1 mill. EUR frente al beneficio de 6,7 mill. EUR en el ejercicio anterior. Además, la pérdida neta se vio afectada por los costes de deterioros en el T2.

Mark Chandler, consejero delegado, ha añadido: «En este momento, sentimos la enorme solidez de nuestra plataforma al hacer frente a los actuales desafíos y nuestra capacidad de sacar partido de las evidentes fuerzas desestabilizadoras. Estoy seguro de que saldremos de esta crisis en mejores condiciones, que nos permitirán aumentar la cuota de mercado y volver a acelerar el crecimiento tan pronto como regrese la visibilidad. Todo AmRest está comprometido, emocionado y muy concentrado en llevar a cabo ese plan».

Información adicional

Los resultados del primer semestre de 2020 pueden encontrarse en www.amrest.eu

La teleconferencia con los inversores se celebrará el 25 de septiembre a las 16:30 CET. Para cualquier consulta, contacte con:

InvestorRelations@amrest.eu