

Resultados financieros de AmRest del T3 de 2025

Las ventas alcanzaron un récord histórico de 660,5 millones de euros en el tercer trimestre.
La generación de EBITDA ascendió a 111,2 millones de euros, lo que representa un margen del 16,8%.
Al cierre del trimestre, AmRest operaba 2.110 restaurantes tras la apertura de 16 unidades.

Madrid, España, 13 de noviembre de 2025, AmRest (EAT), operador de restauración multimarca líder en Europa, ha comunicado hoy sus resultados financieros correspondientes al tercer trimestre de 2025.

Los ingresos del Grupo alcanzaron los 660,5 millones de euros durante el tercer trimestre del año, lo que representa un crecimiento del 3,5% en comparación con el mismo período de 2024, excluyendo los ingresos generados por negocios desconsolidados durante el ejercicio. El índice de ventas en tiendas comparables (SSS) cerró el trimestre en 99,8.

El desempeño comercial comparativo estuvo influido por varios factores no recurrentes. Tal y como se comunicó previamente, al cierre del primer trimestre AmRest completó la venta del 51% de las acciones que AmRest Sp. z o.o. mantenía en SCM Sp. z o.o. ("SCM"). Tras esta operación, el Grupo AmRest dejó de ejercer control sobre SCM a partir del 31 de marzo de 2025, reflejándose este cambio en los estados financieros. Adicionalmente, el tercer trimestre de 2024 incluyó un ingreso extraordinario de 9,3 millones de euros procedente de devoluciones cobradas, lo que tuvo un impacto positivo puntual en la rentabilidad.

No obstante, el crecimiento de las ventas en el tercer trimestre se vio moderado por un entorno macroeconómico desafiante, marcado por una débil confianza del consumidor y una renta disponible limitada debido a las persistentes presiones sobre el coste de vida, lo que redujo el gasto discrecional en el sector de restauración, especialmente visible en la última parte del verano. Estos factores cíclicos son percibidos por AmRest como oportunidades estratégicas para consolidar y fortalecer la fidelidad a largo plazo hacia sus marcas. La compañía mantiene el foco en satisfacer las expectativas de los clientes, incorporando opciones de menú adaptadas que combinan precios atractivos con sabores distintivos, junto con estrategias de precios y ofertas combinadas diseñadas para maximizar el valor para el consumidor. Asimismo, se aprovechan las plataformas digitales para ofrecer promociones personalizadas y garantizar comodidad. Las eficiencias operativas y la optimización de la cadena de suministro respaldan estas iniciativas.

En cuanto a las principales tendencias de consumo, los canales digitales continúan ganando relevancia, representando más del 60% del total de pedidos (excluyendo las marcas del segmento de *casual dining*), impulsados por la mayor densidad de quioscos digitales en los restaurantes de AmRest. En lo que respecta a los canales de consumo, las ventas por *delivery* se mantuvieron estables frente a trimestres anteriores, con una participación aproximada del 18% sobre las ventas totales.

En el acumulado, las ventas de los tres trimestres de 2025 ascendieron a 1.922,5 millones de euros, lo que refleja un aumento del 1,7% respecto al mismo período de 2024, o un crecimiento del 3,7% excluyendo el efecto SCM.

La rentabilidad ordinaria del negocio del Grupo, medida por el margen EBITDA, se situó en el 16,8%, tras generar 111,2 millones de euros. Esto representa una disminución del -11,2% respecto a la cifra alcanzada en el tercer trimestre de 2024, que incluía 9,3 millones de euros procedentes de devoluciones cobradas durante el período. Además, el aumento de las presiones de coste en determinadas materias primas, como la carne de vacuno y el pollo, contribuyó a la contracción del margen.

En términos de beneficio operativo del Grupo (EBIT), este alcanzó los 42,3 millones de euros, lo que representa un margen del 6,4%. Esto supone una disminución de 2,7 puntos porcentuales (p.p.) respecto al tercer trimestre de 2024.

En el acumulado, el EBITDA ascendió a 300,7 millones de euros, lo que corresponde a un margen del 15,6%. El beneficio operativo acumulado alcanzó los 89,7 millones de euros, con un margen del 4,7%, lo que refleja un aumento de 0,3 puntos porcentuales en comparación con el mismo período de 2024.

El beneficio neto atribuible a los accionistas de la sociedad dominante ascendió a 15,2 millones de euros durante el trimestre, frente a los 26,3 millones registrados en el mismo periodo de 2024. El beneficio total del trimestre se situó en 15,8 millones de euros.

En el acumulado, el Grupo registró un beneficio de 14,9 millones de euros en los tres primeros trimestres del año, por encima de los 3,0 millones de euros generados en el mismo periodo de 2024.

La ratio de apalancamiento del Grupo cerró el trimestre en 2,1x, prácticamente en el mismo nivel que el trimestre anterior. Esta ratio se mantiene en el extremo inferior del rango objetivo interno del Grupo, que el equipo gestor considera prudente para respaldar futuras inversiones orientadas a acelerar tanto el crecimiento orgánico como el inorgánico.

El número de restaurantes gestionados por AmRest al cierre del tercer trimestre del año ascendió a 2.110 unidades, tras la apertura de 16 nuevos restaurantes y el cierre de 9. En términos acumulados, las aperturas durante los primeros nueve meses del año sumaron 52 unidades y los cierres 41, de los cuales 13 eran franquiciados.

Áreas de negocio

Europa del Este y Central (EEC)

Durante el tercer trimestre, la región registró ventas por 421,4 millones de euros, lo que representa un incremento interanual del 7,8% y representa el 63,8% de los ingresos totales del Grupo. Por país, Hungría presentó un crecimiento de dos dígitos del 10,3%, mientras que Polonia también mostró un sólido desempeño con un aumento del 8,7% en los ingresos.

El EBITDA alcanzó los 86,1 millones de euros en el trimestre, correspondiente a un margen del 20,4%. Esta cifra refleja una disminución del 8,7% en comparación con el mismo periodo del año anterior; no obstante, la comparación incluye 9,3 millones de euros procedentes de devoluciones cobradas. Excluyendo este efecto no recurrente, el crecimiento del EBITDA se situó en el 1,3%.

La cartera de restaurantes en la región comprendía 1.255 unidades al cierre del trimestre, tras la apertura de 8 restaurantes y el cierre de 2. En términos acumulados, las aperturas en lo que va de año suman 35 unidades, con 8 cierres.

Europa Occidental (EO)

Las ventas en la región durante el tercer trimestre totalizaron 219,2 millones de euros, lo que refleja una disminución del 2,7% en comparación con el mismo periodo de 2024. El desempeño varió significativamente entre mercados: Alemania registró un sólido crecimiento del 6,0%, España mantuvo el nivel del año anterior, mientras que Francia continuó enfrentando desafíos, con una caída del 13,8% debido a la débil confianza del consumidor.

Las ventas acumuladas en lo que va de año ascendieron a 648,3 millones de euros, un 3,0% menos interanual, mientras que el EBITDA acumulado se situó en 95,3 millones de euros, con un margen del 14,7%, manteniéndose prácticamente estable frente a 2024.

La cartera de restaurantes cerró el periodo con 770 unidades, tras la apertura de 4 restaurantes y el cierre de 6 durante el trimestre. En términos acumulados, se abrieron 10 restaurantes y se cerraron 24 unidades en los primeros nueve meses del año.

China

Las ventas en la región totalizaron 19,9 millones de euros en el trimestre, lo que representa una disminución del 10,3% en términos nominales. En base a tipo de cambio constante, la caída se limitó al 4,8%. Este desempeño refleja el impacto de un entorno macroeconómico desafiante y una desaceleración global del gasto del consumidor, que afectaron la generación de negocio. Para mitigar estos vientos en contra, la



compañía está acelerando iniciativas centradas en la innovación del menú orientada al valor, el fortalecimiento del compromiso digital y la optimización de la eficiencia operativa. Estas medidas buscan proteger los márgenes y reforzar la relevancia de la marca en un entorno más sensible al precio.

El EBITDA del trimestre ascendió a 3,5 millones de euros, lo que corresponde a un margen del 17,4%.

Al cierre del trimestre, la cartera de Blue Frog comprendía 85 restaurantes, tras la apertura de 4 nuevas unidades y el cierre de 1. En lo que va de año, se han abierto 7 restaurantes y cerrado 9.



Acercas del grupo AmRest

AmRest Group es el operador europeo líder de restaurantes multimarca con una cartera de marcas de primer nivel en 22 países. AmRest opera más de 2.100 restaurantes bajo marcas franquiciadas como KFC, Starbucks, Pizza Hut y Burger King, así como marcas propias como La Tagliatella, Sushi Shop, Blue Frog y Bacoa. Más información está disponible en la página web: www.amrest.eu/es.

Más información

Los resultados del tercer trimestre de 2025 se pueden encontrar en www.amrest.eu

La teleconferencia con inversores se celebrará el 14 de noviembre a las 14:00 CET.
Para consultas, póngase en contacto con: investors.relations@amrest.eu