



■ **BROKERII:** “Pandemia - principalul factor care va influența rezultatele Sphera, în următoarele luni”

PAGINA 2

SPHERA

FRANCHISE GROUP

◆ SUPLIMENT BURSA ◆

SUPLIMENT GRATUIT

BURSA
ZIARUL OAMENILOR DE AFACERI

Sphera — de la adaptarea în pandemie, la perspectivele următorilor ani

● Adrian Pătruți, Raiffeisen Bank: “Sphera a reușit să se adapteze destul de bine la provocările aduse de pandemie, mulțumită dezvoltării vânzărilor online, dar și diferitelor campanii de marketing” ● Roxana Stejerean, Goldring: “Planul companiei privind numărul de restaurante pe care urmărește să le deschidă este nu doar realizabil, ci și cu potențial de a fi depășit”

Sphera Franchise Group (SFG), companie ce operează lanțurile de restaurante Pizza Hut, KFC și Taco Bell, s-a adaptat cu brio situației create de pandemia COVID-19, ce a forțat autoritățile să impună un val de restricții pentru limitarea răspândirii virusului, cu impact masiv asupra întregului sector HoReCa, sunt de părere analiștii din piața noastră de capital.

Cheia a stat în digitalizare, concentrarea pe activitățile de livrare și drive-through, susținute de campanii de promovare adecvate, ceea ce s-a reflectat în scurt timp în veniturile companiei.

Adrian Cosmin Pătruți, analist în cadrul Raiffeisen Bank Romania, ne-a transmis: “În opinia mea, Sphera a reușit să se adapteze destul de bine la provocările aduse de pandemie, mulțumită dezvoltării vânzărilor online, dar și diferitelor campanii de marketing. Acest lucru se poate vedea și în vânzările realizate de către Grup în ultimele trimestre, compania înregistrând venituri record pentru aproape toate brandurile operate”.

Roxana Stejerean: “Pentru consolidarea serviciilor de livrare din întreaga țară, KFC România a lansat o platformă dedicată de livrare/comandă online”

Roxana Stejerean, analist financiar la societatea de brokeraj Goldring, subliniază că, pe măsura aplicării restricțiilor în vederea limitării răspândirii pandemiei COVID-19, societățile care activează în domeniul HoReCa au fost nevoite să se adapteze noului context, venind cu diverse reacții și practici inovatoare drept răspuns, de la implementarea accentuată a procesului de digitalizare până la crearea de surse de venituri suplimentare.

“Drept răspuns la măsurile impuse, Sphera a ales să se concentreze pe diverse acțiuni care au avut drept obiectiv principal concentrarea pe activitățile de livrare și de drive-through”.

ANDREI IACOMI

(continuare în pagina 3)

Parcursul Sphera Franchise Group la Bursa de Valori București

Sphera este cel mai mare grup din industria food service din România, ce operează în sistem de franciză, prin intermediul filialelor sale un portofoliu de branduri de succes recunoscute la nivel internațional – KFC, Pizza Hut și Taco Bell, precum și KFC din Republica Moldova și Italia.

În 2017, compania decide să se listeze la Bursa de Valori București (BVB), operațiune derulată în luna noiembrie a anului 2017, printr-o ofertă publică în care doi acționari, Nicolae Badea și Lucian Vlad, au vândut un pachet de acțiuni de 25% din companie. Cei doi acționari au obținut, în oferta publică derulată la BVB în perioada 24 octombrie - 2 noiembrie, circa 285,12 milioane de lei (63,3 milioane de euro), prețul final al ofertei fiind de 29 de lei/acțiune. Investitorii instituționali au primit 95% din pachetul de acțiuni, ceea ce a reprezentat 9.340.165 de titluri, în timp ce restul de 5%, ce a cuprins 491.588 de unități, a revenit investitorilor de retail, prețul de 29 de lei/acțiune fiind valabil pentru ambele tranșe.

Majoritatea investitorilor în ofertă au fost străini, iar aproximativ 35% au provenit din România, potrivit lui Bogdan Câmpianu, managing director pe România la Wood&Company, brokerul care a intermediat oferta. Investitorii străini au provenit din țări precum Marea Britanie, Polonia, Cehia, Croația.

Sphera a fost una dintre cele patru oferte

publice găzduite de BVB în 2017: DIGI, Transilvania Broker, AAGES și SFG. În ședința din data de 18 decembrie 2017, a fost atins cel mai mare preț al unei acțiuni SFG, de 43 lei la închiderea și 44,8 lei maximul intra-day.

La momentul listării, SFG opera 108 restaurante. La sfârșitul celui de al treilea trimestru al anului 2021, compania are o rețea de 164 de restaurante și peste 4.400 de angajați.

Crahul Covid-19 și evoluția din 2021

Luna ianuarie a anului 2020 a adus pentru acționarii SFG propunerea de distribuție ca dividende a profitului net rămas nerepartizat la dispoziția societății, adică a sumei de 13,68 milioane de lei, data plății propuse fiind 31 martie 2020.

Sub restricțiile impuse de guvern s-a suspendat activitatea de servire și consum în restaurantele companiei, însă a continuat să funcționeze servirea clienților prin serviciile de livrare ale brandurilor de sub umbrela SFG. Totodată, în luna aprilie 2020, acționarii SFG au trecut în rezervele companiei 30,38 milioane de lei, în condițiile economice incerte.

Perioada de până la jumătatea lunii iulie a fost una de consolidare pentru acțiunile SFG. (M.G.)

(continuare în pagina 2)

Sphera Franchise Group în cifre

In primele trei trimestre ale anului trecut, cifra de afaceri a grupului Sphera Franchise Group SA a crescut cu 45% comparativ cu cea înregistrată în primele nouă luni ale anului 2020. Pe lângă efectul de bază, saltul este spectaculos, ca urmare a reluării vânzărilor pe fondul reducerii restricțiilor reglementate de stat pentru diminuarea efectelor pandemiei Sars COV-2, precum și menținerii de către Grupul Sphera Franchise Group SA a unei politici de expansiune, ce mizează pe o relansare a consumului populației, cel puțin la valorile pre-pandemice, simultan cu eliminarea totală a restricțiilor. De altfel, Grupul și-a extins infrastructura de vânzări. În primul trimestru al anului 2021, Sphera a deschis două restaurante noi - un nou restaurant KFC în România, în Sfântul Gheorghe, și un nou restaurant KFC în Italia - prima locație Drive Thru din afara României. În trimestrul al doilea a deschis alte două restaurante (KFC în Brăila și Taco Bell în Iași), iar în trimestrul al treilea au mai fost deschise încă trei restaurante. Prin urmare, toată infrastructura s-a mărit la 164 de restaurante (157 în septembrie 2020), dintre care 143 sunt localizate în România, 19 în Italia și 2 în Moldova.

Cifra de afaceri de 728,7 milioane lei se realizează pe segmentul KFC în proporție de 86% din total, cotă relativ constantă în total vânzări, în ultimii trei ani (85% în 2020 și 83% în 2019), Pizza Hut în cotă de aproximativ 9% (în scădere de la 10% în

2020 și 14% în 2019) în total vânzări în ultimii trei ani și Taco Bell cu circa 5% (în creștere constantă). La 9 luni, vânzările în lanțul KFC au crescut cu 46%, Pizza Hut cu 25% și Taco Bell cu 75%.

Cheltuielile de exploatare fără cele de administrare sunt de 657 milioane lei. Cheltuielile legate de alimente și materiale (36%) și salariile (24,6%) au ponderea cea mai mare în total. Cheltuielile legate de alimente și materiale au crescut cu aproximativ 44% față de trimestrul al treilea din 2020, iar cele de salariile s-au majorat cu 53%. Ponderea salariilor în total cheltuieli în lanțul KFC este de 24%, la Pizza Hut de 28,5% iar la Taco Bell de circa 24%. Alte cheltuieli de exploatare au continuat să crească, ajungând la 99,3 milioane lei, determinate în principal de o creștere trimestrială continuă a comisionelor datorate agregatorilor. În T3 2021, Grupul a decis să compenseze o parte din aceste costuri prin creșterea prețurilor produselor vândute prin canalele de livrare, atenuând astfel o mare parte din efectul pe care creșterea vânzărilor pe livrare l-a avut asupra rezultatului final.

Profilul înainte de impozitare este de 19,2 milioane lei, înregistrând un salt de 284% comparativ cu primele nouă luni ale anului 2020, iar rata profitului net este de 2,9%. EBITDA a înregistrat un salt de 50,3%. Eficiența capitalului – ROE este de 0,1567 sau 16%, iar randamentul activelor este de 0,0313 sau 3%.

(continuare în pagina 2)

CĂLIN IONESCU, DIRECTORUL GENERAL AL SPHERA FRANCHISE GROUP:

“Anul acesta va marca deschiderea celui de-al 100-lea restaurant KFC al nostru, din România”

● “Diversificarea pe care o avem, prin expunerea pe trei piețe diferite, ne-a ajutat să gestionăm efectele negative ale pandemiei prin nivelarea vânzărilor totale” ● “Sphera a îndeplinit criteriile de lichiditate necesare pentru includerea în indicii global FTSE Russell care acoperă piețele emergente, FTSE Micro Cap Index”



Peste
180

numărul restaurantelor pe care Sphera își propune să le aibă în toate cele trei piețe în care operează, până la sfârșitul acestui an

"Pentru acest an avem așteptări foarte ridicate în ceea ce privește evoluția vânzărilor".

CĂLIN IONESCU,
CEO Sphera Franchise Group

Adaptarea la noul context creat de pandemie a constat în accelerarea tuturor programelor de transformare a businessului Sphera Franchise Group, în digitalizare, dar și în prioritizarea inițiativelor și planurilor de afaceri pe care compania le avea deja planificate sau chiar în curs de derulare, ne-a precizat Călin Ionescu, directorul general al Sphera, societate ce reunește sub umbrela sa lanțurile de restaurante KFC, Pizza Hut și Taco Bell. Domnia sa spune că, până la sfârșitul acestui an, compania își propune să aibă în portofoliu peste 180 de restaurante în cele trei piețe în care operează – România, Italia și Republica Moldova. “La sfârșitul anului trecut a fost anunțat că Sphera a îndeplinit criteriile de lichiditate necesare pentru ca acțiunile să fie incluse în indicii global FTSE Russell care acoperă piețele emergente, FTSE Micro Cap Index. Decizia oficială în acest sens va fi anunțată de FTSE Russell în martie 2022, iar dacă acțiunile SFG vor fi incluse în indice, ne putem aștepta la noi aporturi de capital în cadrul Sphera și, în consecință, la o lichiditate chiar îmbunătățită”, afirmă Călin Ionescu.

Reporter: Sphera Franchise Group a împlinit, în noiembrie anul trecut, patru ani de când s-a listat la Bursa de Valori București. Cum ați caracteriza această perioadă pentru companie?

Călin Ionescu: A fost, fără îndoială, o perioadă de volatilitate ridicată, dictată de o serie de evenimente externe. Cel mai remarcabil a fost, desigur, impactul pandemiei de Covid-19, care a avut un efect de-

sebit asupra companiei noastre, deoarece suntem singurul jucător HoReCa listat la Bursa de Valori București și inclus în indicii principal al BVB, BET. Dar, după aproape doi ani de la începutul pandemiei, putem spune cu încredere că am ieșit din pandemie mai puternici ca niciodată. Avem un plan de dezvoltare solid, continuăm să deschidem noi unități – anul acesta va marca deschiderea celui de-al 100-lea restaurant KFC al nostru din România. Totodată, la sfârșitul acestui an ne propunem să avem în portofoliu peste 180 de restaurante în cele trei piețe pe care operăm. Poziția noastră financiară este foarte puternică. Ne bucurăm că am propus din nou acționarilor noștri distribuirea dividendului în valoare totală de 35 milioane lei, ceea ce a reprezentat dovada rez-

lienței noastre. În ceea ce privește activitatea noastră pe BVB, am acordat multă atenție în anul 2021 lichidității, prin contractarea serviciilor de Market Making, dar și prin creșterea vizibilității noastre față de investitorii instituționali internaționali. Rezultatele în acest sens încep să apară și suntem încântați de îndeplinirea criteriilor de lichiditate pentru o potențială includere a acțiunilor SFG în indicii FTSE Russell micro-cap dedicat piețelor emergente. Decizia privind includerea va fi luată de FTSE Russell în luna martie a acestui an.

**A CONSEMNAȚ
ANDREI IACOMI**

(continuare în pagina 3)

PIATA DE CAPITAL

Parcursul Sphera Franchise Group la Bursa de Valori București

(urmare din pagina 1)

Anunțul din 9 noiembrie 2020 privind dezvoltarea unui vaccin eficient împotriva Covid-19 a aprins un raliu pe toate piețele din lume, inclusiv cea locală, iar acțiunile Sphera au beneficiat de pe urma schimbării de sentiment din piețe.

Astfel, titlurile SFG au urcat pe volume peste medie ca urmare a intrării la cumpărare a investitorilor și au continuat raliul care s-a extins până la jumătatea lui 2021, unde acțiunile Sphera au atins un maxim local de 19,2 lei.

În octombrie 2020, a fost numit în calitate de director general executiv al SFG Călin Ionescu, cu un mandat de 2 ani și 7 luni, până la data de 1 mai 2023. Călin Ionescu a îndeplinit rolul de director general interimar al Sphera începând cu luna aprilie a lui 2020, după renunțarea la mandat a fostului director general Georgios Argentopoulos. Tot până în 2023 a fost numit în octombrie 2020 și Lucian Hoancă în funcția de președinte al boardului SFG.

Totodată, în februarie 2021, Lunic Franchising and Consulting Ltd. a anunțat că a ajuns la o deținere de 9,99% din Sphera Franchise Group (SFG), sub pragul de 10%. Ulterior, în luna septembrie a acestui an, Lunic Franchising and Consulting Ltd. a colaborat la o deținere de 4,69% din Sphera Franchise Group (SFG). Amintim că la finele lui 2020 Lunic Franchising and Consulting Ltd., companie deținută de Lucian Vlad și înregistrată în Li-massol, Cipru, avea 10,84% din SFG. La listarea Sphera din noiembrie 2017, Lucian Vlad vânduse 22,34% din companie, pachet pe care-l deținea prin Lunic Franchising and Consulting Ltd, rămânând cu o deținere de 10,99%, prin Anasa Properties SRL. În noiembrie 2019, acesta a transferat



pachetul de aproape 11% de la Anasa Properties la Lunic Franchising and Consulting.

Anul 2021 a fost unul de creștere continuă pentru Sphera. Astfel, grupul a încheiat T1 2021 cu vânzări în restaurante de 211,4 milioane RON, în creștere cu 6,6% față de T1 2020 și un EBITDA normalizat (excluzând impactul IFRS 16) de 13,1 milioane RON, cu 271% mai mare față de perioada similară a anului anterior. În T1 2021, compania a deschis un restaurant KFC în Sfântu Gheorghe și primul restaurant Drive-Thru din Italia, în Pomezia, regiunea Lazio.

Trimestrul al doilea din 2021 a fost cel mai bun trimestru secund din istoria companiei, cu vânzări consolidate de 233,1 milioane de lei la nivel trimestrial, +119% față de perioada similară din 2020, afectată aproape complet de lockdown. În 1 iunie 2021, Sphera Franchise Group a înregistrat cele mai mari vânzări înregistrate vreodată într-o singură zi.

Rezultatele excelente ale companiei au continuat pe tot parcursul primei jumătăți a anului 2021, cu vânzări în restaurante de 444.5 milioane RON, în creștere cu 46% față de S1 2020, cu EBITDA de 38,4 milioane RON și un profit net de 5,2 milioane RON, cu 123% peste nivelul din primul semestru al anului trecut. În primul semestru al anului 2021, Sphera a inaugurat patru restaurante în România și Italia.

Creșterile record au continuat și în trimestrul al treilea din 2021, când Sphera

Franchise Group a înregistrat vânzări istorice de 284,2 milioane RON și vânzări consolidate mai mari cu 45%, la 728,7 milioane RON. În această perioadă, EBITDA a fost mai mare cu 21% decât în T3 2020, ajungând la 32,1 milioane RON, iar profitul net a avansat cu 30%, la 22,9 milioane RON.

Creșterile susținute din 2021 au avut la bază decizia managementului companiei de a continua investițiile atât în deschiderea de noi restaurante, cât și strategia de dezvoltare a canalelor de vânzare online. De asemenea, în primele două luni ale anului 2021, toate mărcile de pe toate cele trei piețe de activitate și-au îmbunătățit performanța față de aceeași perioadă a anului 2020. Vânzările CFF (Taco Bell) au crescut cu 75%, USFN Moldova

(KFC Moldova) cu 54%, USFN România (KFC România) cu 48%, USFN Italia (KFC Italia) cu 36% și ARS (Pizza Hut) cu 25%.

Un alt eveniment notabil din 2021 pentru Sphera Franchise Group este semnarea de către companie a unui contract de furnizare de servicii de market-maker cu BRK Financial Group, contract ce are menirea să susțină lichiditatea acțiunilor emitentului SFG. Contractul este pe o durată de un an, cu posibilitate de prelungire. Totodată, în luna august, acționarii companiei au respins propunerea răscumpărării de acțiuni proprii în vederea implementării unui sistem de remunerare a membrilor conducerii companiei și au aprobat distribuirea de dividende în sumă de 35 milioane de lei din profitul nedistribuit

Acțiunile Sphera reprezintă o oportunitate pentru investitorii de la BVB prin aceea că au un preț atractiv și sunt listate pe o bursă care a depășit record după record, în 2021.

Interesul pentru acțiunile Sphera este susținut și de estimările companiei privind evoluția pozitivă a afacerilor pe termen scurt, compania ținând un volum de

1 miliard de lei.

al anilor 2019-2020, dividendul brut pe acțiune fiind de 0,9021 lei.

Acțiunile Sphera reprezintă o oportunitate pentru investitorii de la BVB prin aceea că au un preț atractiv și sunt listate pe o bursă care a depășit record după record, în 2021. Interesul pentru acțiunile Sphera este susținut și de estimările companiei privind evoluția pozitivă a afacerilor pe termen scurt, compania ținând un volum de 1 miliard de lei.

În 2021, BVB a fost una dintre cele mai active burse din regiune, cu circa 30 de listări. La nivelul capitalizării, BVB a avut o evoluție puternic ascendentă în 2021, astfel că, la nivelul primelor opt luni, BVB a ajuns la o capitalizare record de peste 200 miliarde lei, față de nivelul de 154,4 miliarde lei de la finalul anului 2020. ■

BROKERII:

“Pandemia - principalul factor care va influența rezultatele Sphera, în următoarele luni”

Evoluția situației sanitare și măsurile impuse de autorități pentru atenuarea răspândirii pandemiei COVID-19 reprezintă principalul factor care va influența activitatea Sphera Franchise Group în următoarele șase – douăsprezece luni, este părerea unanimă a analiștilor și brokerilor consultați de noi.

Radu Dăscălescu, TradeVille: “Observăm o tendință pozitivă, de redresare a companiei, în cele mai recente trimestre”

Radu Dăscălescu, ce face parte din echipa de analiză de la TradeVille, arată că, în vederea efectuării unei analize a factorilor ce pot influența evoluția acțiunii Sphera pe termen mediu, șase – douăsprezece luni, trebuie să avem în vedere și piețele externe în care activează compania, mai precis Italia, cu aproximativ 11% din vânzările totale ale Grupului în 2021 și Republica Moldova, cu puțin peste 1% din vânzările totale.

“Consider că principalul factor care va influența rezultatele financiare ale Sphera în următoarele luni și, implicit, evoluția acțiunii în această perioadă, va fi reprezentat de restricțiile impuse de autorități în vederea diminuirii răspândirii virusului SARS-CoV-2, care vor fi strâns legate de ritmul de creștere a ratei de vaccinare”, ne-a transmis Radu Dăscălescu.

Acesta a adăugat: “Totuși, observăm o tendință pozitivă, de redresare a companiei, în cele mai recente trimestre. Cel mai elocvent exemplu în acest sens ar fi trimestrul al treilea al anului 2021, perioadă în care restricțiile au fost la un nivel destul de scăzut în România, ceea ce a dus la creșterea considerabilă a numărului clienților care au optat pentru «dine-in» sau «Take-away». Profitul net în creștere cu 30% față de perioada similară a anului precedent, cât și vânzările mai mari cu



44%, pot reprezenta un semnal al potențialului de redresare pe care compania îl are atunci când restricțiile sunt la un nivel scăzut”.

De asemenea, evoluția costurilor energiei electrice, gazelor și transportului, reprezintă un factor important atunci când privim compania pe termen mediu, ne-a mai spus Radu Dăscălescu, care a conchis: “Mai mult, o problemă tot mai apăsătoare cu care se confruntă companiile din sectorul HoReCa este criza locurilor de muncă accentuată de pandemie, mulți angajați din acest domeniu preferând să se orienteze către industrii mai stabile, pe timp de pandemie”.

Alin Brendea, Prime Transaction: “Evoluția pieței bursiere în ansamblu este unul dintre factorii decisivi pentru comportamentul acțiunilor SFG”

Alin Brendea, director general adjunct al casei de brokeraj Prime Transaction, ne-a transmis: “Din punctul meu de vedere, factorii care pot influența evoluția Sphera Group în următoarea perioadă țin în special de evoluția pandemiei de COVID-19. Mai exact de numărul celor care, în lipsa unui

certificat verde, nu pot consuma produsele societății. De asemenea, pandemia poate influența și ritmul deschiderii noilor restaurante, acesta fiind vectorul principal de creștere al afacerilor Sphera”.

Evident, evoluția pieței bursiere în ansamblu este un alt factor decisiv pentru comportamentul acțiunilor SFG, a mai spus brokerul, care a adăugat: “Nu în ultimul rând, evoluția mediului economic și, în special, a inflației, poate fi un factor extrem de important pentru profitabilitatea societății. Mai exact, creșterea prețurilor mărfurilor și a salariilor care nu ar putea fi transmisă în prețul de vânzare al produselor companiei, ar genera o influență negativă pentru Sphera”.

Sorin Trandafir, Interfinbrok: “Lipsa de predictibilitate a măsurilor luate de guvernele naționale poate afecta activitatea companiei”

Din punctul de vedere a lui Sorin Trandafir, trader de la Interfinbrok, printre principalele elemente care este posibil să aibă impact asupra prețului acțiunii SFG se numără evoluția incertă a situației pandemice, eventualele dificultăți ce survin în lanțul de aprovizionare și furnizare a materiilor prime, precum și lipsa de predictibilitate a măsurilor luate de guvernele naționale, care pot afecta în mod direct sau indirect activitatea companiei.

Sphera Franchise Group în cifre

(urmare din pagina 1)

ROE și ROA sunt printre cei mai importanți indicatori de performanță și sunt pe creștere.

Comparând cele două luni ale anului trecut, se observă o majorare a datoriei cu 4%. Datoriile pe termen lung au o pondere în total datorii cu 6% mai mare decât datoriile pe termen scurt. Creșterea datoriei este explicabilă, în condițiile în care Grupul își menține politica de expansiune. Deși Grupul mizează că, odată cu extinderea rețelei/infrastructurii, vânzările vor crește, iar consumul populației va reveni cel puțin la valorile perioadei pre-pandemice, gradul de îndatorare este de 68,6%, iar rata de levier este de 4. În condițiile în care evoluția economiei nu este lipsită de turbulențe, iar opțiunile de consum se ajustează, o scădere a gradului de îndatorare ar consolida situația financiară a Grupului, dar ar încetini expansiunea.

Solvabilitatea globală este de 1,25, iar lichiditatea curentă/testul acid este de 0,55. ■

Istoric date financiare consolidate, conform datelor publicate în rapoartele anuale (2017 – 2020) și la nouă luni (pentru 2021)

Active totale (mii lei):			
An	Valoare	Variație	
2017	249.609		
2018	352.152	41%	
2019	620.229	76%	
2020	667.275	8%	
2021 sep	674.419		

Total datorii (mii lei):			
An	Valoare	Variație	
2017	145.064		
2018	223.326	54%	
2019	447.978	101%	
2020	518.154	16%	
2021 sep	539.542		

Capitaluri proprii (mii lei):			
An	Valoare	Variație	
2017	104.544		
2018	128.826	23%	
2019	172.251	34%	
2020	149.121	-13%	
2021 sep	134.877		

Cifra de afaceri (mii lei):			
An	Valoare	Variație	
2017**	618.804		
2018	771.197	25%	
2019	954.728	24%	
2020	710.797	-26%	
2021 sep	728.719		

**Conform Situației consolidate a rezultatului global pro forma pentru perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2017

Indicatori exercițiul financiar ian- sep 2021 (ne-auditate)	
Total activ	674.419 mii lei
Total datorii	539.542 mii lei
Cifra de afaceri	728.719 mii lei
Profit înainte de impozitare	19.236 mii lei
Profit net	21.133 mii lei
Capitaluri proprii	134.877 mii lei
EBITDA ¹ (Profit din exploatare + amortizare + deprecieri)	105.322 mii lei
Marja EBITDA	14,45%
Rata profit net / marja netă a profitului (profit net/cifra de afaceri)	2,9%
Eficiența capitalului/ Return on equity – ROE (Profit net/Capitaluri proprii)	0,1567 sau 16%
ROA (Profit net/Total active)	0,0313 sau 3%
Rata de levier (Total datorii/Capitaluri proprii)	4
Grad de îndatorare (Capital imprumutat pe termen lung/Capital angajat)	68,6%
Solvabilitate globala (Total active/Total datorii)	1,25
Lichiditate curentă/testul acid ((Active curente-Stocuri)/Datorii curente)	0,55

¹ Nu s-a calculat EBITDA ajustat.

Indicatori, exercițiul financiar 2020	
Total activ	667.275 mii lei
Total datorii	518.154 mii lei
Cifra de afaceri	710.797 mii lei
Cifra de afaceri ian-sept 2020	502.445 mii lei
Profit înainte de impozitare	-14.118 mii lei
Profit înainte de impozitare ian-sept 2020	-10.479 mii lei
Capitaluri proprii	149.121 mii lei
Rata de levier (Total datorii/Capitaluri proprii)	3,47
Grad de îndatorare (Capital imprumutat pe termen lung/Capital angajat)	65,3%
Solvabilitate globala (Total active/Total datorii)	1,29
Lichiditate curentă/testul acid ((Active curente-Stocuri)/Datorii curente)	0,61

Profit înainte de impozitare (mii lei):			
An	Valoare	Variație	
2017**	36.342		
2018	27.136	-25%	
2019	59.000	117%	
2020	-14.118	-124%	
2021 sep	19.236		

**Conform Situației consolidate a rezultatului global pro forma pentru perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2017

Profit Net (mii lei):			
An	Valoare	Variație	
2017**	32.556		
2018	24.262	-25%	
2019	55.462	129%	
2020	-9.610	-117%	
2021 sep	21.133		

**Conform Situației consolidate a rezultatului global pro forma pentru perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2017

EBITDA (lei):			
An	Valoare	Variație	
2017**	55.065		
2018	51.637	-6%	
2019	152.619	196%	
2020	93.810	-39%	
2021 sep	105.322		

**Conform Situației consolidate a rezultatului global pro forma pentru perioada 1 ianuarie - 31 decembrie 2017

Eficiența capitalului/ Return on equity - ROE			
An	Valoare	Variație	
2017	0,3114		
2018	0,1883	-37%	
2019	0,3220	71%	
2020	-0,0644	-120%	
2021 sep	0,1567		

Solvabilitate globală			
An	Valoare	Variație	
2017	1,72		
2018	1,57	- 9%	
2019	1,38	-18%	
2020	1,29	-0,7%	
2021 sep	1,25		

Lichiditate curentă/testul acid			
An	Valoare	Variație	
2017	0,63		
2018	0,85	37%	
2019	0,54	-36%	
2020	0,61	13%	
2021 sep	0,55		

Grad de îndatorare (%)			
An	Valoare	Variație	
2017	27,4%		
2018	40,25%	47%	
2019	60,49%	50%	
2020	65,3%	8%	
2021 sep	68,6%		

Radu Dăscălescu: “Mai mult, o problemă tot mai apăsătoare cu care se confruntă companiile din sectorul HoReCa este criza locurilor de muncă accentuată de pandemie, mulți angajați din acest domeniu preferând să se orienteze către industrii mai stabile, pe timp de pandemie”.

ANDREI IACOMI

ANALIZA

CĂLIN IONESCU, DIRECTORUL GENERAL AL SPHERA FRANCHISE GROUP:

“Anul acesta va marca deschiderea celui de-al 100-lea restaurant KFC al nostru, din România”

(urmare din pagina 1)

Reporter: Sectorul HoReCa a fost printre cele mai afectate de măsurile impuse de autorități pentru limitarea pandemiei Covid-19. Cum v-ați adaptat atât din punctul de vedere al organizării și activității interne, cât și în ceea ce privește relația cu clienții, pentru a face față situației create de pandemie ?

Călin Ionescu: Sectorul HoReCa a fost și continuă să fie unul dintre cele mai afectate de criza cauzată de pandemia de Covid-19, prin prisma restricțiilor impuse de autorități din considerente sanitare. Este cea mai mare criză economică și sanitară din ultimele decenii. Antreprenorii au luat măsuri extraordinare pentru a-și proteja angajații și pentru a menține operațiunile. Totul s-a schimbat în această perioadă, de la colaborarea cu angajații, furnizorii și autoritățile la necesitatea de a avea scenarii strategice și planuri de back-up.

Este foarte probabil că la fel vor sta lucrurile și în perioada următoare, dar ne așteptăm ca să devină mai ușor de gestionat. Deși nu a fost ușor, am demonstrat că suntem un business solid pentru că ne-am adaptat foarte repede la noile realități. Drept consecință, pentru acest an avem așteptări foarte ridicate în ce privește evoluția vânzărilor.

Adaptarea la noul context a constat în accelerarea tuturor programelor de transformare a businessului nostru, în digitalizare, dar și în prioritizarea inițiativelor și planurilor de afaceri pe care le aveam deja planificate sau chiar în curs de derulare. Un exemplu concret este sistemul de eCommerce pe care îl aveam în desfășurare și pe care l-am accelerat tocmai pentru a putea face față mai ușor pandemiei. Ca perspective, pentru perioada imediat următoare, prioritățile sunt finalizarea roll-out-ului noului ERP la Sphera și California Fresh Flavours, implementarea unei soluții de Business Intelligence și a unui repository comun de date generate de diferitele sisteme pe care îl avem consolidat într-o soluție Data Warehouse.

Protejarea și asigurarea celor mai

bune condiții pentru clienții noștri este unul dintre cei șase piloni strategici ai grupului Sphera. De aceea, am adoptat cele mai bune practici pentru limitare la maximum a riscurilor de infectare în restaurantele noastre și am investit în diversificarea metodelor digitale de interacțiune cu clienții noștri.

Reporter: În care dintre cele trei țări în care activați (România, Italia și Moldova) impactul a fost resimțit mai sever ? De ce?

Călin Ionescu: Impactul geografic al pandemiei s-a reflectat în performanța economică a fiecăreia dintre subsidiarele noastre din țările menționate. După șocul inițial, care a produs efecte negative în operațiunile noastre și ale tuturor, am reușit să depășim acest episod. Pe tot parcursul pandemiei, în funcție de situațiile din fiecare țară, impactul a fost resimțit diferit de la trimestru la trimestru. Totuși aici, diversificarea pe care o avem – prin expunerea pe trei piețe diferite, ne-a ajutat să gestionăm efectele negative ale pandemiei prin nivelarea vânzărilor totale. Drept dovadă stau rezultatele noastre financiare aferente primelor nouă luni ale anului trecut, pe care le putem cataloga istorice. Vânzările au crescut cu 45%, ajungând la 728,7 milioane de lei, iar EBITDA normalizată a avansat la 60,5 milioane de lei. Sunt cifre care au demonstrat soliditatea businessului, eficacitatea investițiilor și a deciziilor adoptate în ultima perioadă.

Reporter: În industria în care activați, publicitatea este foarte importantă. Care este strategia Sphera în ceea ce privește marketing-ul în ansamblu ? Au apărut schimbări importante în urma pandemiei?

Călin Ionescu: În industria HoReCa asistăm constant la schimbări de paradigme, noi comportamente de consum, dezvoltarea de tehnologii. Domeniul în care activăm este în continuă mișcare, brandurile evoluează, piața are fluctuații în orice categorie, iar pandemia doar a accelerat anumite tendințe și le-a adus pe lista de interes a oamenilor de marketing și comunicare. Am avut de gestionat lipsa tiparelor, a segmentărilor foarte pre-



Sursa foto: facebook/KFC

“Rezultatele noastre financiare, aferente primelor nouă luni ale anului trecut, le putem cataloga istorice. Vânzările au crescut cu 45%, ajungând la 728,7 milioane de lei”.

cise la nivel de target, inexistența unui journey to purchase în care știam ce butoane să apăsăm de la momentul declanșator la cel de achiziție. Astăzi, un consumator este chibzuit prin prisma incertitudinii viitorului, iar mâine este cheltuitor pentru a-și aduce bucurii într-o viață plină de restricții.

Strategia noastră de marketing a avut astfel în vedere toate aceste aspecte. Dacă ne uităm la dinamica business-ului nostru, putem spune că în perioada restricțiilor, oamenii au preferat livrări acasă și consumul la pachet. Însă în perioadele în care restaurantele au fost deschi-

se, chiar și cu capacitatea diminuată la 30%, oamenii au venit, ceea ce ne face să credem că preferința pentru delivery și consum acasă a fost contextuală.

Sunt principii pe care ne-am ghidat întotdeauna strategia, dar pe unele dintre ele le-a întărit pandemia. Vorbim în primul rând de Brand differentiation care a devenit foarte important pentru că, aceeași competiție împarte un segment mult mai mic, așa că ne concentrăm pe o comunicare de brand mai relevantă, bazată pe insight-uri reale care pot să stârnească emoție și ulterior să se concretizeze în achiziție.

Un alt pilon central al strategiei noastre de business este Build Brand meaningfulness. Încercăm să dezvoltăm branduri ancorate în mod natural în viața clientului, cu personalitate autentică, empatică, dar în continuare trend setters, cu moduri de exprimare foarte entertaining.

De asemenea, un alt pilon strategic care definește planurile noastre ar putea fi rezumat Digitalize or Die. În ultimul an am încercat să întărim - Delivery, Digital, Data. Am lansat platforma proprie de e-commerce KFC (delivery.kfc.ro), chiar în plină pandemie, am introdus în unele dintre restaurantele KFC un sistem de kiosk-uri de comandă care permit o experiență 100% touchless, am lansat mobile app pentru KFC, versiuni îmbunătățite pentru mobile app și website Pizza Hut, de asemenea am introdus serviciul click & collect pentru toate brandurile din portofoliu, astfel încât clienții să aibă cu cât mai multe opțiuni de a ajunge la produsele preferate.

Reporter: În ce măsură a modificat pandemia planurile sau obiectivele Sphera pentru următorii trei – cinci ani? Puteți să detaliați?

Călin Ionescu: Declanșarea crizei sanitare a luat prin surprindere pe toată lumea, inclusiv pe noi, dar am ales calea investițiilor în ciuda acestei perioade de incertitudini și restricții. Astfel, am continuat investițiile pe care le aveam deja în derulare și am urgentat procesul de digitalizare a activității și a relației cu clienții noștri. De asemenea, ne-am continuat planurile de deschidere de noi restaurante, iar această strategie - continuarea investițiilor – s-a dovedit câștigătoare, aspect vizibil în cele mai recente rezultate financiare. În plus, ne menținem obiectivele de investiții anunțate pentru 2022.

Reporter: Aveți de gând să apălați la mecanismele pieței de capital pentru finanțarea activității sau obiectivelor companiei ?

Călin Ionescu: Fiind prezenți pe piața de capital avem într-adevăr la îndemână o serie de instrumente pe care le putem utiliza în funcție de nevoile de finanțare ale companiei și pe care le vom

evalua la momentul potrivit dacă va fi nevoie.

Reporter: Începând din vara anului trecut, acțiunile Sphera beneficiază de serviciile de market maker ale BRK Financial Group. Care au fost motivele pentru care ați apelat la un market marker și cum evaluați rezultatele până în prezent, într-un timp ce-i drept destul de scurt?

Călin Ionescu: Obiectivele principale sunt creșterea lichidității acțiunilor SFG și crearea de valoare pentru acționarii noștri, locali și internaționali. Activitatea pe piața de capital este extrem de importantă pentru noi și suntem preocupati permanent de interesele și nevoile investitorilor. De aceea am apelat la serviciile unui market maker, anume furnizarea de lichiditate pentru SFG și creșterea tranzacțiilor cu titlurile Sphera.

Suntem încântați că preocuparea noastră pentru creșterea lichidității acțiunilor SFG începe să dea rezultate – la sfârșitul anului trecut a fost anunțat că Sphera a îndeplinit criteriile de lichiditate necesare pentru ca acțiunile să fie incluse în indicii global FTSE Russell care acoperă piețele emergente, FTSE Micro Cap Index. Decizia oficială în acest sens va fi anunțată de FTSE Russell în martie 2022, iar dacă acțiunile SFG vor fi incluse în indici, ne putem aștepta la noi aporturi de capital în cadrul Sphera și, în consecință, la o lichiditate chiar îmbunătățită.

Reporter: Ce așteptări aveți de la autorități pentru susținerea mediului de afaceri?

Călin Ionescu: După o perioadă de acalmie, criza sanitară s-a accentuat în România, ceea ce a determinat autoritățile să reintroducă o serie de restricții care afectează industria noastră în continuare. Să nu uităm că în HoReCa lucrează aproximativ 400.000 de oameni și majoritatea dintre ei trebuie să fie prezenți fizic la muncă pentru a-și desfășura activitatea. Așadar, așteptăm ca statul să ia măsuri care să protejeze bunul mers al afacerilor și sănătatea angajaților.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

Sphera – de la adaptarea în pandemie, la perspectivele următorilor ani

(urmare din pagina 1)

Desigur, ca urmare a acestui obiectiv, promovarea activității de livrare a fost un pas esențial, prin campanii sprijinite prin canale de social-media și digital, extinderea zonelor de livrare și intrarea în orașe noi cu ajutorul unora dintre platformele majore de livrare la domiciliu.

Pentru consolidarea serviciilor de livrare din întreaga țară, KFC România a lansat o platformă dedicată de livrare/comandă online”, ne-a transmis analistul.

În anul 2020, cea mai afectată perioadă din punctul de vedere al numărului de cazuri COVID-19, dar și a măsurilor impuse, Grupul a crescut semnificativ ponderea comenzilor on-line cu livrare, comparativ cu anul precedent, punctează Roxana Stejerean, detaliind: “Pentru KFC România, ponderea a crescut de la 3% în 2019, la 23%, pentru Pizza Hut s-a dublat, trecând de la 25%, la 50% în 2020 și pentru Taco Bell a crescut de la 2% la 37% în 2020. KFC Moldova a avut vânzări nesemnificative în 2019 pe canalul de livrare, dar în 2020 ponderea comenzilor de livrare a ajuns la 26%. KFC Italia a avut un număr nesemnificativ (sub 0,5%) de livrări în 2019; în 2020, comenzile de livrare au ajuns la 14%”. (vezi tabel 1)

“Bineînțeles că ponderea comenzilor cu livrare a scăzut în perioada iulie - septembrie 2021, față de trimestrul anterior,

ca urmare a ridicării restricțiilor privind accesul în interiorul restaurantelor”, adaugă Roxana Stejerean.

Adrian Pătruți: “Cred că cel mai important avantaj al Sphera este că operează branduri cu notorietate, care pot foarte ușor să transfere inflația către consumatori”

Pe de altă parte, în cazul unor multiplii de evaluare, acțiunile SFG se tranzacționează la valori inferioare celor ale unor companii similare din alte piețe, iar Sphera prezintă unele avantaje, precum diversitatea produselor și serviciilor oferite sau notorietatea brandurilor, sunt de părere analiștii.

Adrian Cosmin Pătruți, de la Raiffeisen Bank Romania, spune: “În ceea ce privește evaluarea relativă, acțiunile SFG se tranzacționează la discounturi semnificative față de companiile comparabile din alte țări, chiar dacă randamentul dividendelor oferite de către emitent în ultimii ani este bun și vânzările sunt în creștere. Cred că, în actualul context, în care inflația își face destul de mult simțită prezența, cel mai important avantaj al Sphera, este că operează branduri cu notorietate care pot foarte ușor să transfere inflația către consumatori”.

Roxana Stejerean: “Alături de întinderea geografică, un avantaj al Sphera este reprezentat de diversitatea serviciilor oferite”

Roxana Stejerean de la Goldring subliniază că, în comparație cu numeroase societăți specializate pe nișa de restaurante cu serviciu rapid, Grupul a reușit să mențină o marjă a rezultatului net pozitivă, datorată în special procesului eficient de optimizare a costurilor.

“Din perspectiva indicatorilor bursieri, Grupul se tranzacționează la un nivel al multiplilor oarecum similar cu al altor

companii comparabile, în unele situații regăsindu-se sub valorile înregistrate de acestea. Companiile din sectorul HoReCa au avut o perioadă dificilă și plină de provocări în anul 2021, aspect care a avut un impact semnificativ pentru ambele variabile ale unui multiplu de evaluare”, ne-a transmis analistul de la Goldring. (vezi tabel 2)

În opinia sa, printre principalii diferențiatori ai Grupului se numără prezența largă la nivel național, cât și internațional, atât în România, cât și în Republica Moldova și Italia.

“Alături de întinderea geografică, un alt avantaj este reprezentat de diversitatea serviciilor oferite, Sphera operând un concept de restaurante cu serviciu rapid și mâncare la pachet, un lanț de pizzerii, un lanț de restaurante, dar și un restaurant sub brandul Paul în România”, a adăugat Roxana Stejerean.

“Faptul că societatea a reușit să revină pe profit într-un context economico-social destul de volatil demonstrează abilitățile managementului de a se adapta la condițiile date”, subliniază analistul de la Goldring

Bineînțeles că perspectivele Sphera pe termen mediu și lung depind în momentul actual de evoluția situației medicale, iar analiștii consideră că există premise de dezvoltare a companiei, ceea ce se poate reflecta în dinamica prețului acțiunii la bursă.

“Sphera Franchise Group este o afacere solidă, care are în portofoliu o serie de branduri consacrate atât la nivel național, cât și la nivel internațional. Atât rezultatele cât și evoluția cotăției ar putea evolua pozitiv pe măsură ce pandemia se va apropia de sfârșit iar riscul apariției de noi valuri, respectiv de noi restricții, devine nul. Faptul că societatea a reușit să revină pe profit, respectiv să încheie primele nouă luni ale anului trecut la un nivel record din punct de vedere al veniturilor,

într-un context economico-social destul de volatil, demonstrează abilitățile managementului de a se adapta la contextul dat, și oferă un plus de încredere privind atingerea obiectivelor pe termen mediu și lung ale companiei”, spune Roxana Stejerean.

În opinia sa, pandemia ar putea să deschidă noi oportunități pentru companie, într-un sector care caută să se repună pe picioare cât mai rapid pos-

bil.

“Așadar, planul companiei privind numărul de restaurante pe care urmărește să le deschidă este nu doar realizabil, cât și cu potențial de a fi depășit, bineînțeles, în cazul în care nu apar alte impedimente economice sau sanitare”, a adăugat analistul de la Goldring.

Adrian Cosmin Pătruți crede că, pe termen mediu și lung, Sphera are pers-

pective promițătoare, având în vedere premisele solide de creșterea a vânzărilor în perioada următoare pe fondul continuării creșterii economice și a veniturilor disponibile ale populației, dar și mulțumită de gamei variate de produse pe care o oferă brandurile Grupului.

Evaluare bursieră a Sphera Franchise Group se ridică la circa 665 milioane de lei. ■

Tabel 1. Dinamica procentuală a vânzărilor companiilor din Grupul Sphera, pe țări (perioada primul trimestru al anului 2020 – trimestrul al treilea al anului 2021)

Vânzări pe companii, pe țară	T1-20	T2-20	T3-20	T4-20	T1-21	T2-21	T3-21
USFN RO	livrare	6%	44%	23%	28%	28%	23%
	fără livrare	94%	56%	77%	72%	72%	77%
	ARS	33%	68%	53%	63%	57%	42%
CFF	livrare	67%	32%	47%	37%	43%	58%
	fără livrare	11%	81%	40%	42%	44%	34%
	livrare	89%	19%	60%	58%	56%	66%
USFN IT	livrare	0%	32%	11%	23%	25%	16%
	fără livrare	100%	68%	89%	77%	75%	84%
	livrare	13%	60%	23%	25%	33%	28%
USFN MD	fără livrare	87%	40%	77%	75%	67%	72%
	livrare	9%	47%	24%	31%	31%	24%
	fără livrare	91%	53%	76%	69%	69%	76%

Sursa: Ultimul raport trimestrial al Sphera Franchise Group

Tabel 2. Valoarea indicatorilor bursieri calculați pe baza prețurilor de tranzacționare din data de 2 februarie 2022

Sursa	Țara	Simbol	Titlu	Price to Earnings TTM	Price to Sales TTM	Price/Book
YAHOO FINANCE	POLONIA	EATP	AmRest Holdings SE	n/a	0.71	4.26
YAHOO FINANCE	ITALIA	AGL	Autogrill SpA	5.95	0.9	2.13
YAHOO FINANCE	USA	BJRI	BJ'S RESTAURANTS INC	12.28	0.69	2.02
YAHOO FINANCE	USA	DRI	DARDEN RESTAURANTS INC	19.51	2.1	6.88
YAHOO FINANCE	FRANȚA	ELIOR	Elior Group	26.55	0.28	0.95
YAHOO FINANCE	FRANȚA	GFLO	Groupe FLO	N/A	3.01	7.73
YAHOO FINANCE	USA	JACK	JACK IN THE BOX INC	12.17	1.76	N/A
YAHOO FINANCE	USA	MCD	McDonald's	25.76	8.34	N/A
YAHOO FINANCE	POLONIA	MEXP	Mex Polska S.A.	4.29	0.6	1.9
YAHOO FINANCE	USA	RUTH	RUTHS HOSPITALITY GROUP INC	21.64	1.75	4.97
Investing	POLONIA	SKN	Sakana S.A	9.75	2.59	3.03
YAHOO FINANCE	POLONIA	SFSP	Sfinks Polska S.A.	N/A	0.26	N/A
YAHOO FINANCE	UK	FULH	Fulham Shore PLC	N/A	1.86	2.89
Investing	UK	HVTA	Heavitree Brewery PLC	n/a	4.31	1.21
YAHOO FINANCE	USA	YUM	Yum! Brands	23.19	5.69	N/A
Investing	ROMÂNIA	SFG	Sphera Franchise Group	31,2	0,73	5,1

SPHERA FRANCHISE GROUP

CEL MAI MARE GRUP DIN INDUSTRIA DE FOOD SERVICE DIN ROMANIA

deține companiile care operează în sistem de franciză brandurile KFC, Pizza Hut și Taco Bell. Listat la bursă din 2017, Sphera este un business stabil și solid cu peste 160 de restaurante și peste 4400 de angajați în 3 țări: România, Republica Moldova și Italia.



S P H E R A



Se tranzacționează la Bursa de Valori București cu simbolul SFG.

www.spheragroup.com