



Resultados Financieros EE 2019 de AmRest

Ingresos EE 2019 +26,8 % con respecto al ejercicio anterior hasta 1.961,5 millones de EUR
EBITDA +43,1 % hasta 247,8 millones de EUR (sin efecto NIIF 16)

Madrid (España), el 28 de febrero de 2020, AmRest (EAT), una plataforma digital multimarca y de restauración líder en Europa, comunicó sus resultados financieros correspondientes al ejercicio completo 2019.

Aspectos más destacados del EE:

- 264 establecimientos abiertos, lo que aumenta el número de restaurantes a 2.339 (a 31 de diciembre de 2019)
- Incremento del 26,8 % en los ingresos consolidados con respecto al ejercicio anterior, con lo que se han alcanzado los 1.961,5 millones de EUR en 2019
- EBITDA en 247,8 millones de EUR (sin el efecto de la NIIF 16), 394,4 millones de EUR (con el impacto de la NIIF 16)
- Margen de EBITDA en el 12,6 % (sin el efecto de la NIIF 16), 20,1 % (con el efecto de la NIIF 16)
- Resultado del periodo en 80,5 millones de EUR (sin el efecto de la NIIF 16), 65,1 millones de EUR (con el efecto de la NIIF 16)¹

Aspectos más destacados del 4T 2019:

- 128 establecimientos abiertos en el 4T 2019, de los 264 en 2019
- Incremento del 19,4 % en los ingresos consolidados con respecto al periodo anterior, de modo que se alcanzaron los 529,0 millones de EUR en el 4T 2019
- EBITDA en 89,0 millones de EUR (sin el efecto de la NIIF 16), 128,0 millones de EUR (con el impacto de la NIIF 16)
- Margen de EBITDA en el 17,0 % (sin el efecto de la NIIF 16), 24,2 % (con el efecto de la NIIF 16)
- Resultado del periodo en 38,5 millones de EUR (sin el efecto de la NIIF 16), 38,0 millones de EUR (con el efecto de la NIIF 16)²
- Beneficio de la operación de PizzaPortal de 36,9 millones de EUR, netos de costes de transacción

Comentario sobre los resultados del ejercicio completo 2019. Peter Kaineder, Director de Estrategia, ha declarado:

«Estamos satisfechos con el desempeño del ejercicio pasado y orgullosos del excelente trabajo realizado por el equipo, el cual, una vez más, ha demostrado que nuestra combinación única de personas comprometidas, marcas líderes y nuestra dimensión es una fórmula demostrada que funciona bien, incluso en un cambiante y, en ocasiones, difícil entorno de mercado.

Nuestra división de restauración y su contribución a la calidad del producto, la sostenibilidad y la rentabilidad ha sido, y seguirá siendo, un importante factor de nuestro éxito y uno de los cuatro

¹ Atribuible a los accionistas de AmRest.

² Atribuible a los accionistas de AmRest.



pilares estratégicos de nuestro negocio. Gracias a nuestra creciente dimensión y la sólida cartera de marcas, proveedores y clientes, este equipo constituye una ventaja comparativa muy difícil de imitar, cuyo apoyo compensa la presión salarial evidente en algunos de nuestros mercados.

Las iniciativas digitales, como el lanzamiento continuo de sistemas de autopedido (que nosotros denominamos quioscos), en nuestra red han resultado beneficiosas en términos de cuentas de clientes promedio, que observamos que son notablemente superiores que a través de los pedidos tradicionales, así como la planificación del trabajo. Por consiguiente, seguiremos lanzando y ofreciendo quioscos en otros establecimientos. Otra área de gran progreso son las entregas digitales, donde estamos trabajando en mejorar nuestras propias capacidades, así como en desarrollar colaboraciones beneficiosas con los agregadores. Nuestra inversión en Glovo, una de las principales plataformas de entregas globales, nos ayuda a conocer y responder con rapidez a las tendencias, así como a beneficiarnos desde un punto de vista estratégico y financiero. El acertado lanzamiento de nuestra primera cocina «en la sombra» en Polonia es el resultado de lo aprendido sobre las actuales tendencias del mercado y, como operador multimarca, tenemos una posición perfecta para tener éxito. Me complace comunicar que los resultados de nuestra primera apertura de marcas solo de entregas, o marcas virtuales, desarrolladas internamente, superan con creces las expectativas e hitos que establecimos para nuestra participación en ese campo. Estamos impacientes por mantenerles informados de los acontecimientos futuros».

Los ingresos consolidados en 2019 tuvieron un crecimiento anual del 26,8 % hasta alcanzar los 1 961,5 millones de EUR, gracias principalmente al crecimiento homogéneo medio de un solo dígito del negocio total, los 264 establecimientos añadidos durante los últimos doce meses, así como la consolidación de Sushi Shop y otras adquisiciones. Sin contar las fusiones y adquisiciones del ejercicio anterior, los ingresos aumentaron en 2019 un 16,4 % con respecto a dicho ejercicio hasta los 1 747,8 millones de EUR.

El Grupo comunicó en 2019 un EBITDA de 394,4 millones de EUR conforme a la NIIF 16, que se tradujo en un margen EBITDA del 20,1 %. Con el ajuste en función de los efectos de la NIIF 16, el EBITDA comparable alcanzó los 247,8 millones de EUR, lo que supone un incremento del 43,1 % con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, con un margen en el 12,6 % (1,4 puntos porcentuales más que en el ejercicio anterior). La venta de PizzaPortal tuvo un efecto positivo de 36,9 millones de EUR, netos de costes de transacción. El margen EBITDA principal sin el efecto de la NIIF 16 (sin las adquisiciones desde 2018 y los beneficios por ventas) fue 0,1 puntos porcentuales superior y alcanzó el 11,5 % en 2019.

Los ingresos en Europa Central y del Este en 2019 alcanzaron los 839,3 millones de EUR, lo que se traduce en un crecimiento anual del 16,9 %, impulsado sobre todo por el sólido crecimiento homogéneo en todos nuestros mercados principales, donde Polonia, Hungría y la República Checa siguen siendo clave y el segmento Otros Europa Central y del Este se afianza. Nuestro negocio de Rusia registró un crecimiento en la cifra de negocio del 22,6 % en el EE 2019 con respecto al ejercicio anterior hasta los 206,0 millones de EUR, gracias a sus fuertes ventas comparables, el cambio de divisas positivo, así como el sólido lanzamiento y desempeño de las nuevas aperturas. Las ventas en Europa Occidental alcanzaron los 796,6 millones de EUR en el periodo declarado, lo que representa un crecimiento del 39,8 % con respecto al ejercicio anterior, gracias a la consolidación de las adquisiciones más recientes y al crecimiento orgánico. Nuestro negocio de China registró en 2019 un



crecimiento en las ventas del 21,8 % con respecto al ejercicio anterior, con lo que se lograron alcanzar los 89,6 millones de EUR como resultado de las sólidas ventas comparables, el lanzamiento de restaurantes y el cambio de divisas positivo.

La rentabilidad durante 2019 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. Nuestro segmento de Europa Central y del Este mejoró el margen EBITDA comparable 0,3 puntos porcentuales hasta los 125,5 millones de EUR, motivado por la primera etapa de digitalización (quioscos lanzados en KFC Polonia; República Checa y Hungría en curso), así como las sólidas operaciones y el apalancamiento operativo. Rusia registró una rentabilidad del 10,5 % frente al 12,9 % en el ejercicio anterior, como resultado del efecto dilusivo de la adquisición e inversiones en canales digitales y de entregas más recientes. Europa Occidental comunicó un margen EBITDA comparable del 8,9 % frente al 10,1 % del ejercicio anterior, motivado por los incrementos salariales, la debilidad en el segmento de los restaurantes informales, las inversiones en entregas y los costes de integración. China logró el mayor crecimiento en la rentabilidad, ya que el margen EBITDA comparable aumentó 2,9 puntos porcentuales con respecto al ejercicio anterior hasta el 12,6 %, debido al apalancamiento operativo, el control de costes, además del sólido desempeño y lanzamiento de los nuevos restaurantes.

El beneficio neto atribuible a los accionistas de AmRest en 2019 alcanzó los 65,1 millones de EUR. Sin contar el efecto de la NIIF 16, el beneficio neto ascendió a 80,5 millones de EUR y dio lugar a un margen comparable del 4,1 %, 1,3 puntos porcentuales más que en el ejercicio anterior, debido principalmente a los beneficios de PizzaPortal y la revaluación de la participación en Glovo, compensada parcialmente por deterioros y provisiones.

Información adicional

Los resultados del ejercicio completo 2019 pueden encontrarse en www.amrest.eu

Para cualquier otra consulta, contacte con:

Dorota Surowiec

Responsable de Relaciones con Inversores

+48 71 386 1235

dorota.surowiec@amrest.eu