



■ Expansiunea Sphera - de la Pizza Hut și KFC la Ciocolatitaliani

PAGINA 2

SPHERA

FRANCHISE GROUP

◆ SUPLIMENT BURSA ◆

SUPLIMENT GRATUIT

BURSA

ZIARUL OAMENILOR DE AFACERI

Sphera - legătura dintre performanța afacerii și ascensiunea prețului acțiunii

- Roxana Stejerean, Goldring: "Politica de dividend atractivă și investițiile în digitalizare au consolidat încrederea investitorilor în perspectivele pe termen lung ale companiei"
- Adrian Hornea, BT Capital Partners: "Există potențial ca Sphera să se dezvolte și mai agresiv în anii care urmează"
- Erste recomandă "Cumpărare" pentru titlul Sphera, cu un preț țintă de 47,5 lei, peste cotația din piață

A cțiunile Sphera Franchise Group (SFG) au avut una dintre cele mai bune performanțe de la Bursa de Valori București (BVB) în ultimii doi ani, cu o creștere a cotației de 168% între începutul lui 2023 și finele săptămânii trecute, iar cu tot cu dividende randamentul brut se ridică la 195%, evoluție cu mult peste cea a indicelui principal BET, ce a urcat cu 43% sau a indicelui BET-TR, ce reflectă și dividendele plătite de companiile care-l compun, inclusiv Sphera, a cărui apreciere a fost de 62%, în aceeași perioadă.

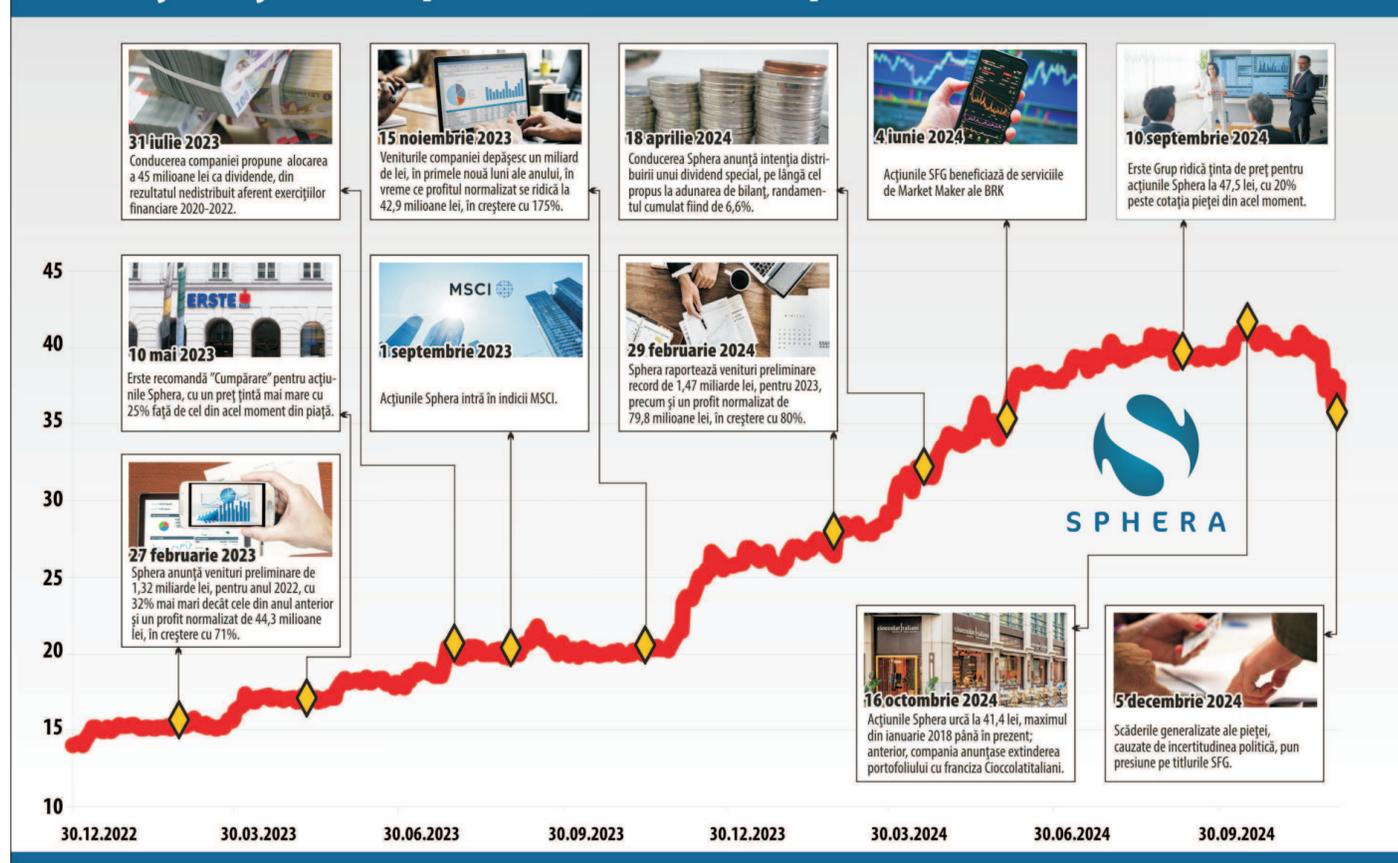
Potrivit analiștilor, extinderea rețelei de restaurante, eficientizarea activității ce a facilitat îmbunătățirea marjelor și creșterea profitabilității, alături de politica de dividende, reprezintă elemente ce explică ascensiunea acțiunilor SFG. În plus, fondurile de pensii private Pilon II au cumpărat titluri ale operatorului brandurilor Pizza Hut, KFC și Taco Bell, în vreme ce analiștii au furnizat ținte de preț tot mai ridicate pentru acțiunile companiei.

Roxana Stejerean:
"Se observă o redresare semnificativă a sectorului de food service după perioada pandemică"

Evoluția Sphera Franchise Group din ultimul an reflectă o convergență de factori externi și interni, care au propulsat compania într-o poziție favorabilă pe piață, spune Roxana Stejerean, analist financiar în cadrul casei de brokeraj Goldring.

"În primul rând, se observă o redresare semnificativă a sectorului de food service după perioada pandemică, susținută de revenirea puternică a consumului în restaurante și de creșterea puterii de cumpărare în România, în timp ce presiunile inflaționiste asupra costurilor operaționale s-au moderat treptat, permițând companiei să-și îmbunătățească marjele de profitabilitate", ne-a transmis Roxana Stejerean. Analistul a adăugat: "Grupul a de-

Evoluția acțiunilor Sphera Franchise Group (30 decembrie 2022 - 6 decembrie 2024)



monstrat o capacitate remarcabilă de adaptare la noile condiții de piață, implementând cu succes strategii de optimizare a costurilor și de extindere a rețelei de restaurante, în timp ce diversificarea portofoliului de branduri între KFC, Pizza Hut și Taco Bell a oferit companiei flexibilitatea necesară pentru a răspunde diferitelor preferințe ale consumatorilor. Mai mult, politica de

dividend atractivă și investițiile în digitalizare au consolidat încrederea investitorilor în perspectivele pe termen lung ale companiei". Sphera are o politică de dividende publică ce presupune ca, în afara cazurilor excepționale, board-ul companiei poate să propună acționarilor o alocare de 100% din profitul distribuibil al fiecărui an.

"Fundamentele solide ale Grupului și poziționarea sa strategică în piață sugerează că există încă spațiu pentru creștere", spune analistul Goldring

Pentru următoarele șase - douăsprezece luni, scenariul de bază al analistu-

lui casei de brokeraj pentru acțiunile SFG este moderat optimist, fundamentat pe potențialul continuu de expansiune al rețelei de restaurante și pe beneficiile anticipate ale investițiilor în eficientizarea operațională și digitalizare.

"Cu toate acestea, trebuie să fim atenți la provocările generate de contextul electoral și potențialul impact

asupra comportamentului de consum, la presiunile crescânde asupra costurilor cu forța de muncă și la intensificarea competiției în sectorul de food service, factori care ar putea influența dinamica acțiunilor companiei în perioada următoare.

ANDREI IACOMI
(continuare în pagina 3)

"Vom continua strategia de dezvoltare, prin deschiderea de restaurante, remodelare și digitalizare"

(Interviu cu Călin Ionescu, CEO, Sphera Franchise Group)

- "Ne confruntăm cu aceeași provocare generalizată pentru toate industriile, dar cu precădere în HoReCa - lipsa forței de muncă"
- "Am extins serviciul de livrare la nivel național, ceea ce a generat deja rezultate promițătoare"
- "Sperăm ca, până la finalul anului viitor, începutul lui 2026, să deschidem prima unitate Ciocolatitaliani în România"



Strategia de extindere a Sphera Franchise Group vizează adăugarea în portofoliu de branduri din industria foodservice care au potențial de dezvoltare, un istoric de profitabilitate și se aliază valorilor companiei, spune Călin Ionescu, Directorul General al operatorului lanțurilor de restaurante KFC, Pizza Hut și Taco Bell. Anul viitor, Sphera își va continua strategia de dezvoltare atât prin deschiderea de noi restaurante, cât și prin investiții în remodelare și digitalizare, țintind în special unități de tip drive thru pentru KFC și Taco Bell în România, dar și în

calcul și extinderea KFC Italia. Pe de altă parte, o provocare majoră pentru companie este legată de imprecizia privind modul în care va arăta cadrul fiscal. "Sperăm ca orice modificări să fie luate doar după consultarea cu mediul privat, respectând timpul legal de implementare, și să se aibă în vedere nu doar acoperirea deficitului bugetar, ci și creșterea economică", punctează Călin Ionescu.

Reporter: Cum ați caracteriza activitatea operațională a Sphera Franchise Group din acest an?
Călin Ionescu: A fost un an intens, în care ne-am concentrat pe dezvoltare, eficientizare și îmbunătățirea experienței clienților. Chiar dacă nu ține de activitatea operațională, punctez și atenția acordată relației cu investitorii, o prioritate constantă a ultimilor ani. Am deschis șapte restaurante noi - cinci KFC în România, unul în Republica Moldova și un Taco Bell. Dintre unitățile KFC nou deschise, patru sunt de tip Drive Thru, un format pe care îl vizăm în mod special, deoarece acoperă toate canalele de servire (în restaurant, pe linia de drive, la livrare și comenzi cu ridicare). Ne-am extins și portofoliul, aducând un nou brand, Ciocolatitaliani, o experiență pre-

mium pentru iubitorii de ciocolată. Date fiind presiunile inflaționiste care, deși temperate, rămân încă la un nivel semnificativ, a fost nevoie să continuăm și anul acesta demersurile de eficientizare. Am optimizat costurile și am îmbunătățit procesele, ceea ce a dus la rezultate financiare mai bune. Am reușit acest lucru inclusiv prin digitalizare, care vine și cu avantajul unei experiențe îmbunătățite pentru clienți. Am introdus o nouă versiune a platformei noastre online, care permite accesarea întregului meniu KFC pentru comenzi cu ridicare sau livrare la același prețuri ca în restaurante.

A CONSEMNAT ANDREI IACOMI
(continuare în pagina 3)

Valentin Budeș, CFO, Sphera Franchise Group: "Ne-am extins rețeaua de restaurante chiar și în pandemie"

- "Procesul de redresare a Pizza Hut începe să dea rezultate"
- "Suntem foarte încrezători în perspectivele Taco Bell, motiv pentru care intenționăm să continuăm extinderea rețelei de restaurante"
- "Avem o filosofie de creștere astfel încât, dacă vor exista oportunități care vor necesita investiții consistente, le vom da curs"

Sphera Franchise Group și-a extins rețeaua de restaurante chiar și în pandemie, iar acum unitățile deschise în acea perioadă contribuie atât la vânzările cât și la profitabilitatea operatorului brandurilor KFC, Pizza Hut și Taco Bell, spune Valentin Budeș, Directorul Financiar al emitentului listat la Bursa de Valori București.

Potrivit CFO-ului Sphera, fondurile proprii și liniile de finanțare ale societății susțin actualul ritm de dezvoltare al rețelilor de restaurante, fapt ce ge-

nerază creșterea profitului, ceea ce-i permite companiei să aibă o politică atractivă de dividende.

"Suntem încrezători că abordarea integrată, axată pe optimizarea operațiunilor și valorificarea investițiilor strategice, este în măsură să susțină performanța Grupului pe termen lung", afirmă Valentin Budeș.

A.I.

Citiți interviul în pagina 2

ANALIZA

Expansiunea Sphera - de la Pizza Hut și KFC la Cioccolatitaliani

Sphera Franchise Group, operatorul în sistem de franciză a lanțurilor de restaurante KFC, Pizza Hut și Taco Bell, a crescut organic de-a lungul timpului, ajungând de la un restaurant în urmă cu trei decenii la peste 170 de unități în prezent, ce activează atât în țara noastră cât și în Republica Moldova și Italia. Recent, Sphera și-a extins portofoliul prin adăugarea francizei italiene Cioccolatitaliani, mișcare menită să diversifice sursele de venit și oferta Grupului, care astfel se va adresa unui nou segment de clienți din ce în ce mai orientați către calitate, după cum spune Călin Ionescu, CEO al Sphera.

Pizza Hut - primul brand al Grupului, ce a împlinit trei decenii în România



Pizza Hut este un restaurant casual cu servire la masă, fondat cu mai bine de 60 de ani în urmă în Kansas, Statele Unite, de către Frații Carney. De atunci a crescut constant și a devenit cea mai mare companie din lume specializată în pizza, cu peste 19.000 de restaurante în mai mult de 110 de țări. Pizza Hut a fost primul brand al

Grupului care a intrat pe piața românească în urmă cu 30 de ani, odată cu deschiderea primei sale unități din Calea Dorobanților în București, iar astăzi este cel mai mare lanț de restaurante casual din România, atât din punct de vedere al vânzărilor totale, cât și al numărului de restaurante.

KFC - cel mai mare lanț de restaurante din România



KFC este un lanț global de restaurante specializat în carne de pui, cu o istorie de peste 75 de ani de succes și inovație. Totul a început cu Colonelul Harland Sanders, bucătarul care a creat celebra rețetă cu 11 ierburi și condimente secrete. Chiar și astăzi, toate restaurantele KFC din lume urmează întocmai rețeta, iar bucătarii pregătesc manual piul delicios în peste 30.000 de restaurante din mai mult de 145 de țări și teritorii la nivel global.

În țara noastră, primul restaurant KFC a fost deschis în București, în 1997. În 2008 a fost deschis primul restaurant

KFC în Republica Moldova, iar în 2017 a intrat pe piața din Italia.

În 2018, KFC România a lansat activitatea de livrare, care se desfășoară în prezent în colaborare cu platforme de agregare a produselor alimentare.

În prezent, KFC este cel mai important lanț de restaurante cu carne de pui din țara noastră, atât din punct de vedere al vânzărilor totale, cât și al numărului de restaurante.

Taco Bell - bucătăria mexicană în România



Taco Bell este cel mai important restaurant din lume cu servicii rapide inspirat de bucătăria mexicană, fondat în California, în 1962. Astăzi sunt peste 8.000 de unități deschise în mai mult de 30 de țări, la nivel global.

Sphera Group a deschis primul restaurant Taco Bell în București în octombrie 2017, care la momentul respectiv era singurul restaurant de acest tip pe o rază de circa 1.200 de kilometri.

Cioccolatitaliani - planuri pentru extindere pe piața italiană și românească

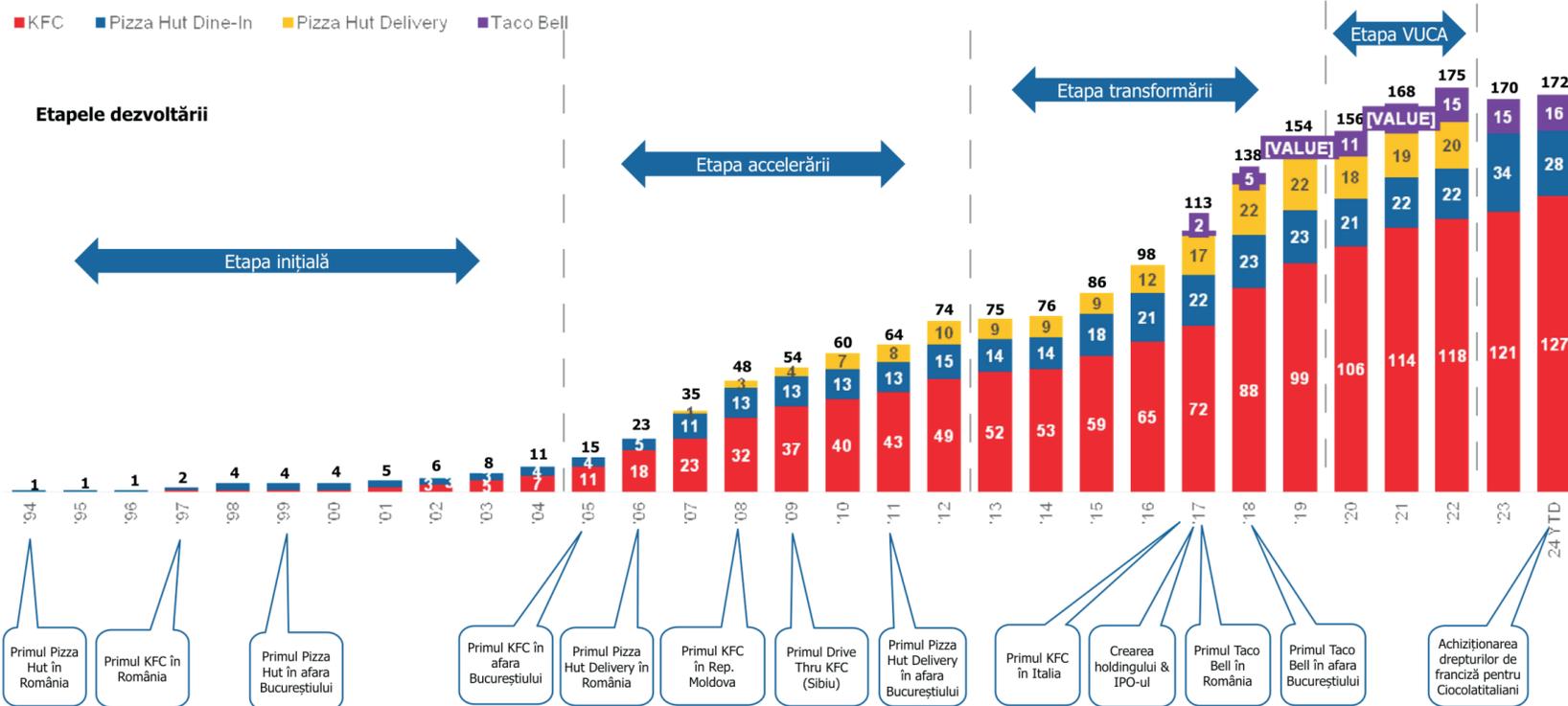
Cioccolatitaliani este brandul cunoscut pentru produsele sale pe bază de ciocolată, inclusiv înghețată, produse de patiserie și cafea. Sphera urmează să dezvolte franciza pe piața italiană și va inaugura prima unitate Cioccolatitaliani în prima jumătate a anului viitor. Grupul estimează aproximativ patru noi deschideri pe an în următorii cinci ani, concentrându-se inițial pe regiunile din nordul Italiei, dar are în vedere și piața din România.

Sphera Franchise Group, societate de tip holding, este listată la Bursa de Valori București din luna noiembrie a anului 2017. În prezent, Sphera operează 173 de restaurante: 107 de restaurante KFC în România, trei în Republica Moldova și 18 în Italia, precum și 28 de restaurante și o sub-franciză Pizza Hut și 16 Taco Bell, conform informațiilor de la BVB.

Yum! este francizorul principal al Sphera. ■



Istoric dezvoltare rețea



”Ne-am extins rețeaua de restaurante chiar și în pandemie”

(Interviu cu Valentin Budeș, CFO, Sphera Franchise Group)

Reporter: Trimestrul al treilea a fost cel mai bun din istoria Sphera din punctul de vedere al vânzărilor și cel mai bun al treilea trimestru din istorie din punctul de vedere al vânzărilor, al EBITDA și al profitului net, conform raportului publicat de companie la Bursa de Valori București (BVB). Care sunt elementele esențiale care au stat la baza acestei performanțe?

Valentin Budeș: Într-adevăr, am încheiat primele două luni din 2024 cu vânzări record, iar profitul net normalizat a ajuns la 71,4 milioane lei, în creștere cu 66,3% față de aceeași perioadă din 2023, reprezentând aproape 90% din profitul pe întreg anul trecut.

Performanța foarte bună, la nivelul celor două luni și a trimestrului trei în special, vine pe fondul majorării veniturilor peste creșterea la nivel de costuri. Ne-am extins rețeaua de restaurante chiar și în pandemie, iar acum valorificăm aceste deschideri, care contribuie atât în vânzări, cât și ca profitabilitate. Avem două companii care au atins recent pragul de rentabilitate - Taco Bell și KFC Italia, care își aduc acum și ele aportul. În plus, procesul de redresare a Pizza Hut începe să dea rezultate. Am redus semnificativ pier-

derile operaționale ale restaurantelor în primele două luni, ajungând la doar 0,3 milioane lei, și am înjumătățit pierderea netă la 6,6 milioane lei în aceeași perioadă.

La nivel de costuri, avem de câțiva ani o politică de gestionare strictă a cheltuielilor, pe care am continuat-o, ceea ce ne-a permis să obținem eficiențe și la acest capitol.

Suntem încrezători că această abordare integrată, axată pe optimizarea operațiunilor și valorificarea investițiilor strategice, este în măsură să susțină performanța Grupului pe termen lung.

Reporter: Au existat diferențe semnificative între rezultatele obținute de branduri? Dacă da, care sunt explicațiile?

Valentin Budeș: Da, au existat diferențe între rezultatele lor, care țin atât de mărimea, cât și de istoricul fiecăruia.

KFC România, vedeta portofoliului nostru, este un brand extrem de puternic pe piața locală; are probabil cea mai mare notorietate în foodservice. Date fiind mărimea și faza de consolidare în care se află, dinamica vânzărilor este de o singură cifră, însă desch-



derile constante de-a lungul timpului și economiile de scară permit rate de profitabilitate foarte bune. Profitul net normalizat a avut un plus de 45,9%, până la 74,9 milioane lei, iar EBITDA normalizat a crescut cu 37,1%, până la 112 milioane lei în primele două luni. Marja EBITDA a fost de 13,3%.

Restaurantele noastre din Chișinău au avut cel mai înalt ritm de creștere, de 10,9%, iar cea mai recentă adiție la rețeaua noastră din Republica Moldo-

va, un restaurant de tip food court pe care l-am deschis în septembrie, contribuie deja la această performanță. KFC Moldova conduce în topul marjei EBITDA, cu un nivel impresionant de 19,3%. Este o reflectare a pieței de foodservice din Republica Moldova, în plină dezvoltare.

În Italia, evoluția brandului reflectă maturitatea pieței, cu o creștere de 1,7% la nivel de vânzări, și o marjă EBITDA de 7,9%.

Taco Bell își continuă creșterea constantă, cu un plus de 7,1% al vânzărilor și un impresionant 83,8% la nivelul EBITDA. Brandul a atins pragul de rentabilitate în a doua jumătate a anului trecut, valorificând investițiile continue de la intrarea sa pe piața din România, în 2017. Profitul de 2,1 milioane de lei și creșterea spectaculoasă a EBITDA în primele două luni față de perioada similară din 2023 confirmă capacitatea brandului de a contribui pe termen lung la performanța Grupului. Suntem foarte încrezători în perspectivele Taco Bell, motiv pentru care am deschis o nouă unitate în noiembrie și intenționăm să continuăm extinderea rețelei de restaurante.

Redresarea Pizza Hut este vizibilă. Eficientizarea la nivel de rețea de restaurante a avut impact în vânzări, iar scăderea a fost mai mică decât în trimestrele precedente. La finele celor două luni, ne-am redus pierderile, dar, mai important, în trimestrul al treilea, brandul a înregistrat un profit din exploatare la nivelul restaurantelor de aproximativ un milion de lei și a redus pierderea netă la doar 0,9 milioane de lei. Suntem optimiști cu privire la per-

formanța viitoare a Pizza Hut, pe măsură ce continuăm să implementăm planul de redresare.

Reporter: Din perspectivă bursieră, Sphera se evidențiază ca fiind atât o companie de creștere cât și un distribuitor de dividende. Cum reușiți să asigurați atât finanțarea dezvoltării (deschiderea de noi unități, investiții în digitalizare, etc) precum și recompensarea acționarilor cu numerar?

Valentin Budeș: Fondurile proprii și liniile de finanțare existente ne permit susținerea actualului ritm de dezvoltare, care generează creșterea veniturilor și a profitului. Acestea permit o politică atractivă de dividende, dar, pentru a susține dezvoltarea viitoare și, deci, a menține acest cerc virtuos, investim permanent, dar echilibrat, și realizăm un management riguros al costurilor.

Avem însă o filosofie de creștere astfel că, dacă vor exista oportunități care vor necesita investiții consistente, le vom da curs. Avem un grad de îndatorare foarte redus, la nivel minim istoric de 0,24 datorie netă/EBITDA, deci avem posibilitatea de a accesa fonduri suplimentare.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

PIATA DE CAPITAL

Sphera - legătura dintre performanța afacerii și ascensiunea prețului acțiunii

(urmăre din pagina 1)

Cu toate acestea, fundamentele solide ale Grupului și poziționarea sa strategică în piață sugerează că există încă spațiu pentru creștere, chiar dacă probabil într-un ritm mai temperat comparativ cu performanța peste așteptări din ultimul an", a conchis Roxana Stejerean.

Adrian Hornea:
"Majoritatea restaurantelor deschise recent sunt de tip drive-thru, ce au marje operaționale superioare comparativ cu food-court-urile obișnuite"

Adrian Hornea, Junior Equity Analyst în cadrul BT Capital Partners, parte a Grupului Banca Transilvania, are un scenariu conservator pentru evoluția titlurilor SFG, cu o ușoară tendință pozitivă. BT nu are un preț ținut pentru acțiunile Sphera, însă factorii detaliați în continuare relevă o imagine cât mai obiectivă despre poziția și potențialul operatorului lanțurilor de alimentație publică.

"Compania a reușit să își îmbunătățească marjele operaționale pe parcursul ultimelor trimestre; cel mai recent trimestru indică evoluții pozitive, marja profitului operațional crescând cu 2,8 puncte procentuale an/an, la 10,1%.

În ceea ce privește strategia de business, compania și-a asumat deschiderea a circa șase restaurante pe an, marea majoritate fiind restaurante KFC (la 15 noiembrie 2024 există 107 restaurante KFC în România, 18 în Italia și trei în Republica Moldova). Majoritatea restaurantelor deschise recent sunt de tip drive-thru, ce au marje operaționale superioare comparativ cu food-court-urile obișnuite, ceea ce explică parțial creșterea eficienței operaționale", ne-a transmis analistul BT.

Adrian Hornea a adăugat: "Veniturile principalului brand, KFC, au urcat



cu 7,7% an/an la 997 milioane lei în primele nouă luni din 2024, reprezentând 87,2% din total vânzări, atât pe fondul creșterii organice, cât și datorită noilor restaurante deschise.

Pe lângă KFC, brand-ul Taco Bell a înregistrat dinamici pozitive în ultima perioadă, vânzările crescând cu 7,1% an/an în primele nouă luni din 2024 (+13,1% an/an în trimestrul al treilea), datorită unui număr mai mare de clienți, dar și unui tichet mediu mai mare. Această dinamică a motivat probabil compania să deschidă, după o pauză de doi ani, un restaurant Taco Bell în România (al 16-lea) în noiembrie 2024, iar conducerea companiei estimează între una - trei deschideri pentru anul 2025".

"Diversificându-și portofoliul, Sphera marchează și un potențial semnificativ de creștere a veniturilor", spune Adrian Hornea

Analistul BT punctează că reorganizarea Pizza Hut (American Restaurant System SA), care a presupus închiderea a 13 restaurante neperformante începând din al doilea trimestru din 2023 a adus, de asemenea, o îmbu-

nătățire, reducând la jumătate pierderea netă aferentă acestui lanț, de la 15,7 milioane lei în primele nouă luni din 2023 la 6,6 milioane lei în primele nouă luni din 2024. "Ne așteptăm ca în prima jumătate a anului 2025, Pizza Hut să revină la profitabilitate operațională", spune Adrian Hornea.

Analistul a adăugat că, după ce a obținut drepturile de franciză pentru Ciocolatitaliani pentru Italia și România, Sphera Franchise Group intenționează să dezvolte franciza mai întâi pe piața italiană, prima unitate urmând să fie deschisă în prima jumătate a anului viitor, în urma unei investiții de circa 500 mii euro. "Grupul estimează circa patru noi deschideri pe an în următorii cinci ani, concentrându-se inițial pe regiunile de nord ale Italiei. Conducerea se așteaptă în primul an de activitate la un venit anual de circa 700 mii euro per unitate. Diversificându-și portofoliul, Sphera marchează și un potențial semnificativ de creștere a veniturilor, precum și întărirea poziției în Nordul Italiei (unde se află majoritatea KFC-urilor deținute). Pe lângă creșterea veniturilor, această extindere contribuie și la diversificarea operațiunilor, intrând pe o nouă nișă (cofetării) și reducându-și expunerea relativă la piața din România", spune Adrian

Numărul de acțiuni Sphera deținute de fondurile Pilon II în acest an și ponderea deținerii totale în capitalul companiei

Fond/perioadă	Aripi	AZT	BCR Pensii	BRD Pensii	Metropolitan Life	NN Pensii	Vital
decembrie 2023	420.000	0	521.000	225.000	0	2.845.390	0
ianuarie 2024	420.000	0	521.000	225.000	0	2.845.390	0
februarie 2024	420.000	0	521.000	225.000	0	2.845.390	0
martie 2024	420.000	0	521.000	225.000	0	2.845.390	0
aprilie 2024	420.000	0	521.000	225.000	0	2.845.390	0
mai 2024	420.000	0	521.000	225.000	0	2.845.390	0
iunie 2024	420.000	0	521.000	225.000	644.743	2.845.390	0
iulie 2024	420.000	0	521.000	225.000	1.042.874	2.845.390	0
august 2024	468.544	0	521.000	225.000	1.193.563	2.845.390	0
septembrie 2024	468.544	0	521.000	225.000	1.193.563	2.845.390	0
octombrie 2024	468.544	0	521.000	225.000	1.490.061	2.845.390	0
Total					5.549.995		
Deținere în Sphera (%)						14,3	

Hornea.

În ceea ce privește costurile, analistul punctează creșterea sub nivelul inflației a cheltuielilor cu alimentele și materialele, cu 2,6% an/an (+4,88% an/an la finalul anului 2023), dat fiind și puterea de negociere mai mare a Grupului, respectiv diverse contracte avantajoase cu furnizori locali.

În plus, Adrian Hornea remarcă nivelul de îndatorare scăzut al companiei, adăugând: "Astfel, există potențial ca Sphera să se dezvolte și mai agresiv în anii care urmează".

Erste: "Rezultatele Sphera aferente celui de-al treilea trimestru au cimentat opinia noastră pozitivă pentru acțiune"

Erste Grup a crescut constant țința de preț a acțiunii SFG începând cu luna mai a anului trecut, când a inițiat acoperirea companiei, ultimul obiectiv fiind de 47,5 lei, cu 27% peste cotația din piață de la finele săptămânii trecute, laolaltă cu recomandarea de "Cumpărare", după cum reiese din ultimul raport de analiză din 21 noiembrie semnat de Caius Răpanu, publicat pe portalul BVB Research Hub.

"Rezultatele Sphera aferente celui

de-al treilea trimestru au cimentat opinia noastră pozitivă pentru acțiune, compania având rezultate superioare în ceea ce privește veniturile și profitabilitatea, demonstrând un control remarcabil al costurilor și un management superior la brandului", se arată în raport.

Analistul punctează că, având în vedere evoluția istorică, prognozele sale privind indicatorii financiari ai Sphera pentru finele anului vor fi aproape sigur depășite, ceea ce ar întări recomandarea de "Cumpărare" și perspectiva generală pentru acțiune. "Vom revizui probabil în sus estimarea (n.r. pentru titlul Sphera), pe măsură ce vor apărea mai multe informații legate de marca nou achiziționată (n.r. Ciocolatitaliani)", se menționează în raport.

Fondurile de pensii obligatorii au cumpărat acțiuni Sphera în acest an, ajungând în octombrie să dețină 14,3% din companie

Fondurile de pensii private obligatorii dețineau 14,3% din Sphera Franchise Group la finele lunii octombrie, față de o deținere cumulată de 10,3% în decembrie anul trecut, conform calculelor noastre realizate pe baza date-

lor administratorilor Pilon II și ale BVB.

Fondul Metropolitan Life a intrat în acționariatul Sphera în iunie 2024, ulterior achiziționând titluri ale companiei aproape în fiecare lună, astfel încât în octombrie avea un pachet de aproape 1,5 milioane de acțiuni, echivalentul a 3,8% din operatorul lanțurilor de alimentație publică. De asemenea, fondul Aripi și-a crescut deținerea în Sphera, în vreme ce fondul administrat de NN Pensii și-a păstrat pachetul de 2,8 milioane de titluri, echivalentul a 7,3% din Sphera Franchise Group.

Pentru acest an, compania și-a bugetat venituri din vânzări în restaurante de 1,65 miliarde lei, cu 12% peste cele din 2023 și un profit net normalizat de 95,7 milioane lei, în creștere cu 20%. După primele nouă luni, gradul de realizare al indicatorilor era de 70-75%, ceea ce înseamnă că rezultatele companiei sunt în linie cu cele estimate la începutul anului.

La data de 30 iunie, Tatika Investments (Cipru) avea 28,6% din acțiunile SFG, iar Computerland România - 20,5% și Wellkept Group (România) - 17,1%. Tatika Investments și Wellkept Group sunt deținute de Radu Dimofte, iar Computerland de Nicolae Badea. ■

"Vom continua strategia de dezvoltare, prin deschiderea de restaurante, remodelare și digitalizare"

(Interviu cu Călin Ionescu, CEO, Sphera Franchise Group)

(urmăre din pagina 1)

Călin Ionescu: Am extins serviciul de livrare la nivel național, ceea ce a generat deja rezultate promițătoare.

Și, pentru că menționam relația noastră cu investitorii, suntem mândri că am fost desemnați Star of the Year, în categoria Small/Mid Cap, în cadrul Galei Asociației Române pentru Relația cu Investitorii, o recunoaștere a implementării unei strategii de excelență în comunicare, guvernanta și transparență, precum și a utilizării mecanismelor pieței de capital pentru a aduce beneficii acționarilor.

Reporter: Sphera a anunțat recent extinderea portofoliului de branduri prin adăugarea francizei Ciocolatitaliani. Grupul intenționează să dezvolte inițial franciza în piața italiană, prima unitate urmând să fie deschisă anul viitor, dar are în vedere și piața din România. Care sunt motivele pentru care Sphera s-a orientat către Ciocolatitaliani? Ce beneficii vă așteptați să aducă acest brand cu produsele sale pentru clienții Sphera și pentru acționarii companiei?

Călin Ionescu: Strategia noastră de extindere vizează adăugarea în portofoliu de branduri din industria food-service care au potențial de dezvoltare, un istoric de profitabilitate și se aliniază valorilor Sphera Group. Am avut întotdeauna în considerare și alte segmente decât QSR (quick service restaurants - restaurante cu serviu rapid), inclusiv din motive de diversificare, pentru că sporește sănătatea portofoliului.

Extinderea în acest segment ne oferă oportunitatea de a atrage noi clienți din ce în ce mai orientați către calitate. În plus, Ciocolatitaliani va contribui la diversificarea surselor de venit ale Grupului, aducând un flux suplimentar de venituri dintr-un segment premium.

Estimăm că o unitate Ciocolatitaliani

atinge pragul de rentabilitate după aproximativ un an de funcționare, iar acest potențial excelent de a contribui la profitabilitatea Grupului este unul dintre motivele pentru care am decis includerea brandului în portofoliul nostru. Pentru acționari, Ciocolatitaliani este confirmarea dezvoltării Sphera într-un mod sănătos și cu impact imediat în profitabilitate.

Reporter: Care sunt principalele criterii pe baza cărora vă selectați furnizorii de materii prime? Puteți detalia?

Călin Ionescu: Furnizorii pentru principalele materii prime sunt selectați în urma unui proces riguros de audit sub aprobarea francizorului nostru, YUM! Brands, care are în vedere calitatea, siguranța alimentară și sustenabilitatea. Colaborăm îndeaproape cu furnizorii aprobați pentru a ne asigura că respectăm standarde stricte de calitate și cerințele de mediu și sociale pe întregul lanț de aprovizionare. Avem un sistem avansat de monitorizare a aprovizionării, transportului și stocurilor, care ne permite să urmărim trasaabilitatea ingredientelor și să intervenim preventiv. Parteneriatele cu auditori independenți și utilizarea standardului HACCP (n.r. Sistem de Analiză a Riscurilor în Punctele Critice de Control) asigură o verificare constantă a calității materiilor prime.

Reporter: Pe lângă deschiderea de noi restaurante, Sphera închide anume unități (de pildă între 30 septembrie 2023 și 30 septembrie 2024 au fost închise 12 unități Pizza Hut, două unități KFC și una Paul, toate în România). Care sunt criteriile pe baza cărora compania ia decizia închiderii unei unități?

Călin Ionescu: Realizăm periodic analiza performanței unităților din portofoliul nostru, din mai multe perspective - a impactului prezent în business, a potențialului pe termen mediu



și lung precum și din punct de vedere al anagajamentelor contractuale. Strategia noastră este de dezvoltare continuă, iar un pilon important este consolidarea în portofoliu a acelor restaurante care aduc plus valoare în business sau vor aduce într-un orizont mediu de timp.

În cazul specific al unităților Pizza Hut închise, acestea au fost aproape în totalitate unități care deserveau zone geografice cu un grad mare de supra-punere, ca urmare a consolidării sub un singur brand și alinierea operațiunilor Pizza Hut și Pizza Hut Delivery. Aceasta este o acțiune care urmează trendul la nivelul francizorului nostru, YUM!, România fiind printre puținele piețe în care cele două branduri operau separat. Dar este și rezultatul noilor condiții de piață - din pandemie, granițele dintre dine-in și delivery s-au estompat, astfel că, din punct de vedere operațional, exista o suprapunere între operațiunile celor două branduri.

În cazul unuia dintre restaurantele KFC închise (Liberty), proprietarul spațiului a decis recoversia întregii

platforme pe care se afla într-un nou concept. Pentru cel de-al doilea, se afla într-un spațiu închiriat al cărui contract a ajuns la termen și am decis să nu prelungim, în urma analizării factorilor menționați mai sus.

O situație contractuală similară a existat și în cazul Paul și am decis să nu mai realizăm prelungirea întrucât brandul nu face parte din core business-ul nostru. Unitatea, deținută de compania care operează brandul KFC, a fost deschisă înainte de constituirea Grupului Sphera, care a încorporat la momentul înființării doar brandurile KFC și Pizza Hut.

Reporter: Elementele ESG (Environmental, Social & Governance) reprezintă, de ceva timp, criterii importante pe baza cărora investitorii evaluează companiile. Cum abordează Sphera Franchise Group aceste elemente?

Călin Ionescu: Credem într-un model de business ESG care să fie sustenabil din punct de vedere economic, de aceea urmărim ca măsurile pe care le adoptăm să fie benefice atât din

punct de vedere al mediului sau social, cât și pentru companie. Utilizăm resurse în mod eficient și reducem impactul asupra mediului prin practici precum eficientizarea consumurilor sau aprovizionarea cu energie din surse regenerabile. Obiectivul de a implementa iluminat eficient energetic în toate restaurantele a fost atins deja din 2023, iar echipamentele au fost optimizate pentru un consum redus. Prin tehnologizare, facem o planificare mai bună a producției astfel încât să minimizăm risipa alimentară.

În domeniul social, avem proiecte de creștere a bunăstării angajaților, promovăm diversitatea și incluziunea și susținem dezvoltarea profesională și personală. Peste 2% din totalul angajaților provin din comunități vulnerabile, au diverse naționalități sau sunt persoane cu dizabilități. Avem o rată de promovare internă de 80% pentru rolurile manageriale din restaurante.

Furnizorii pentru principalele materii prime sunt selectați în urma unor audituri riguroase și aprobați cu francizorul YUM! Brands. Spre exemplu, pentru ambalaje, colaborăm doar cu companii care dețin certificare PFEC sau FSC. Toți furnizorii noștri de carne de pui au fost supuși, în 2023, unui audit riguros privind bunăstarea animalelor.

Reporter: Care este cea mai mare provocare pentru Sphera în acest moment?

Călin Ionescu: Ne confruntăm cu aceeași provocare generalizată pentru toate industriile, dar cu precădere în HoReCa - lipsa forței de muncă. O adresăm prin măsuri diverse, de la cele pentru fidelizarea angajaților la importul de forță de muncă, dar credem că amploarea problemei și cauzele atât de adânc necesită coordonarea mai multor actori. Acțiunile punctuale ale companiilor nu pot suplini implicarea

statului, prin politici bine gândite care să demotiveze emigrarea sau chiar să îi atragă înapoi în țară pe cei care lucrează în străinătate, sau pe cea a sistemului de învățământ, care trebuie să pregătească elevii și studenții în acord cu cerințele pieței muncii.

Aș mai adăuga o provocare majoră și anume impredictibilitatea cu privire la cum va arăta cadrul fiscal anul viitor. Sperăm ca orice modificări să fie luate doar după consultarea cu mediul privat, respectând timpul legal de implementare, și să se aibă în vedere nu doar acoperirea deficitului bugetar, ci și creșterea economică. Dacă soluția la deficit vine doar din creșterea de taxe și impozite, fără a lucra și la componenta de cheltuieli, vor fi presiuni enorme pe bugetul individual și pe profitabilitatea companiilor. Orice măsuri trebuie realizate având în vedere și continuarea creșterii economice.

Reporter: Ce obiective are Sphera Franchise Group pentru anul 2025?

Călin Ionescu: De continuare a strategiei de dezvoltare atât prin deschiderea de noi restaurante, cât și investiții în remodelare și digitalizare.

Similar ultimilor ani, ținăm în special unități de tip drive thru, pentru KFC și Taco Bell în România, dar vedem potențial de extindere și pentru KFC Italia. Desigur, un proiect important este dezvoltarea Ciocolatitaliani, cu prima unitate urmând să fie inaugurată în prima parte a anului viitor în Italia și sperăm ca, până la final de an, început de 2026, să deschidem și în România.

Nu în ultimul rând, căutăm activ să ne extindem portofoliul. Ne dorim branduri compatibile cu valorile noastre, care să ne permită valorificarea unor sinergii de Grup și cu istoric de profitabilitate. Este o provocare, dar și o zonă cu potențial imens.

Reporter: Vă mulțumesc! ■

DE 30 DE ANI HRĂNIM POFTA DE

*Să construim un
business de succes*

