



## FOOD DELIVERY BRANDS Y YUM! REFUERZAN SU ALIANZA

Ambos grupos han acordado revisar algunos términos de su alianza estratégica, incluidos los relativos a aperturas, conversiones y cánones, y han redefinido los criterios de aplicación de algunas métricas operativas y de negocio establecidas en el acuerdo inicial para adecuarlas al entorno económico y comercial actual

El acuerdo revisado reafirma la confianza de Yum! en el potencial de Food Delivery Brands y en su capacidad para adaptarse eficazmente a la pandemia, reforzando sus capacidades digitales y de entrega

**Madrid, 17 de mayo de 2021-** Food Delivery Brands (FDB) y Yum! Brands Inc. (Yum!) han acordado revisar algunos términos y objetivos de su alianza estratégica para ajustarlos a la nueva realidad.

La alianza, firmada en diciembre de 2018, convirtió a Food Delivery Brands en el operador global líder en pizza delivery, con cerca de 2.500 establecimientos repartidos en 36 países y un mercado potencial de 500 millones de consumidores. Además, con este acuerdo, Food Delivery Brands se convirtió en el mayor máster franquiciado de Pizza Hut del mundo por número de establecimientos.

Ambos grupos han acordado modificar, entre otros, los siguientes aspectos relevantes de su acuerdo estratégico:

- Aperturas: se extiende el plazo para alcanzar el objetivo de aperturas fijado para los primeros 10 años en un año adicional y se revisa también la distribución de las aperturas por mercado.
- Conversiones: se reajusta el calendario de conversión de las tiendas Telepizza en Chile, Colombia y resto del mundo.
- Shortfall fees: se retrasa el periodo y los umbrales de aplicación de las penalizaciones por retrasos en la consecución de los objetivos de aperturas.
- Incentive fees: se revisan las condiciones y objetivos para la obtención de los incentivos por aperturas.

*"La revisión de nuestro acuerdo subraya la confianza de Yum! en la solidez y fiabilidad de Food Delivery Brands y demuestra la voluntad de ambas compañías de seguir creciendo y reforzando nuestro liderazgo en el sector de pizza delivery en todo el mundo", afirma Jacobo Caller, Consejero Delegado de Food Delivery Brands.*

Asimismo, como parte del acuerdo, Yum! ha ejercitado la opción de compra sobre la nuda propiedad de los signos distintivos de Telepizza en el día de hoy. Tal y como se acordó en su momento, Food Delivery Brands conservará el usufructo sobre todos los signos distintivos de Telepizza y seguirá operando con la marca, tal y como estaba establecido en el acuerdo estratégico.