

Restalia anuncia su plan estratégico 2023-2025 con la expansión internacional y el canal delivery como principales prioridades

Madrid, 23 de enero de 2023 – Recién cerrado el año 2022, Restalia, compañía española referente en franquicias de restauración organizada, ha establecido las que serán sus prioridades estratégicas de su plan global durante los próximos tres años, una vez cerrada definitivamente la pandemia, pero con la mente puesta en la crisis inflacionista.

Foco en la internacionalización

En primer lugar, se encuentra la **expansión internacional**. El crecimiento fuera de nuestras fronteras para diversificar esfuerzos más allá del territorio nacional es una de sus máximas prioridades, con Portugal como mercado clave. La compañía llevará este mes de enero su quinta marca al país vecino, convirtiéndose así en el primer mercado extranjero con presencia de sus cinco enseñas: 100 Montaditos, TGB – The Good Burger, Pepe Taco, Panther Organic Coffee (que se estrenó el pasado mes de noviembre) y Cervecería La Sureña Jarras y Tapas, la última en aterrizar. Además, Restalia acaba de conseguir el hito de superar las 50 unidades de negocio en el país vecino y espera duplicar presencia llegando a las 100 unidades en 2025.

Latinoamérica continuará su ritmo habitual de crecimiento a través de 100 Montaditos, pero también dará el salto este año su cadena de hamburguesería *massclusivity* TGB – The Good Burger -. Por su parte, Estados Unidos también se consolida como mercado: en Miami abrirá a finales de este mes su quinta unidad de negocio y la sexta llegará antes de verano.

Diversificación: canal delivery y Retail

Restalia, además, ha sabido adaptarse a una nueva realidad post pandemia en la que los hábitos de consumo han variado y ha puesto el foco en potenciar su **canal delivery**, para adaptarse tanto a las nuevas necesidades de sus consumidores, cada vez más familiarizados con el plano virtual, como para apoyar a sus franquiciados en el proceso de adaptación a los nuevos modelos de venta. Para ello, no solo se ha expandido en los canales de delivery a través de agregadores, sino a través de su canal de venta propio. Ya en el último año, la compañía incrementó su facturación en este canal en un 50% y prevé que para 2025 represente hasta el 40% de la facturación de enseñas como TGB – The Good Burger -. Éste es sólo uno de los muchos proyectos que la compañía ha ido desvelando para el nuevo año.

Por su parte, el **canal Retail** también tiene buenas perspectivas. Este año han consolidado sus más de 1.000 puntos de venta y cerrará 2023 con más de 1.400 y nuevas referencias en los lineales españoles. Además, no descarta llevar esta unidad de negocio fuera de nuestras fronteras, con Portugal como mercado prioritario.

Apuesta nacional

En el **plano nacional**, **Proyecto Bares** se presenta como una de sus iniciativas más ambiciosas. Desde su presentación hace solo unos meses, ya han abierto locales bajo este sistema en ubicaciones como Sevilla, Cáceres o Madrid. Este proyecto consiste en dar una segunda vida a los bares de siempre, ofreciendo la posibilidad, tanto a sus propietarios como a nuevos emprendedores, de abrir su propio negocio en instalaciones que ya eran bares mediante una franquicia de la compañía, lo que supone una importante reducción de los costes de apertura. Además, otro de los puntos importantes de este nuevo proyecto es que permite abrir establecimientos en localidades de menos de veinte mil habitantes, llegando a nuevos enclaves en los que hasta ahora no tenía presencia con sus marcas.

Crecimiento continuado

Del mismo modo, **Restalia pretende consolidar sus enseñanzas más jóvenes, Pepe Taco y Panther Organic Coffee**, estrenadas justo antes de la pandemia. Una vez superada la crisis sanitaria, la compañía tiene como objetivo impulsar su crecimiento. Ambas están demostrando su gran potencial a través del éxito que está cosechando en sus locales ya abiertos al público; además, cuenta con la filosofía *smartcost* del resto de marcas de la compañía: la mejor calidad a un precio justo y un continuo espíritu innovador en sus locales y en su carta.

Restalia ha optimizado también su cartera de franquiciados, **y actualmente cuenta con una red de cerca de 700 unidades de negocio. Para 2023 prevé un ritmo medio de aperturas de 90 anuales**. Para ello, Restalia pone el foco en un equipo de expansión mucho más diversificado, apostando por tener equipos locales en sus principales zonas de interés.

Capital 100% propio

La compañía sigue manteniendo su independencia, situándose como **la primera y única gran compañía de restauración organizada de España con capital 100% propio** y un único dueño, su fundador, José María Fernández Capitán, quien continúa al frente de la organización en el día a día.

Esta situación le otorga una gran independencia y agilidad en la toma de decisiones, clave para la situación económica actual que vive el país, apoyada en su fuerte y saneada solidez financiera.

Valor refugio, un posicionamiento que se refuerza en plena crisis económica

Con la mira puesta en la crisis económica actual, **la compañía pretende repetir el éxito obtenido en 2008**, cuando creció a doble dígito. Su posicionamiento de valor refugio, tanto para el cliente como para el emprendedor, adquiere más relevancia que nunca.

Para el cliente, mantiene su esencia ofreciendo una carta ajustada con productos de calidad. El mejor ejemplo es la última promoción lanzada en su buque insignia, 100 Montaditos, por la que sigue ofreciendo la posibilidad de disfrutar de jarras heladas o refrescos, montaditos y aperitivos a precios de entre 3 y 6 euros (o 500 y 1.000 pesetas, como indica al nombre de su campaña El Domingo me la pela, haciendo alusión a la moneda de entonces, la peseta). Del mismo modo, también mantiene sus promociones en el resto de sus marcas. Su esfuerzo se centra en no repercutir todo el incremento de costes en el consumidor buscando el mejor equilibrio.

De cara al franquiciado, la compañía continúa apostando por una economía de escala que les permite conseguir el mejor precio gracias al volumen que manejan, tanto para casos particulares como de manera general, una de las grandes ventajas de formar parte de uno de los grupos franquiciadores más sólidos de España.

Restalia, la mejor forma de emprender

Restalia Holding –100 Montaditos, Cervecería La Sureña, The Good Burger, Panther Organic Coffee y Pepe Taco–, es una compañía española líder en restauración organizada y cuyas marcas han revolucionado el sector. Lleva más de 20 años innovando en la hostelería y el ocio, introduciendo en España conceptos nuevos que han triunfado y que otros han replicado en el mercado.

Restalia ofrece modelos de franquicias más flexibles, de máxima calidad y con un formato smart cost que dan respuesta a las nuevas demandas de los consumidores. El grupo está comprometido con el emprendimiento: genera oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro del sector y funciona como una apuesta sólida para los emprendedores.

Para más información:

Departamento Comunicación de Restalia | 91 351 90 01

Jennifer López jennifer.lopez@gruporestalia.com

Gabriela Mantero gabriela.mantero@gruporestalia.com

Tinkle | 91 702 10 10

Macarena Ortega | mortega@tinkle.es

Yoana Descalzo | ydescalzo@tinkle.es