

Sfinks Polska podał wyniki. Firma wprowadza nowe koncepty

data aktualizacji: 2019.11.30



Restauracje sieci Sfinks Polska wypracowały po trzech kwartałach 2019 r. przychody ze sprzedaży gastronomicznej w wysokości 147,01 mln zł, co oznacza wzrost o ponad 5 proc. rok do roku. Pozytywna dynamika dotyczy wszystkich najważniejszych marek w portfolio Sfinksa, w tym sieci Sphinx, Chłopskie Jadło i Fabryka Pizzy.

Przychody jednostkowe wyniosły na koniec okresu 119,60 mln zł wobec 129,57 mln zł rok wcześniej, co było skutkiem m.in. przekształcenia części lokali własnych we franczyzowe i wyłączenia ich z bezpośredniego wpływu na sprzedaż samej spółki. Po trzecim kwartale Sfinks Polska zanotowała także jednostkowy wynik netto na poziomie -13,62 mln zł (wobec -2,30 mln zł sprzed roku) oraz EBITDA w wysokości 27,32 mln zł (wobec 8,77 mln zł sprzed roku). Na wyniki spółki za trzy kwartały br. w największym stopniu przełożyły się m.in. nowe przepisy rachunkowe (MSSF 16 i MSSF 9), odpisy na majątek i należności oraz różnice kursowe.

W okresie trzech kwartałów 2019 r. portfolio Sfinksa powiększyło się o 12 restauracji. Na mapie zasięgu gastronomicznego operatora pojawiły się dwie nowe restauracje Sphinx, cztery dodatkowe Fabryki Pizzy oraz trzy Piwiarnie Warki. W tym roku spółka przejęła także trzy lokale pod marką Meta i Meta Disco. Trwają prace nad uruchomieniem kolejnych lokali, głównie franczyzowych. Na przełomie roku nowe restauracje mają pojawić się w Nowym Sączu i Starogardzie Gdańskim.

- Nasze koncepty to atrakcyjne, rozpoznawalne marki specjalizujące się w najpopularniejszych rodzajach kuchni. Obecnie powstają też Sphinx i Fabryka Pizzy w Krośnie, których otwarcie planowane jest na I kwartał 2020 r. W podobnym okresie mają także ruszyć nowe restauracje Sphinx w Ostrołęce i Inowrocławiu – mówi Sylwester Cacek, prezes Sfinks Polska.

Popularność i atrakcyjność konceptów należących do Sfinksa potwierdzają również przychody ze sprzedaży gastronomicznej ogółem (+5,1 proc. r/r) oraz w ramach głównych marek Sphinx (+2,1 proc. r/r), Chłopskie Jadło (+12,4 proc. r/r) i Fabryka Pizzy (+183 proc. r/r). Z kolei analizę przychodów w ujęciu jednostkowym i skonsolidowanym należy oceniać przez pryzmat zmian w strukturze sieci.

- Część restauracji własnych, których sprzedaż była wcześniej uwzględniana w wynikach jednostkowych, została przekształcona na franczyzę, stąd zmiana przychodów ze sprzedaży spółki rok do roku. Z kolei na dalsze pozycje w rachunku wyników oraz na bilans miało zastosowanie nowych standardów rachunkowości – MSSF 16 i MSSF 9, co znacznie zaburzyło obraz in plus lub in minus w zależności od kategorii. Jednocześnie warto zauważyć, że mimo mniejszych obrotów rentowność sprzedaży brutto restauracji należących do spółki wzrosła rok do roku, również po oczyszczeniu z wpływu MSSF - z 14 proc. do 14,7 proc. – zaznacza prezes Sfinksa.

Sfinks Polska rozwija także sprzedaż w kanale delivery i ta działalność ma coraz większy, pozytywny wpływ na przychody. Na koniec trzeciego kwartału br. spółka oferowała usługę już z 70 punktów w kraju. Co ważne, Sfinks stopniowo rozszerza geograficzną dostępność oferty, wychodząc poza zasięg stacjonarnych restauracji danej marki i realizując zamówienia z innych swoich lokali. W ten sposób zasięg oferty Chłopskiego Jadła powiększył się w trzecim kwartale o 15 dodatkowych punktów, choć sama sieć fizycznie liczy 12 restauracji. Podobnie jest w przypadku Fabryki Pizzy, której przybyły w minionym kwartale dwie dodatkowe lokalizacje z ofertą delivery, niepokrywające się z lokalizacją sieci stacjonarnej tej marki. Sprzedaż w delivery jest prowadzona poprzez własny portal Sfinksa – SmacznieiSzybko.pl oraz przez najpopularniejsze zewnętrzne platformy do składania zamówień online. W tym roku grono partnerów Sfinksa powiększyło się o Uber Eats i Wolt.

W ujęciu skonsolidowanym na koniec trzeciego kwartału 2019 r. grupa Sfinks Polska osiągnęła przychody o wartości 127,27 mln zł (wobec 134,48 mln zł rok wcześniej), EBIT na poziomie -3,86 mln zł (wobec 0,53 mln zł) oraz wynik netto na poziomie -14,56 mln zł (wobec -3,24 mln zł). EBITDA grupy po trzecim kwartale 2019 r. to 27,12 mln zł (przy 8,77 mln zł w analogicznym okresie roku ubiegłego).

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/sfinks-polska-podal-wyniki-firma-wprowadza-nowe-ko,58982>