



Resultados Financieros 3T 2019 de AmRest

Ingresos 3T 2019 +28,7% con respecto al periodo anterior hasta 504,8 millones de EUR, EBITDA +27,6% hasta 63,4 millones de EUR (sin impacto del NIIF 16)

Madrid (España), 8 de noviembre de 2019, AmRest (EAT), una plataforma digital multimarca y de restauración líder en Europa, ha comunicado hoy sus resultados financieros correspondientes al tercer trimestre de 2019.

Aspectos más destacados:

- 47 establecimientos abiertos, lo que aumenta el número de restaurantes hasta los 2.211 (a 30 de septiembre de 2019)
- Incremento del 28,7% en los ingresos consolidados, alcanzando los 504,8 millones de EUR en el 3T 2019
- EBITDA en 63,4 millones de EUR (sin el impacto de la NIIF 16), 100,6 millones de EUR (con el impacto de la NIIF 16)
- Margen de EBITDA en el 12,5% (sin el impacto de la NIIF 16), 19,9% (con el impacto de la NIIF 16)
- Resultado del periodo en 23,1 millones de EUR (sin el impacto de la NIIF 16), 16,8 millones de EUR (con el impacto de la NIIF 16)¹

Comentario sobre el tercer trimestre de 2019. Peter Kaineder, Director de Estrategia, ha declarado:

«Estamos muy satisfechos con los resultados del tercer trimestre y el excelente trabajo realizado por nuestros 50.000 empleados en lo que va de año. Además, al observar el comercio actual, confiamos en los resultados del cuarto trimestre y en conseguir el crecimiento del periodo completo y la orientación de margen comunicadas al mercado con anterioridad.

En general, las ventas en los mismos establecimientos crecen a un sólido ritmo medio de un solo dígito, lo que se traduce en un respetable incremento con respecto a nuestro ritmo de crecimiento observado el periodo pasado, debido principalmente a las marcas de franquicia, sobre todo en Europa del Este. China, en la escala de ganancias, obtuvo unos resultados muy positivos tanto de margen como de ventas en los mismos establecimientos, y ha mostrado claramente que hemos establecido una marca y un equipo bien posicionado para tener éxito.

Otra área en la que estamos logrando progresos considerables y de la que estamos muy orgullosos es el lanzamiento de los canales de ventas digitales en las diferentes marcas. El periodo pasado lanzamos alrededor de 300 quioscos, otros 540 en los primeros nueve meses de este periodo y nuestro objetivo es añadir 400 más hasta finales del mismo. Con respecto a nuestra marca más grande, KFC, el porcentaje de ventas a través de los diferentes canales digitales representa actualmente el 27 %, que a principios del periodo pasado era menos del 5 %.

¹ Atribuible a los accionistas de AmRest.



En general, estamos bien posicionados para beneficiarnos de nuestra cartera de marcas líderes, la magnitud del negocio y el gran equipo de personas que tenemos en nuestros cuatro pilares estratégicos, en nuestro camino para convertirnos en el operador de restauración líder de Europa.

Los ingresos consolidados del 3T 2019 tuvieron un crecimiento anual del 28,7 % hasta alcanzar los 504,8 millones de EUR, gracias principalmente al sólido crecimiento homogéneo medio de un solo dígito del negocio total, los 456 establecimientos añadidos durante los últimos doce meses, así como la consolidación de Sushi Shop y otras adquisiciones. Excluyendo las fusiones y adquisiciones del periodo anterior, los ingresos aumentaron en el 3T 2019 un 16,9 % con respecto al periodo anterior hasta los 456,3 millones de EUR.

Los ingresos en Europa Central y del Este alcanzaron los 218,2 millones de EUR en el 3T 2019, lo que implica un crecimiento anual del 17,1 %, impulsado sobre todo por el sólido crecimiento homogéneo en todos nuestros mercados principales, donde Polonia, la República Checa y Hungría destacan por tener los mejores resultados. El segmento de Rusia comunicó un crecimiento superior del 28,8 % en el 3T 2019 con respecto al periodo anterior hasta los 55 millones de EUR, gracias a sus fuertes ventas comparables, el cambio de divisas positivo, y el sólido lanzamiento y desempeño de las nuevas aperturas. Las ventas en Europa Occidental alcanzaron los 199,7 millones de EUR en el periodo declarado, lo que representa un crecimiento del 42,6 % con respecto al periodo anterior, gracias a la consolidación de las fusiones y adquisiciones y al crecimiento orgánico. El segmento de China registró en el 3T 2019 un crecimiento en las ventas del 21,6 % con respecto al periodo anterior, llegando a los 23,6 millones de EUR como resultado de las sólidas ventas comparables, el lanzamiento de restaurantes y el cambio de divisas.

La rentabilidad durante el tercer trimestre se vio impulsada principalmente por el sólido desempeño de nuestra actividad principal, a pesar de la continua presión sobre los costes laborales, así como la consolidación de Sushi Shop y los trabajos de integración vinculados a nuestros acuerdos de fusiones y adquisiciones más recientes. El segmento de Europa Central y del Este mejoró el margen EBITDA comparable 0,1 puntos porcentuales hasta los 36,4 millones de EUR, a pesar de la devolución de IVA de 1,9 millones de EUR del periodo anterior en Polonia. Rusia registró una mejora interanual de 0,3 puntos porcentuales en el margen EBITDA sin el impacto de las NIIF, alcanzando el 12,7 %, debido a las sólidas ventas y la optimización de costes. Europa Occidental registró un incremento de 0,3 puntos porcentuales en el margen EBITDA comparable hasta el 10,6 %, debido al impacto positivo de Sushi Shop, adquisición de KFC Francia, las medidas de reestructuración en otros negocios adquiridos, compensadas por las recientes subidas salariales. China logró el mayor crecimiento en la rentabilidad, ya que el margen EBITDA comparable aumentó 5,7 puntos porcentuales con respecto al periodo anterior hasta el 13,7 %, debido al apalancamiento de las ventas, el control de costes, y el sólido desempeño y lanzamiento de los nuevos restaurantes.

A nivel consolidado, el Grupo comunicó un EBITDA en el 3T 2019 de 100,6 millones de EUR conforme a la NIIF 16, que se traduce en un margen EBITDA del 19,9 %. Con el ajuste para los efectos de la NIIF 16, el EBITDA comparable alcanzó los 63,4 millones de EUR, lo que supone un incremento del 27,6 % con respecto al mismo periodo anterior, con un margen en el 12,5 % (0,2 puntos porcentuales menos que en el periodo anterior). El margen EBITDA principal sin el impacto de la NIIF 16 (sin la adquisición de los últimos 12 meses) fue 0,1 puntos porcentuales superior y alcanzó el 12,8 % en el periodo declarado.



El beneficio neto atribuible a los accionistas de AmRest en el tercer trimestre de este periodo alcanzó los 16,8 millones de EUR. Excluyendo el efecto de la NIIF 16, el beneficio neto ascendió a 23,1 millones de EUR y dio lugar a un margen comparable del 4,6 %, el mismo que en el periodo anterior.

Información adicional

Los resultados completos del 3T 2019 pueden encontrarse en www.amrest.eu

La teleconferencia con los inversores se celebrará el 8 de noviembre de 2019 a las 13:30 CET. Para asistir a la conferencia y para cualquier otra consulta, contacte con:

Dorota Surowiec
Responsable de Relaciones con Inversores
+48 71 386 1235
dorota.surowiec@amrest.eu