

Las ventas de la red de franquicias de Restalia crecen un 24% en 2022

- La facturación del conjunto de sus cinco marcas supera los 284 millones de euros en 2022, lo que supone un 24% más respecto al ejercicio anterior.
- Estos resultados positivos ratifican la buena salud de Restalia, compañía que se encuentra inmersa en un ambicioso plan de crecimiento internacional y la consolidación, con todas sus enseñas, en el mercado nacional.

Madrid, a X de septiembre de 2023.- Restalia, la mayor multinacional española de restauración organizada, confirma el buen comportamiento de todas sus cifras, particularmente la experimentada por la fuerte elevación de sus ventas.

La facturación alcanzada por el conjunto de sus cinco marcas a través del sistema de franquicia que la componen se incrementó en un 24% en 2022 respecto al ejercicio anterior, **superando los 284 millones de euros (vs 229 en 2021)**, datos que van en consonancia con la anunciada recuperación del sector de la restauración tras el fin de la pandemia. Por su parte, la matriz de Restalia cerró el pasado ejercicio con un resultado consolidado de 8,3 millones de euros, un +7,7% frente a 2021. **(7,7 millones 2021)**.

Virginia Donado, directora general de la compañía, prevé que **su cifra de negocio siga creciendo a doble dígito en 2023**: “Los buenos resultados alcanzados durante el primer semestre nos permiten seguir siendo optimistas, no solo en facturación, sino también en número de aperturas y operaciones comerciales, que pasan por inaugurar 100 nuevas unidades de negocio este año”.

La consolidación del mercado nacional y el crecimiento internacional

En el **mercado nacional**, la compañía sigue apostando por su modelo flexible enfocado a consolidar su presencia en todo el territorio con **aperturas de todas sus enseñas**. Y lo harán no solo con sus **dos marcas con mayor implantación, como son 100 Montaditos** (único concepto de comida temática española en el mundo) y **TGB-The Good Burger** (la mayor cadena española de hamburguesa que cumple 10 años), sino también con el **relanzamiento de La Sureña** en el último trimestre del año, que volverá a sus orígenes, y **diversas aperturas de Pepe Taco y Panther** en diferentes localizaciones y formatos. La compañía está trabajando, del mismo modo, en el **desarrollo de nuevos conceptos**.

Por su parte, la **expansión internacional** sigue siendo una de las **principales palancas de crecimiento** y una ambición que crece cada año por su éxito continuo. Si la multinacional **cerró 2022 anunciando la apertura de su local número 50** en Portugal (con el objetivo de duplicar presencia en 2025), y la **inauguración de dos nuevos establecimientos en Miami**, para los próximos años pretende alcanzar, **fuera de nuestras fronteras, las 400 unidades en 2030**, de tal manera que el mercado internacional represente el 30% del total de su cartera. Europa, Latinoamérica y Estados Unidos son las regiones prioritarias.

Para más información:

Departamento de Comunicación de Restalia | 91 351 90 01

Jennifer López jennifer.lopez@gruporestalia.com

Gabriela Mantero gabriela.mantero@gruporestalia.com

Tinkle | 91 702 10 10

Carolina González/cgonzalez@tinkle.es

Macarena Ortega /mortega@tinkle.es