



Raport Anual 2023

Sphera Franchise Group S.A.





S P H E R A

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	4
RAPORTUL ADMINISTRATORILOR	8
PREZENTAREA GRUPULUI	9
STRUCTURA GRUPULUI	9
SCOPUL AFACERII	10
ACȚIONARIATUL ȘI CAPITALUL EMIS	13
GUVERNANȚĂ	14
MANAGEMENTUL GRUPULUI	14
REZULTATE FINANCIARE CONSOLIDATE	20
REZULTATE FINANCIARE INDIVIDUALE	25
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	27
BRANDURI & PERFORMANȚĂ VÂNZĂRI	28
FACTORI-CHEIE CARE AFECTEAZĂ REZULTATELE GRUPULUI	33
CONTROL INTERN	38
ASPECTE DE MEDIU	42
GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ	43
DECLARAȚIE DE CONFORMITATE CU CODUL DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ AL BVB	44
DECLARAȚIA NEFINANCIARĂ CONSOLIDATĂ	54
DECLARAȚIA CONDUCERII	61

Situațiile financiare individuale și consolidate la 31 decembrie 2023, prezentate în paginile următoare, sunt auditate și sunt întocmite în conformitate cu Ordinul Ministerului Finanțelor Publice nr. 2844/2016 pentru aprobarea Reglementărilor contabile conforme cu Standardele Internaționale de Raportare Financiară.

DISCLAIMER: În caz că nu este menționat altfel, sumele sunt exprimate în `000 LEI.

INFORMAȚII EMITENT

INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT

Tipul raportului	Raport Anual
Pentru exercițiul financiar	01.01.2023 – 31.12.2023
Data publicării	26.03.2024
Conform	Anexa 15 la Regulamentul ASF 5/2018

INFORMAȚII EMITENT

Nume	Sphera Franchise Group S.A.
Cod fiscal	RO 37586457
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J40/7126/2017
Sediul social	Calea Dorobanților nr. 239, etaj 2, București sector 1

INFORMAȚII DESPRE INSTRUMENTELE FINANCIARE

Capital subscris și vărsat	581.990.100 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	Bursa de Valori București, Piața Principală, Categoria Premium
Număr acțiuni	38.799.340
Simbol	SFG

DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

Telefon/Fax	+40 21 201 17 57 / +40 21 201 17 59
E-mail	investor.relations@spheragroup.com
Website	www.spheragroup.com

SCRISOARE DE LA CEO

Stimați acționari,

De patru ani, navigăm prin volatilitate, incertitudine și provocări fără precedent. Dar reușita în condiții adverse arată adevărata putere a unui business. Prin urmare, mă bucur cu atât mai mult să vă împărtășesc realizările noastre remarcabile, cu rezultate record, pentru 2023.

Creștere este cuvântul care descrie cel mai bine Grupul Sphera anul trecut. În pofida provocărilor – inflație ridicată, creșteri neprevăzute de taxe, o piață dificilă a forței de muncă și consumul prudent al clienților – am încheiat 2023 cu o creștere de două cifre atât în ceea ce privește veniturile, cât și rezultatul final, în timp ce profitabilitatea a revenit la nivelul pre-pandemic din 2019. Aceste performanțe consolidează poziția noastră incontestabilă de lider în industria de food service.

Și, dincolo de rezultatele financiare, am marcat un reper istoric pentru România: KFC a devenit primul lanț local care a atins borna de 100 de restaurante.

Încă o dată, datorită echipelor noastre extraordinare de pe toate cele trei piețe, am obținut performanță. Ne-am adaptat și am găsit soluții pentru ne continua creșterea, a deveni mai eficienți și a ne îmbunătăți profitabilitatea.

Rezultatele bune ale companiei au fost posibile datorită volumelor mai mari de vânzări, strategiei eficiente de calibrare a prețurilor și măsurilor riguroase de control al costurilor. În pofida creșterii costurilor și a presiunii fiscale suplimentare, prin management adecvat, cheltuielile cu restaurantele au crescut într-un ritm mai lent decât vânzările.

Ca urmare, Sphera a obținut un profit operațional în restaurante cu 45,7% mai mare în 2023 față de anul precedent. Compania a încheiat anul cu un nivel confortabil de profitabilitate și o marjă EBITDA de 10,1%.

O realizare notabilă în 2023 privește cheltuielile. Am reușit să ținem sub control creșterea costurilor în jurul inflației, la doar 8% în 2023.

Toate categoriile de costuri au înregistrat creșteri mici sau moderate față de anul anterior, cheltuielile cu alimente și materiale crescând cu 4,9%, mai puțin decât rata inflației pentru produsele



alimentare înregistrată la nivel național. Ca urmare, ponderea acestei categorii de costuri din totalul vânzărilor a scăzut și ea cu 2pp de la an la an, până la 32,6%.

KFC România a avut cea mai mare contribuție la rezultatele financiare remarcabile obținute de Sphera anul trecut, depășind pragul de 1 miliard lei vânzări în 2023.

Taco Bell a avut, de asemenea, o performanță excepțională, care a condus la atingerea pragului de rentabilitate anticipat, încheind anul 2023 cu profit. Și KFC Italia a devenit profitabilă în 2023, în timp ce KFC Moldova, cu cele două restaurante din Chișinău, a avut din nou o performanță excelentă, cu un profit net de 2,8 milioane lei.

Programul de reorganizare a rețelei Pizza Hut a început oficial în T3 2023, cu scopul de a alinia brandurile Pizza Hut și Pizza Hut Delivery, de a optimiza costurile, de a crește agilitatea brandului și de a îmbunătăți indicatorii de profitabilitate. Este de așteptat ca efectele pozitive ale acestei reorganizări să fie vizibile pe termen mediu.

Inflația a continuat să pună presiune pe bugetele clienților noștri, ceea ce i-a determinat să acorde atenție sporită cheltuielilor. Prin urmare, am realizat campanii de marketing axate pe inovație și oferte, pentru a genera tranzacții și vânzări.

Mai mult, brandurile noastre emblematice sunt puternice. Clienții le iubesc și continuă să revină în restaurante pentru experiența și produsele excelente pe care le oferim.

Piața muncii a rămas provocatoare și în 2023 și a necesitat creativitate din partea colegilor noștri de

la departamentele de resurse umane și training pentru a crește retenția angajaților.

Am continuat să integrăm principiile de sustenabilitate în activitățile noastre și sunt mândru să împărtășesc că Sphera este în continuare plasată în categoria de risc scăzut în ceea ce privește riscurile ESG, demonstrând abordarea noastră pe termen lung privind modul în care ne conducem businessul.

Toate aceste realizări se reflectă în evoluția acțiunilor Sphera, care a depășit-o incontestabil pe cea a indicelui BET. O creștere cu 83,6% a prețului acțiunilor este o realizare de care suntem extrem de mândri și se datorează concentrării noastre continue pe extinderea profitabilă a businessului, consolidării relațiilor cu investitorii, prin participare constantă la roadshow-uri și alte evenimente conexe, precum și îmbunătățirii transparenței în comunicare.

În acest context, în noiembrie 2023, pe baza voturilor investitorilor instituționali, am primit mai multe distincții - cel mai bun CEO, cel mai bun CFO, cel mai bun IRO și cel mai bun program de relații cu investitorii - pe care le apreciem și pentru care suntem recunoscători.

Pe măsură ce businessul nostru crește, vom continua să urmărim strategia de dezvoltare, să ne concentrăm pe managementul eficient al costurilor și să menținem prioritară profitabilitatea.

Anul 2024 este special pentru Sphera – sărbătorim 30 de ani de la deschiderea primului nostru restaurant din România, 30 de ani de expansiune, dezvoltare, clienți fideli și colegi pasionați de munca lor, o parte din care au fost aici la început și încă sunt alături de noi.

Suntem încrezători că experiența noastră vastă, efortul susținut și abordarea inovativă ne vor ajuta să avem succes și să rămânem lider detașat al industriei food service.

Călin Ionescu

ASPECTE FINANCIARE CHEIE

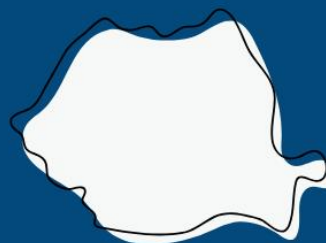
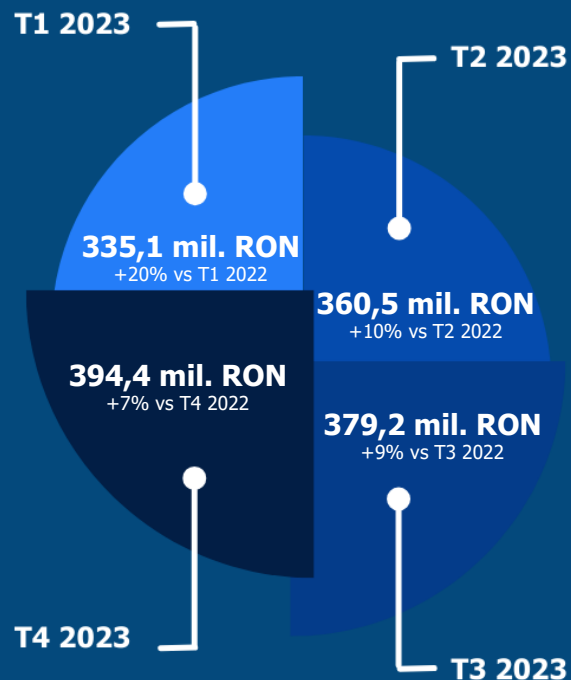


KFC



VÂNZĂRI CONSOLIDATE 2023

1.469,2 milioane RON
+11% vs. 2022



1.264,8 mil. RON
+11% vs. 2022



183,8 mil. RON
+11% vs. 2022



20,6 mil. RON
+18% vs. 2022

KFC

1.269,4 mil. RON
+12% vs. 2022



115,2 mil. RON
-6% vs. 2022



84,5 mil. RON
+22% vs. 2022

#1

T4'23 a fost cel mai bun trimestru din istorie în ceea ce privește vânzările, EBITDA și profitul net

159,6 mil. RON

profit din exploatare în restaurante în 2023, +46% față de 2022

147,9 mil. RON

EBITDA normalizat în 2023, +44% față de 2022

79,7 mil. RON

profit net normalizat în 2023, +80% față de 2022

0,4

raportul datorie netă/EBITDA

+95,5%

randamentul total în 2023 pentru acționarii SFG

RAPORTUL ADMINISTRATORILOR



S P H E R A

PREZENTAREA GRUPULUI

Sphera Franchise Group SA împreună cu filialele sale: US Food Network SA („USFN”), US Food Network SRL Italia („USFN Italia”), US Food Network SRL Moldova („USFN Moldova”), California Fresh Flavors SRL („Taco Bell”) și American Restaurant System SA („ARS”) formează „Grupul”.

În 2017, înainte de listarea la Bursa de Valori București, Grupul a trecut printr-o reorganizare care a dus la înființarea Sphera Franchise Group S.A. ca societate-mamă a US Food Network SA („USFN România” sau „KFC România”), American Restaurant System SA („ARS” sau „Pizza Hut”), US Food Network S.r.l. („USFN Italia” sau „KFC Italia”), US Food Network SRL („USFN Moldova” sau „KFC Moldova”) și California Fresh Flavors SRL („CFF” sau „Taco Bell”). Scopul reorganizării a fost acela de a asigura o mai bună coordonare a activităților și de a spori crearea de valoare, profitând de sinergiile la nivel de grup și realizând economii de scară. În ceea ce privește activitățile, Sphera oferă în beneficiul entităților grupului servicii precum servicii de management, suport pentru marketing, dezvoltare și management de proiect, suport pentru vânzări, resurse umane, și alte servicii.

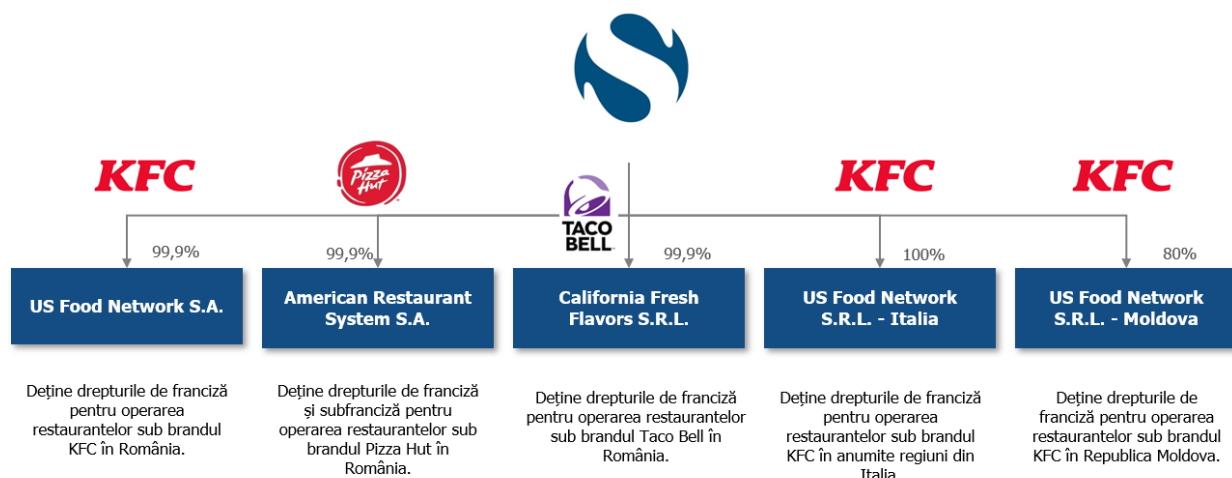
În consecință, Sphera Franchise Group SA (denumită în continuare „societatea-mamă”, „Sphera” sau „Grupul”) a fost înființată la data de 16 mai 2017 de către acționarii USFN și ARS ca societate pe acțiuni și are sediul social pe Calea Dorobanților nr. 239, București, România.

STRUCTURA GRUPULUI

Detaliile privind investițiile Sphera în companiile controlate, care reprezintă și filialele consolidate ale Grupului la 31 decembrie 2023 și 31 decembrie 2022 sunt următoarele:

Denumirea companiei	Țara de înființare	Domeniul de activitate	Control la 31.12.2023	Control la 31.12.2022
US Food Network SA	România	Restaurant	99,9997%	99,9997%
American Restaurant System SA	România	Restaurant	99,9997%	99,9997%
California Fresh Flavors SRL	România	Restaurant	99,9900%	99,9900%
US Food Network SRL	Moldova	Restaurant	80,0000%	80,0000%
US Food Network S.r.l.	Italia	Restaurant	100,0000%	100,0000%

Reprezentarea vizuală a structurii holding a grupului este prezentată mai jos



Sphera a devenit societatea-mamă a USFN și ARS la data de 30 mai 2017, în urma aportului a 99,9997% dintre acțiunile deținute de acționarii USFN și ARS în cele două companii în schimbul unor acțiuni în Sphera Franchise Group. La data de 8 iunie 2017 și 14 iunie 2017, Sphera a achiziționat acțiunile deținute de USFN în US Food Network SRL din Republica Moldova și respectiv US Food Network S.r.l. din Italia. În iunie 2017, Sphera a înființat cea mai nouă filială a Grupului, California Fresh Flavors, introducând în portofoliul său brandul Taco Bell.

US Food Network SA (USFN), filiala care operează franciza KFC în România, a fost înființată în 1994 ca societate cu răspundere limitată, ulterior schimbându-și forma de organizare ca societate pe acțiuni cu sediul social în Calea Dorobanților nr. 239, București, România. Grupul deține 99,9% din acțiunile companiei.

American Restaurant System SA (ARS), care operează franciza Pizza Hut, a fost înființată în 1994 ca societate pe acțiuni și are sediul social în Calea Dorobanților nr. 239, București, România. Grupul deține 99,99% din acțiunile companiei.

Filiala din Moldova, US Food Network SRL, care operează franciza KFC pe teritoriul Republicii Moldova, a fost înființată în 2008 ca societate cu răspundere limitată și are sediul social în Strada Bănulescu Bodoni nr. 45, Chișinău, Republica Moldova. Grupul deține 80% din acțiunile companiei.

Filiala din Italia, US Food Network S.r.l., care operează franciza KFC pe teritoriul Italiei, a fost înființată în 2016 ca societate cu răspundere limitată și are sediul social în Viale Francesco Restelli nr. 5, Milano, Italia. Grupul deține 100% din acțiunile companiei.

California Fresh Flavors SRL („Taco Bell”) a fost înființată la 19 iunie 2017 și operează franciza Taco Bell în România. Sphera deține 99,99% din acțiunile companiei. Compania funcționează ca o societate cu răspundere limitată și are sediul social în Calea Dorobanților 239, București, România.

SCOPUL AFACERII

Activitatea francizată în sectorul serviciilor alimentare desfășurată de Grup a fost lansată în 1994, odată cu deschiderea primei unități Pizza Hut, care a fost urmată de deschiderea în 1997 a primei unități KFC, ambele în București. Grupul operează un concept de restaurante cu servire rapidă și mâncare la pachet sub brandul Kentucky Fried Chicken („KFC”), localizate în România (101 restaurante la 31 decembrie 2023), precum și în Republica Moldova (2 restaurante) și în Italia (18 restaurante). Grupul operează, de asemenea, un lanț de pizzerii (34 de restaurante la 31 decembrie 2023, și o subfranciză) sub brandul Pizza Hut („PH”), localizate în România, și un lanț de restaurante sub brandul Taco Bell (15 restaurante la 31 decembrie 2023).

Activitatea Sphera se desfășoară prin intermediul următoarelor segmente:

- Restaurante cu servire rapidă – prin restaurantele KFC (în România, Republica Moldova și Italia) și restaurantele Taco Bell (în România)
- Restaurante cu servicii complete și de livrare – prin restaurantele Pizza Hut din România

Toate restaurantele operate de către Grup oferă servicii de livrare, fie prin intermediul flotei proprii, fie în parteneriat cu platforme pentru livrare de mâncare.

KFC, Pizza Hut și Taco Bell sunt toate operate într-un sistem master de franciză, de companii deținute de Sphera Franchise Group, cel mai mare grup de restaurante din sectorul restaurantelor cu servicii complete în România. O franciză principală este un contract de franciză în care francizorul principal predă controlul activităților de franciză pe un teritoriu specificat unei persoane sau entități, numit „francizat principal” (EN: „master franchisee”). Yum! este francizorul principal al Sphera Franchise Group.

La data de 31 decembrie 2023, Grupul avea 5.152 de angajați, dintre care 4.662 în România, 418 în Italia și 72 în Republica Moldova. Toate brandurile din portofoliul Sphera Franchise Group oferă clienților experiențe memorabile, servicii excelente și produse unice pregătite de echipe pasionate.

DESPRE BRANDURI



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 puiul delicios în peste 27.000 de restaurante din mai mult de 145 de țări și teritorii la nivel global.

În România, primul restaurant KFC a fost deschis în București, în 1997 de Grupul Sphera. Astăzi, KFC este cel mai mare lanț de restaurante cu servire rapidă pentru produse din pui din România, atât din punct de vedere al vânzărilor totale, cât și în ceea ce privește numărul de restaurante. La 31 decembrie 2023, în România existau 101 restaurante KFC. În 2008, Grupul a deschis primul restaurant KFC din Republica Moldova, iar la 31 decembrie 2023, Grupul opera două restaurante (ambele la Chișinău). În 2017, Grupul a deschis primele două restaurante din Italia.

La 31 decembrie 2023, existau 18 restaurante KFC operate de Grup, localizate în anumite regiuni din Italiei. Dintre toate restaurantele KFC care operează în România, Italia și Republica Moldova, la 31 decembrie 2023, 69 erau amplasate în zone de tip food-court (în mall-uri sau centre comerciale), 23 erau stradale, în timp ce alte 29 erau locații de tip Drive-Thru. În 2018, KFC România a lansat serviciul de livrări, acestea fiind efectuate în prezent în colaborare cu platforme pentru livrare de mâncare.

În toate restaurantele KFC, Grupul comercializează produse alimentare și băuturi, fie separat, fie ca parte a unui pachet cu un preț atractiv, denumit „meniu sau box”. În general, meniurile includ trei componente principale: o porție dintr-un produs pe bază de pui (burgeri, rulouri sau bucăți de carne de pui), o porție medie de cartofi prăjiți și o băutură nealcoolică medie. Pentru un preț suplimentar, clienții noștri pot alege varianta „Go Large” a meniului, care constă în porții mari de cartofi prăjiți și o băutură nealcoolică mare. Unele oferte de meniuri conțin și sosuri. În timp ce meniurile sau box-urile sunt de obicei dimensionate pentru o singură persoană, oferim de asemenea și produse, numite „Buckets”, destinate consumului de către un grup (în mod normal, până la patru persoane). Acestea constau, în general, într-un număr mai mare de bucăți de carne de pui, iar unele includ porții de cartofi prăjiți și băuturi nealcoolice.



PIZZA HUT este un restaurant casual cu servire la masă, fondat cu mai bine de 60 de ani în urmă, în Wichita, Kansas, 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 100 de țări. Restaurantele servesc un meniu divers, care include pizza și paste, salate, precum și garnituri și deserturi.

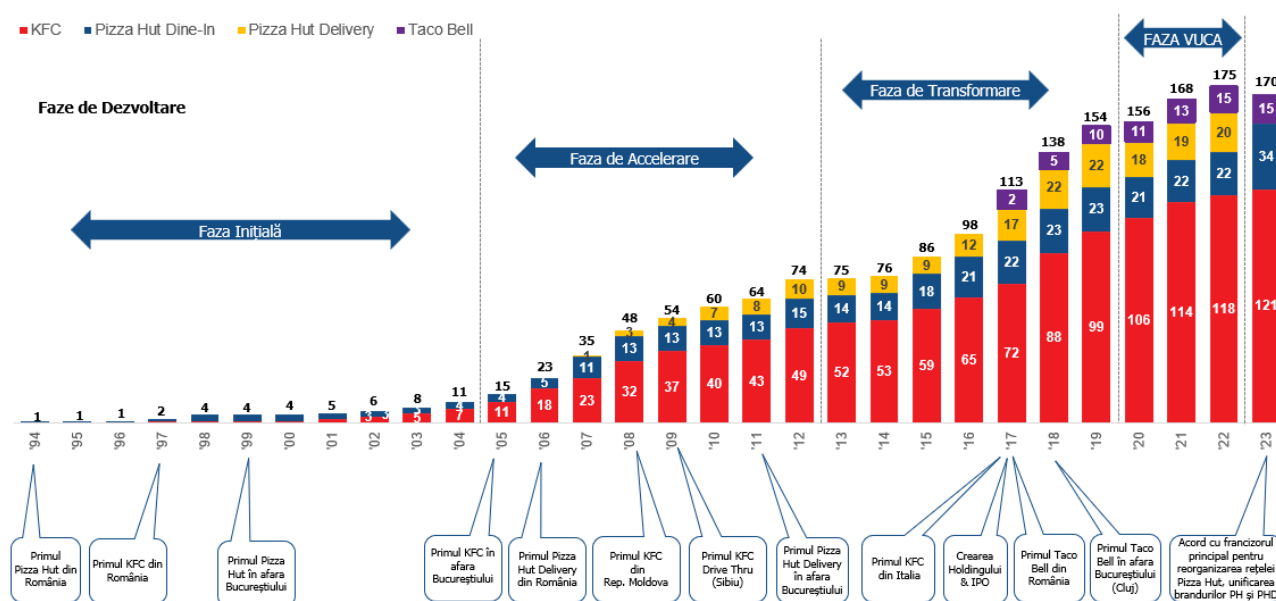
Pizza Hut a fost primul brand al Grupului care a intrat pe piața românească în urmă cu 30 de ani, odată cu deschiderea primei sale unități din Calea Dorobanților în București, iar astăzi este cel mai mare lanț de restaurante casual din România, atât din punct de vedere al vânzărilor totale, cât și al numărului de restaurante. La 31 decembrie 2023 existau 34 de restaurante Pizza Hut în marile orașe ale României și o unitate subfrancizată, constând în unități Dine-In, Delivery și Express amplasate în mall-uri, centre comerciale sau Inline (unități stradale).

În restaurantele Pizza Hut se vinde în principal pizza (o gamă largă de rețete tradiționale și proprietare, pregătite pe o varietate de blaturi, cum ar fi Pan, Classic, Cheesy Bites și Stuffed Crust) și alte produse de meniu principal (precum burgeri și paste sau salate), băuturi (în principal nealcoolice) și deserturi.



TACO BELL este cel mai important restaurant din lume cu servicii rapide (QSR) inspirat de bucătăria mexicană, fondat în California, în 1962. Astăzi, sunt peste 7.200 de unități deschise în mai mult de 30 de țări, la nivel global. Restaurantele servesc o varietate de produse specifice bucătăriei mexicane, care includ tacos, burritos, quesadillas, nachos, noutăți și specialități și o gamă de produse „value menu”. Sphera Group a deschis primul restaurant Taco Bell în București, România, în octombrie 2017. La 31 decembrie 2023, Grupul opera 15 restaurante Taco Bell, toate fiind amplasate în cadrul centrelor comerciale din România.

Evoluția istorică a extinderii rețelei* din 1994 până în 2023 este prezentată mai jos:



* Acest grafic nu include sub-franciza PHD.

În 2023, Sphera Franchise Group a început procesul de reorganizare a rețelei de restaurante a American Restaurant System, operatorul brandurilor Pizza Hut® și Pizza Hut Delivery® în România. Procesul are ca scop optimizarea costurilor, creșterea agilității în condițiile unei concurențe tot mai ridicate și îmbunătățirea experienței clienților, care se vor reflecta în redresarea indicatorilor de profitabilitate.

Acest proces include închiderea a 13 restaurante Pizza Hut într-o perioadă de aproximativ 6 luni, în special unități care deservesc zone cu un grad mare de suprapunere, rezultat în urma consolidării sub un singur brand și alinierii operațiunilor Pizza Hut și Pizza Hut Delivery. Intenția Companiei este ca eficientizarea rețelei de restaurante să aibă un impact cât mai redus asupra angajaților, care vor fi relocați în cadrul rețelei Sphera Group, în timp ce clienții vor beneficia de aceleași produse și servicii în restaurante Pizza Hut aflate în proximitate. În 2023, 8 locații Pizza Hut au fost închise.

Per total, în 2023, Sphera a deschis 8 restaurante noi - toate fiind noi restaurante KFC în România. Noile deschideri au fost compensate de închiderea a 2 unități KFC neperformante în Italia, 3 unități KFC în România, 8 locații Pizza Hut în contextul procesului de reorganizare descris anterior, precum și a unei unități Paul în România. Închiderea unui restaurant KFC (KFC Leonida) este temporară ca urmare a unor factori externi (restaurarea clădirii). În consecință, la 31 decembrie 2023, Sphera Franchise Group opera 171 de restaurante: 101 restaurante KFC în România, 2 în Moldova și 18 în Italia, precum și 34 de restaurante Pizza Hut, 15 restaurante Taco Bell și o subfranciză PHD.

ACȚIONARIATUL ȘI CAPITALUL EMIS

Capitalul social al Sphera Franchise Group SA la 31 decembrie 2023 era de 581.990.100 lei, împărțit în 38.799.340 acțiuni ordinare cu o valoare nominală de 15 lei pe acțiune (din care 104.100 erau acțiuni proprii). Capitalul social la 31 decembrie 2022 era același.

Acționarii Sphera Franchise Group SA la 31 decembrie 2023 și 31 decembrie 2022 sunt după cum urmează:

Acționar	Procent din acțiuni la 31.12.2023	Procent din acțiuni la 31.12.2022
Tatika Investments Ltd.	29,55%	28,61%
Computerland Romania SRL	20,53%	20,53%
Wellkept Group SA	17,07%	16,88%
Acțiuni liber tranzacționabile	32,85%	33,98%

Pe 4 septembrie 2023, Sphera Franchise Group a finalizat programul de răscumpărare de acțiuni proprii comunicat pieței pe 30 iunie 2023 și inițiat pe 3 iulie 2023. Răscumpărarea a fost efectuată în conformitate cu Hotărârea AGEA nr. 1 din 27 aprilie 2023. În cadrul programului de răscumpărare, Sphera Franchise Group a răscumpărat 104.100 de acțiuni proprii la un preț mediu de răscumpărare de 19,5715 lei pe acțiune, prețul total plătit pentru acțiunile proprii răscumpărate fiind de 2.037.392,50 lei. Răscumpărarea a fost efectuată în vederea implementării Planului de Acordare Opțiuni (SOP) pentru Directori pentru activitatea aferentă anilor 2021 și 2022. În consecință, la 31 decembrie 2023, Sphera Franchise Group deține 104.100 de acțiuni proprii.

La data de 18 ianuarie 2024, Compania a informat piața cu privire la atribuirea a 39.300 de acțiuni gratuite directorilor Companiei, reprezentând SOP pentru anul 2021.

ACTIVITATEA PE BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

Acțiunile Sphera Franchise Group au debutat pe Piața Principală a Bursei de Valori București pe 9 noiembrie 2017, după încheierea cu succes a Ofertei Publice Inițiale. Sphera Franchise Group este primul și singurul operator de servicii alimentare listat la Bursa de Valori București.

Începând cu 24 septembrie 2018, acțiunile Sphera Franchise Group, disponibile sub simbolul „SFG”, sunt incluse în indicele principal al Bursei de Valori București, BET, care este indicele de referință pentru piața de capital din România. Începând cu data de 21 martie 2022, acțiunile SFG sunt incluse în indicele FTSE Global Microcap, iar începând cu 10 august 2023, în indicii MSCI Frontier Markets Small Cap și MSCI Romania Small Cap.

În 2023, investitorii au tranzacționat 2.963.093 de acțiuni SFG (22,6% din free float) cu o valoare totală de 60,7 milioane lei. În 2023, SFG a fost a 3-a cea mai performantă acțiune din indicele BET, apreciindu-se cu 83,6% și depășind semnificativ indicele BET, care a crescut cu 31,8%. Randamentul total al acțiunilor SFG în 2023, incluzând dividendele plătite la 31 martie 2023 și 10 octombrie 2023, a fost de 95,5%, față de o creștere de 39,9% pentru indicele BET-TR înregistrată în aceeași perioadă.



GUVERNANȚĂ

Adunarea Generală a Acționarilor (AGA) este cel mai înalt organism de conducere al Sphera Franchise Group. În 2023, compania a organizat două AGA:

ADUNAREA GENERALĂ A ACȚIONARILOR DIN 27.04.2023

Pe 24 martie 2023, Consiliul de Administrație al Sphera Franchise Group a convocat Adunările Generale Ordinare și Extraordinare ale Acționarilor pentru data de 27 aprilie 2023. În cadrul AGOA, acționarii au aprobat situațiile financiare pentru anul 2022, raportul de remunerare pentru 2022 și bugetul pentru 2023. În plus, acționarii au ales un nou Consiliu de Administrație pentru mandatul 2023-2027, format din dl. Silviu-Gabriel Cărmăciuc, dl. Mihai Ene, dl. Lucian Hoancă, dl. Răzvan Lefter și dl. Georgios Repidonis și au aprobat remunerația lunară acordată membrilor Consiliului de Administrație. Acționarii au votat, de asemenea, în cadrul AGOA, Planul de Acordare de Opțiuni (SOP) pentru Directori pentru activitatea desfășurată în 2021 și 2022. În cadrul AGEA, acționarii au aprobat achiziționarea de acțiuni SFG pentru implementarea SOP.

ADUNAREA GENERALĂ A ACȚIONARILOR DIN 04.09.2023

În data de 4 septembrie 2023, a avut loc Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor Sphera Franchise Group. În cadrul AGOA, acționarii au aprobat distribuirea de dividende în valoare de 45.007.234,40 lei din profitul net nedistribuit aferent exercițiilor financiare 2020-2022, stabilind un dividend brut/acțiune de 1,16 lei. Data ex-date a fost 18 septembrie 2023, data de înregistrare - 19 septembrie 2023, iar data plății - 10 octombrie 2023.

MANAGEMENTUL GRUPULUI

CONSILIUL DE ADMINISTRAȚIE

Compania este condusă de Consiliul de Administrație, ai cărui membri sunt numiți pentru un mandat de 4 ani. La data de 31 decembrie 2023, numărul membrilor Consiliului de Administrație al Companiei este de 5 membri.

În data de 24 martie 2023, Consiliul de Administrație al Sphera Franchise Group a convocat Adunările Generale Ordinare și Extraordinare ale Acționarilor pentru data de 27 aprilie 2023. În cadrul AGOA, acționarii au ales un nou Consiliu de Administrație pentru mandatul 2023-2027, format din: dl. Silviu-Gabriel Cărmăciuc, dl. Mihai Ene, dl. Lucian Hoancă, dl. Răzvan Lefter și dl. Georgios Repidonis. În data de 12 mai 2023, Consiliul de Administrație l-a numit pe dl. Lucian Hoancă în funcția de președinte al Consiliului de Administrație, iar pe dl. Georgios Repidonis în funcția de Vicepreședinte al Consiliului de Administrație, dar a ales și membrii Comitetelor Consiliului de Administrație.

Structura Consiliului de Administrație la 31 decembrie 2023 era următoarea:

Nume	Data numirii	Funcție	Rol	Număr de acțiuni SFG deținute direct la 31.12.2023
Lucian Hoancă	27 aprilie 2023	Președinte CA	Membru neexecutiv	-
Georgios Vassilios Repidonis	27 aprilie 2023	Vicepreședinte CA	Membru neexecutiv	-
Silviu Gabriel Cărmăciuc	27 aprilie 2023	Membru CA	Membru neexecutiv	-
Mihai Ene	27 aprilie 2023	Membru CA	Membru neexecutiv	-
Răzvan Ștefan Lefter	27 aprilie 2023	Membru CA	Membru independent	100.000 acțiuni

LUCIAN HOANCĂ

Domnul Hoancă este născut în anul 1957 și în prezent este membru neexecutiv în Consiliul de Administrație al Sphera Franchise Group din 2018, precum și președinte al Consiliului din octombrie 2020. De asemenea, este președinte al Comitetului de Nominalizare și Remunerare al Companiei. Dl. Hoancă a absolvit Facultatea de Limbi Străine din Universitatea București, fiind licențiat în filologie. Începând din anul 1995, a deținut funcții

de conducere în diverse companii precum ANA Group, EUROM, Exclusiv Comp, Băneasa Developments, Wellkept Group, Tatika Investments, Parc Hotels.

Companii afiliate: TDL Consult SRL, Parc Hotels SA, Tatika Investments Limited, Băneasa Developments SRL.

În ultimii 5 ani, dlui. Hoancă nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale. În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte dl. Hoancă. În ultimii 5 ani nu au existat litigii sau proceduri administrative în care a fost implicat dl. Hoancă referitoare la activitatea acestuia în cadrul emitentului, precum și acelea care privesc capacitatea dl. Hoancă de a-și îndeplini atribuțiile în cadrul emitentului. Nu există niciun acord, înțelegere sau legătură de familie între dl. Hoancă și o altă persoană datorită căreia a fost numit ca membru al Consiliului de Administrație.

GEORGIOS-VASSILIOS REPIDONIS

Domnul Repidonis este născut în anul 1961 și în prezent este membru neexecutiv în Consiliului de Administrație al Grupului din 2019 și Vicepreședinte al Consiliului de Administrație al Grupului din februarie 2022. Dl. Repidonis a absolvit Facultatea de Planificare și Cibernetică Economică din cadrul Academiei de Studii Economice din București. Cariera sa profesională s-a desfășurat în domeniul managementului executiv, al proiectelor de dezvoltare, marketing de produs și al contabilității. Între anii 1994 – 1997 a fost acționar, administrator și Director General al Comtra Intl Distributor în România, iar între 2004 – 2010 a fost acționar și Director General al restaurantului El Greco din București. De asemenea, Dl. Repidonis a fost acționar și responsabil cu dezvoltarea francizei pe România a mărcilor Lacoste și Gant în perioada 2001 – 2015.

Din 2008 este acționar, administrator și director general al cafenelelor Cafe Nescafe, iar din 2015 este director general al restaurantului Casa Doina din București. Dl. Repidonis este membru în Consiliul de Administrație și administrator la Băneasa Investments SA.

Companii afiliate: Casa Doina SRL, Dyonissos Group SRL, Debt Advisory and Management SRL, Băneasa Investments SA, Midi Development SRL.

În ultimii 5 ani, dlui. Repidonis nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale. În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte dl. Repidonis. În ultimii 5 ani nu au existat litigii sau proceduri administrative în care a fost implicat dl. Repidonis referitoare la activitatea acestuia în cadrul emitentului, precum și acelea care privesc capacitatea dl. Repidonis de a-și îndeplini atribuțiile în cadrul emitentului. Nu există niciun acord, înțelegere sau legătură de familie între dl. Repidonis și o altă persoană datorită căreia a fost numit ca membru al Consiliului de Administrație.

GABRIEL-SILVIU CÂRMACIU

Născut în anul 1980, domnul Cârmaciu este membru neexecutiv al Consiliului de Administrație al Grupului din mai 2017. Este licențiat în studii economice, cu specializarea în Finanțe, Bănci și Contabilitate. Este absolvent de cursuri postuniversitare cu specializările Relații Economice Internaționale Securitate și Apărare Națională; de asemenea a absolvit o serie de cursuri de formare profesională în domeniul bancar, General Management, Coaching și Leadership, Management financiar. A deținut diverse roluri de management în industria bancară și companii private precum management strategic și de trezorerie, investiții, consultanță și servicii.

Companii afiliate: Computerland Romania SRL.

În ultimii 5 ani, dlui. Cârmaciu nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale. În ultimii 5 ani, nu au existat

cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte dl. Cărmăciuc. În ultimii 5 ani nu au existat litigii sau proceduri administrative în care a fost implicat dl. Cărmăciuc referitoare la activitatea acestuia în cadrul emitentului, precum și acelea care privesc capacitatea dl. Cărmăciuc de a-și îndeplini atribuțiile în cadrul emitentului. Nu există niciun acord, înțelegere sau legătură de familie între dl. Cărmăciuc și o altă persoană datorită căreia a fost numit ca membru al Consiliului de Administrație.

RĂZVAN-ȘTEFAN LEFTER

Domnul Lefter este născut în anul 1980 și în prezent este membru independent, neexecutiv, în Consiliul de Administrație al Grupului Sphera din noiembrie 2018. De asemenea, acesta este și Președintele Comitetului de Audit al Grupului. A absolvit Facultatea de Finanțe, Asigurări, Bănci și Burse de Valori la Academia de Studii Economice din București și deține titlul CFA (Chartered Financial Analyst) acordat de CFA Institute din 2008. În prezent este Managing Partner la RSL Capital Advisors, dar și membru în consiliile de administrație la companii precum Mundus Services AD Bulgaria sau Eurohold AD Bulgaria. A mai fost membru în Consiliile de Administrație sau de Supraveghere ale unor companii precum SIF Muntenia, Cemacon Zalău, CONPET Ploiești, TeraPlast Bistrița. La începutul carierei, dl. Lefter a ocupat mai multe funcții la ING Bank, fiind printre altele analist la sediul central al băncii din Olanda, după care a fost Senior Equity Sales Trader la EFG Eurobank Securities și Swiss Capital România.

Companii afiliate: RSL CAPITAL ADVISORS SRL, Eurohold AD Bulgaria, Mundus Services AD Bulgaria.

În ultimii 5 ani, dlui. Răzvan Lefter nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale. În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte dl. Lefter. În ultimii 5 ani nu au existat litigii sau proceduri administrative în care a fost implicat dl. Lefter referitoare la activitatea acestuia în cadrul emitentului, precum și acelea care privesc capacitatea dl. Lefter de a-și îndeplini atribuțiile în cadrul emitentului. Nu există niciun acord, înțelegere sau legătură de familie între dl. Lefter și o altă persoană datorită căreia a fost numit ca membru al Consiliului de Administrație.

MIHAI ENE

Domnul Ene este născut în anul 1975 și este membru neexecutiv al Consiliului de Administrație din 4 februarie 2022. A absolvit Facultatea de Business și Turism din cadrul Academiei de Studii Economice, obținând ulterior o diplomă în Managementul Ospitalității la Ecole Hoteliere de Lausanne din Elveția. De-a lungul timpului, a participat la numeroase cursuri și programe de perfecționare și specializare profesională. În prezent, este Director General și Președinte al Consiliului de Administrație al Practic SA, Director operațional de business la Star Consulting & Training SRL și Director de operațiuni comerciale la Fundația Euroacces. În trecut, a mai făcut parte din consiliile de administrație ale Obor Market & Trade Center, Universal SA, iar la începutul carierei sale, pentru o perioadă îndelungată, a lucrat în sectorul hotelier, ocupând poziții de la Front Desk Officer la Deputy General Manager.

Companii afiliate: Practic SA, Star Consulting & Training SRL, Euroacces Foundation, Universal SA.

În ultimii 5 ani, dlui. Mihai Ene nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale. În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte dl. Ene. În ultimii 5 ani nu au existat litigii sau proceduri administrative în care a fost implicat dl. Ene referitoare la activitatea acestuia în cadrul emitentului, precum și acelea care privesc capacitatea dl. Ene de a-și îndeplini atribuțiile în cadrul emitentului. Nu există niciun acord, înțelegere sau legătură de familie între dl. Ene și o altă persoană datorită căreia a fost numit ca membru al Consiliului de Administrație.

COMITETE CONSULTATIVE

Consiliul de Administrație a constituit un Comitet de Audit și un Comitet de Nominalizare și Remunerare. Atât Comitetul de Audit, cât și Comitetul de Nominalizare și Remunerare sunt formate din trei membri ai Consiliului de Administrație, dintre care unul este desemnat Președinte. Ultimele alegeri pentru membrii comitetelor au avut loc în data de 12 mai 2023.

Membrii Comitetului de Audit la 31 decembrie 2023 erau:

- Răzvan-Ștefan Lefter - Președinte;
- Mihai Ene - membru;
- Georgios-Vassillios Repidonis - membru.

Membrii Comitetului de Nominalizare și Remunerare la 31 decembrie 2023 erau:

- Lucian Hoancă - Președinte;
- Gabriel-Silviu Cârmaciu - membru;
- Georgios- Vassillios Repidonis - membru.

CONDUCEREA EXECUTIVĂ

Consiliul de Administrație delegă conducerea Companiei către manageri care își îndeplinesc funcțiile pe baza unor contracte de mandat. În 2023, Consiliul de administrație a prelungit mandatele directorului general executiv (CEO), directorului financiar (CFO) și directorului de Marketing (CMO) pentru încă un mandat de patru ani, după cum urmează:

- Mandatul dlui. Călin Ionescu în calitate de Director General Executiv a fost prelungit pentru un nou mandat începând cu data de 01.05.2023 până la 30.04.2027 în cadrul ședinței Consiliului de Administrație din data de 27 aprilie 2023;
- Mandatul dlui. Valentin Budeș în calitate de Director Financiar a fost prelungit pentru un nou mandat începând cu data de 09.05.2023 până la 08.05.2027, în cadrul ședinței Consiliului de Administrație din data de 8 mai 2023;
- Mandatul dnei. Monica Eftimie în calitate de Director de Marketing a fost prelungit pentru un nou mandat începând cu data de 01.09.2023 până la 01.09.2027, în cadrul ședinței Consiliului de Administrație din data de 29 august 2023.

În cadrul ședinței din data de 29 august 2023, Consiliul de Administrație al Sphera Franchise Group a constatat încetarea de drept a mandatului dlui. Cristian Osiac în funcția de Director de Dezvoltare al Companiei începând cu data de 1 septembrie 2023, și a decis că funcția de Director de Dezvoltare nu va mai avea putere de reprezentare (putere executivă) la nivelul Companiei începând cu aceeași dată și, totodată, a decis reorganizarea Departamentului de Dezvoltare al Companiei în subordinea Directorului General al Companiei.

Biografiile echipei executive a Sphera Franchise Group sunt disponibile mai jos.

CĂLIN IONESCU, DIRECTOR GENERAL EXECUTIV

Data celei mai recente numiri: 1 mai 2023



Dl. Călin Ionescu este născut în anul 1969 și este Director General Executiv (CEO) din octombrie 2020 și Directorul de Operațiuni al Sphera Franchise Group (COO) din august 2017. Dl. Ionescu a studiat Marketing și Management în cadrul Universității Româno-Americane din București. Activitatea sa în domeniul restaurantelor a început în 1994, odată cu deschiderea primului restaurant Pizza Hut administrat de ARS (Romania).

Dl. Ionescu a ocupat diverse funcții din zona operațiunilor, de la Director de restaurant până la Director General, iar în anul 2012 a fost promovat în funcția de Director de Operațiuni al Grupului. În toată această perioadă, a participat activ în procesul de extindere a KFC și Pizza Hut în România și în Republica Moldova, iar în anul 2016, a pus bazele dezvoltării KFC în nord-estul și nord-vestul Italiei. Sub supervizarea sa, performanța brandurilor KFC și Pizza Hut în România s-a situat constant în topul primelor trei țări conform standardelor de performanță operațională ale Yum!.

Numărul de acțiuni SFG deținute la data de 31.12.2023: -

VALENTIN BUDEȘ, DIRECTOR FINANCIAR

Data celei mai recente numiri: 9 mai 2023



Dl. Budeș este născut în anul 1983 și este Director Financiar (CFO) al Sphera Franchise Group din mai 2019. Valentin Budeș a urmat cursurile Facultății de Studii Economice în Limbi Străine, secția Franceză, la Academia de Studii Economice din București și deține o diplomă de master în „Contabilitate Internațională” de la aceeași universitate.

Dl. Budeș este membru senior (fellow) al Asociației Chartered and Certified Accountants (ACCA) și deține o certificare în managementul riscului emisă de către Institutul Auditorilor Interni din Statele Unite ale Americii în România. Dl. Budeș este expert contabil membru CECCAR și practician în insolvență, fiind membru UNPIR.

Înainte de a-și desfășura activitatea în domeniul restaurantelor, Valentin Budeș a activat în domeniul consultanței financiare la KPMG Romania; divizia financiară din cadrul companiilor de telecomunicații ale grupului Telekom Romania (Cosmote, Telemobil, Germanos și Nextgen); iar înainte de a se alătura Grupului Sphera a fost responsabil timp de aproximativ 3 ani de activitățile financiare ale Grupului Medicover România.

Numărul de acțiuni SFG deținute la data de 31.12.2023: 40.420 acțiuni

MONICA EFTIMIE, DIRECTOR DE MARKETING

Data celei mai recente numiri: 1 septembrie 2023

Dna. Eftimie este născută în anul 1979 și este Directorul de Marketing al Grupului (CMO) din august 2017. Este absolventă suma cum laude a Universității Northwestern și a absolvit studiile de masterat în administrarea afacerilor la Universitatea Georgetown.



Începând cu anul 2013, a fost Directorul de Marketing al ARS (România) și USFN (România), iar în această calitate a coordonat activitățile de marketing pentru brandurile KFC, Pizza Hut, Pizza Hut Delivery și a dezvoltat și implementat campaniile locale de marketing pentru aceste branduri. Dna. Eftimie a deținut funcția de Director de Marketing și în societatea care operează brandul Paul în România.

Cu peste 10 ani de experiență în industria de alimentație, dna. Eftimie și-a început cariera în marketing cu stagii la Grupul Accor (Franța) și Saatchi & Saatchi Advertising. Ulterior, a elaborat campanii de marketing complexe pentru unele dintre cele mai cunoscute nume din industria de alimentație.

Numărul de acțiuni SFG deținute la data de 31.12.2023: -

Niciunui dintre membrii echipei executive nu i-a fost interzis în ultimii 5 ani de către o instanță să îndeplinească funcția de membru al unui consiliu de administrație sau al unui consiliu de supraveghere. În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, dizolvare, faliment sau administrare specială a companiilor în care membrii executivi făceau parte din consiliul de administrație sau în consiliul de supraveghere. Niciunul dintre managerii executivi nu desfășoară o activitate profesională care concurează cu cea a emitentului.

REZULTATE FINANCIARE CONSOLIDATE

Notă: Începând cu 1 ianuarie 2019, Sphera Franchise Group aplică standardul IFRS 16 „Contracte de Leasing” care stabilește principiile pentru recunoașterea, evaluarea, prezentarea și descrierea contractelor de leasing. Atunci când analizează performanța Grupului, conducerea se concentrează pe rezultatele financiare care exclud impactul IFRS 16. **Prin urmare, baza analizei financiare din paginile următoare este reprezentată de rezultatele excluzând IFRS 16.** Cu toate acestea, pentru majoritatea tabelelor de mai jos sunt furnizate rezultatele financiare atât incluzând, cât și excluzând impactul IFRS 16. Pentru mai multe informații privind impactul IFRS 16 Contracte de Leasing asupra situațiilor financiare consolidate ale Sphera, vă rugăm să consultați Situațiile Financiare Consolidate.

În 2023, Sphera Franchise Group a înregistrat vânzări în restaurante de 1.469,2 milioane lei, în creștere cu 11,1% față de 1.322,8 milioane lei generate în 2022. Este important de subliniat că, după cum a fost raportat anterior, începând cu T2 2023, Sphera înregistrează rate de creștere anuale mai moderate, cu o singură cifră. Aceste rate corespund nivelurilor de dinaintea pandemiei și indică consolidarea rețelei Grupului pe cele trei piețe, concentrarea principală a managementului fiind pe marjele de profit.

Cheltuielile în restaurante au crescut într-un ritm mai lent decât vânzările, înregistrând o creștere de 7,8%, de la 1.214,4 milioane lei în 2022 la 1.309,6 milioane lei în 2023, reducându-și, de asemenea, ponderea în vânzări cu aproape 3 pp, ajungând la 89,1% din vânzări în 2023 față de 91,8% în 2022.

Toate categoriile de costuri au înregistrat creșteri mici spre moderate față de 2022, cheltuielile cu alimente și materiale crescând cu 4,9%, până la 479,4 milioane lei, o creștere mai mică decât rata inflației pentru produsele alimentare înregistrată la nivel național în 2023. Ponderea costurilor cu alimentele și materialele în vânzările totale a scăzut cu 2 pp față de anul anterior, până la 32,6%. Pe de altă parte, salariile și beneficiile angajaților au crescut cu 13,3%, până la 325,2 milioane lei, reflectând evoluția pieței muncii.

Costurile cu chiriile au crescut cu 10,2% în 2023 față de anul anterior, până la 104,3 milioane lei, datorită atât creșterii rețelei de restaurante pe parcursul anului, cât și structurii variabile a contractelor de închiriere corelată cu evoluția vânzărilor. Redevențele au crescut cu 11,6%, ajungând la 87,9 milioane lei, în timp ce costurile de publicitate au crescut cu 12,5%, până la 75,4 milioane lei. Deprecierea și amortizarea au scăzut cu 1,6%, ajungând la o valoare de 44,5 milioane lei, scăderea fiind determinată în principal de ajustările de depreciere a activelor imobilizate aferente închiderii restaurantelor selectate.

Alte cheltuieli de exploatare s-au ridicat la 192,9 milioane lei, în creștere cu 4,5% față de anul anterior. Principala contribuție la această categorie a fost generată de cheltuielile cu terții, care au crescut cu 10,2% față de anul trecut, până la 99,6 milioane lei.

Ca urmare a unei strategii eficiente de stabilire a prețurilor, a măsurilor interne de control al costurilor și a volumelor mai mari de vânzări, Grupul a raportat un profit din exploatare în restaurante de 159,6 milioane lei în 2023, reflectând o creștere de 45,7% față de anul anterior. Cheltuielile G&A au crescut cu 11,1% față de anul precedent, ajungând la 62,7 milioane lei, menținând aceeași pondere de 4,3% în vânzări, ca în anul 2022. În consecință, profitul din exploatare al anului 2023 a fost de 96,9 milioane lei, o creștere de 82,3% comparativ cu anul anterior, când au fost generate 53,2 milioane lei.

Costurile financiare nete au scăzut cu 17,8% față de anul 2022, până la 10,5 milioane lei comparativ cu 12,8 milioane lei în 2022. În consecință, profitul brut al anului 2023 a fost de 86,4 milioane lei, mai mult decât dublu față de 40,4 milioane lei la nivelul anului 2022. Întrucât cheltuielile cu impozitul pe profit s-au ridicat la 14,4 milioane lei în 2023, rezultatul final al anului 2023 a fost de 72 milioane lei, față de 39,1 milioane lei în 2022, reflectând o creștere de 84,3%.

Excluzând impactul elementelor cu caracter excepțional legate, în principal, de costurile închiderii unităților, profitul net normalizat pentru anul 2023 a fost de 79,7 milioane lei, o creștere de 80% față de anul trecut. EBITDA normalizat a fost de 147,9 milioane lei, o creștere de 44,1% față de 2022.

Rezumatul situațiilor financiare consolidate pentru 2023 (excluzând impactului IFRS 16):

Cifre '000 lei	2023	2022	Y/Y % 2023/2022	% din Vânzări		Δ%
				2023	2022	
Vânzări în restaurante	1.469.172	1.322.822	11,1%			
Alte venituri din restaurante	-	1.172	-100,0%			
Cheltuieli în restaurante	1.309.595	1.214.438	7,8%	89,1%	91,8%	-2,7%
Alimente și materiale	479.405	457.108	4,9%	32,6%	34,6%	-1,9%
Salarii și beneficii ale angajaților	325.207	287.056	13,3%	22,1%	21,7%	0,4%
Chirii	104.287	94.646	10,2%	7,1%	7,2%	-0,1%
Redevențe	87.935	78.803	11,6%	6,0%	6,0%	0,0%
Publicitate	75.351	66.988	12%	5,1%	5,1%	0,1%
Alte cheltuieli de exploatare	192.872	184.560	4,5%	13,1%	14,0%	-0,8%
Depreciere și amortizare	44.537	45.276	-1,6%	3,0%	3,4%	-0,4%
Profit din exploatare în restaurante	159.577	109.555	45,7%	10,9%	8,3%	2,6%
Cheltuieli generale și administrative	62.655	56.389	11,1%	4,3%	4,3%	0,0%
Profit din exploatare	96.923	53.166	82,3%	6,6%	4,0%	2,6%
Profit din exploatare normalizat¹	104.624	53.166	96,8%	7,1%	4,0%	3,1%
Costuri financiare	11.772	13.307	-11,5%	0,8%	1,0%	-0,2%
Venituri financiare	1.239	496	149,8%	0,1%	0,0%	0,0%
Profit înainte de impozitare	86.389	40.355	114,1%	5,9%	3,1%	2,8%
Profit înainte de impozitare normalizat¹	94.090	40.355	133,2%	6,4%	3,1%	3,4%
Cheltuiala/ (venit) cu impozitul pe profit	14.410	(1.264)	-	1,0%	-0,1%	1,1%
Impozit specific	0	2.565	-100,0%	0,0%	0,2%	-0,2%
Profitul aferent perioadei	71.979	39.054	84,3%	4,9%	3,0%	1,9%
Profitul aferent perioadei normalizat¹	79.680	44.270	80,0%	5,4%	3,3%	2,1%
EBITDA	145.290	102.161	42,2%	9,9%	7,7%	2,2%
EBITDA normalizat²	147.937	102.655	44,1%	10,1%	7,8%	2,3%

¹ În 2023, profitul net a fost normalizat pentru a exclude: deprecierea pentru închiderea a 13 unități Pizza Hut, în conformitate cu planul de reorganizare a rețelei (4,1 milioane lei), deprecierea pentru închiderea restaurantelor KFC din România (0,9 milioane lei), costuri de închidere pentru unitățile selectate în cadrul reorganizării rețelei PH (2,3 milioane lei, din care 2,2 milioane lei costuri YUM și 0,1 milioane lei alte costuri de închidere), precum și alte provizioane (litigiu cu un fost administrator neexecutiv 0,3 milioane lei).

În 2022, profitul net a fost normalizat pentru a exclude deprecierea activelor imobilizate (4,7 milioane lei) și alte costuri legate de închiderea restaurantelor neperformante (0,5 milioane lei).

² În 2023, EBITDA a fost normalizat pentru a exclude: costurile de închidere pentru unitățile selectate în cadrul reorganizării rețelei PH (2,3 milioane lei), precum și alte provizioane (litigii cu un fost administrator neexecutiv, 0,3 milioane lei).

În 2022, EBITDA a fost normalizat pentru a exclude provizioanele legate de închiderea restaurantelor neperformante, în valoare de 0,5 milioane lei.

Rezumatul situațiilor financiare consolidate pentru 2023 – rezultate și evoluție prezentate cu și fără impact IFRS 16

Cifre '000 lei	2023		2022		Modificare (%)	
	1	2	1	2	2023/ 2022 (1)	2023/ 2022 (2)
Vânzări în restaurante	1.469.172	1.469.172	1.322.822	1.322.822	11,1%	11,1%
Alte venituri din restaurante	-	-	1.172	1.172	-100,0%	-100,0%
Cheltuieli în restaurante	1.298.263	1.309.595	1.207.065	1.214.438	7,6%	7,8%
Alimente și materiale	479.405	479.405	457.108	457.108	4,9%	4,9%
Salarii și beneficii ale angajaților	325.207	325.207	287.056	287.056	13,3%	13,3%
Chirii	34.644	104.287	32.109	94.646	7,9%	10,2%
Redevențe	87.935	87.935	78.803	78.803	11,6%	11,6%
Publicitate	75.351	75.351	66.988	66.988	12,5%	12,5%
Alte cheltuieli de exploatare	192.503	192.872	184.450	184.560	4,4%	4,5%
Depreciere și amortizare	103.218	44.537	100.551	45.276	2,7%	-1,6%
Profit din exploatare în restaurante	170.909	159.577	116.928	109.555	46,2%	45,7%
Cheltuieli generale și administrative	61.976	62.655	55.572	56.389	11,5%	11,1%
Profit din exploatare	108.933	96.923	61.356	53.166	77,5%	82,3%
Profit din exploatare normalizat¹	116.634	104.624	61.356	53.166	90,1%	96,8%

Costuri financiare	26.177	11.772	23.062	13.307	13,5%	-11,5%
Venituri financiare	1.239	1.239	496	496	149,7%	149,8%
Profit înainte de impozitare	83.995	86.389	38.790	40.355	116,5%	114,1%
Profit înainte de impozitare normalizat¹	91.696	94.090	38.790	40.355	136,4%	133,2%
Cheltuiala/ (venit) cu impozitul pe profit	12.248	14.410	(1.725)	(1.264)	-	-
Impozit specific	0	0	2.565	2.565	-100,0%	-100,0%
Profitul aferent perioadei	71.747	71.979	37.950	39.054	89,1%	84,3%
Profitul aferent perioadei normalizat¹	79.449	79.680	43.167	44.270	84,1%	80,0%
EBITDA	219.168	145.290	168.495	102.161	30,1%	42,2%
EBITDA normalizat²	221.815	147.937	168.988	102.655	31,3%	44,1%

Note: (1) Incluzând impactul adoptării IFRS 16; (2) Excluzând impactul adoptării IFRS 16.

¹ În 2023, profitul net a fost normalizat pentru a exclude: deprecierea pentru închiderea a 13 unități Pizza Hut, în conformitate cu planul de reorganizare a rețelei (4,1 milioane lei), deprecierea pentru închiderea restaurantelor KFC din România (0,9 milioane lei), costuri de închidere pentru unitățile selectate în cadrul reorganizării rețelei PH (2,3 milioane lei, din care 2,2 milioane lei costuri YUM și 0,1 milioane lei alte costuri de închidere), precum și alte provizioane (litigiu cu un fost administrator neexecutiv 0,3 milioane lei).

În 2022, profitul net a fost normalizat pentru a exclude deprecierea activelor imobilizate (4,7 milioane lei) și alte costuri legate de închiderea restaurantelor neperformante (0,5 milioane lei).

² În 2023, EBITDA a fost normalizat pentru a exclude: costurile de închidere pentru unitățile selectate în cadrul reorganizării rețelei PH (2,3 milioane lei), precum și alte provizioane (litigii cu un fost administrator neexecutiv, 0,3 milioane lei).

În 2022, EBITDA a fost normalizat pentru a exclude provizioanele legate de închiderea restaurantelor neperformante, în valoare de 0,5 milioane lei.

Cheltuielile G&A au crescut cu 11,1% față de 2022, însumând 62,7 milioane lei. Cu toate acestea, ca procent din vânzări, cheltuielile G&A au rămas la același nivel de 4,2%.

	Cifre '000 lei				Change (%)		Procent din vânzări			
	2023	2023	2022	2022			2023	2023	2022	2022
	(1)	(2)	(1)	(2)	2023/ 2022 (1)	2023/ 2022 (2)	(1)	(2)	(1)	(2)
Cheltuieli generale și administrative (G&A)	61.976	62.655	55.572	56.389	11,5%	11,1%	4,2%	4,3%	4,2%	4,3%
Salarii și beneficii ale angajaților	42.839	42.839	36.488	36.488	17,4%	17,4%				
Servicii executate de terți	7.201	7.201	7.210	7.210	-0,1%	-0,1%				
Depreciere și amortizare	7.017	3.830	6.588	3.720	6,5%	3,0%				
Chirii	232	4.098	264	3.949	-12,0%	3,8%				
Comisioane bancare	748	748	773	773	-3,3%	-3,3%				
Transport	1.397	1.397	1.203	1.203	16,1%	16,1%				
Alte cheltuieli*	2.541	2.541	3.047	3.047	-16,6%	-16,6%				

Notă: (1) Incluzând impactul adoptării IFRS 16; (2) Excluzând impactul adoptării IFRS 16.

*Alte cheltuieli includ întreținere și reparații, obiecte de mici dimensiuni, asigurări, publicitate, telefon și taxe postale, cheltuieli diverse.

Creșterea profitului din exploatare în restaurante, de la 109,6 milioane lei în 2022 la 159,6 milioane lei în 2023, poate fi atribuită performanței îmbunătățite a brandurilor KFC și Taco Bell. USFN România a contribuit cu 139 milioane lei (+28,2% față de 2022) la profitul din exploatare în restaurante, USFN Italia: 19,2 milioane lei (față de pierderea din exploatare în restaurante de 1,7 milioane lei înregistrată în 2022), CFF: 6 milioane lei (+148,6% vs. 2022) și USFN Moldova: 3,8 milioane lei (+42,5% față de 2022). Excluzând costurile cu caracter excepțional aferente închiderilor unor unități, ARS a înregistrat o pierdere normalizată din exploatare a restaurantelor de 2,3 milioane lei, în linie cu anul precedent.

În mod similar, EBITDA normalizat a urmat o evoluție pozitivă, crescând de la 102,7 milioane lei în 2022 la 147,9 milioane lei în 2023, o creștere de 44,1%. Această îmbunătățire poate fi atribuită în principal măsurilor eficiente de control al costurilor luate în cadrul Grupului, care au condus la o creștere a profitului din exploatare. Marja EBITDA normalizat a variat la nivelul brandurilor, USFN Moldova având cea mai mare marjă de 17,8%, urmată de USFN România: 11,9%, USFN Italia: 9,4% și CFF: 7,2%. ARS a înregistrat o marjă EBITDA negativă de 4,5%, rețeaua aflându-se într-un proces de redresare.

Întrucât profitul net normalizat pentru 2023 a crescut cu 80%, până la 79,7 milioane lei, este important de subliniat că patru din cinci companii au generat un rezultat net pozitiv, demonstrând astfel eficacitatea strategiei adoptate de conducere care a urmărit consolidarea prezenței KFC România și Moldova, și transformarea KFC Italia și Taco Bell în entități profitabile. Cea mai mare contribuție la rezultatul net aferent anului 2023 a avut-o USFN România, care a generat un profit normalizat de 86,8 milioane lei (+26,5% față de 2022), urmată de USFN Italia cu 3 milioane lei (față de o pierdere netă de 6,4 milioane lei în 2022), USFN Moldova cu 2,8 milioane lei (+42,6% față de 2022), CFF cu 0,6 milioane lei (față de o pierdere netă de 3,8 milioane lei în 2022), în timp ce ARS a înregistrat o îmbunătățire cu 2,1 milioane lei față de anul precedent.

Detalierea rezultatelor consolidate aferente anului 2023 per companie din Grup (excluzând impactul IFRS16):								
Cifre '000 lei	USFN (RO)	ARS	USFN (MD)	USFN (IT)	CFF	SFG	Cons. Adj.	SFG Cons
Vânzări în restaurante	1.065.024	115.211	20.589	183.814	84.544	40.779	(40.788)	1.469.172
Venituri din dividende	-	-	-	-	-	73.003	(73.003)	-
Cheltuieli în restaurante	926.044	123.952	16.808	164.656	78.589	-	(455)	1.309.595
Alimente și materiale	360.398	31.478	8.225	49.943	29.359	-	3	479.405
Salarii și beneficii ale angajaților	230.034	32.217	3.062	41.692	18.202	-	-	325.207
Chirii	70.699	11.490	1.090	14.789	6.219	-	-	104.287
Redevențe	63.805	6.810	1.233	11.012	5.075	-	-	87.935
Publicitate	52.928	6.405	804	11.359	4.287	-	(432)	75.351
Alte cheltuieli de exploatare	124.645	27.411	2.072	26.760	11.990	-	(6)	192.872
Depreciere	23.535	8.140	322	9.101	3.459	-	(20)	44.537
Profit/(pierdere) din exploatare în restaurante	138.979	(8.740)	3.781	19.158	5.954	113.782	(113.336)	159.577
Cheltuieli generale și administrative	37.524	7.858	473	11.153	3.522	46.680	(44.555)	62.655
Profit/(pierdere) din exploatare	101.456	(16.599)	3.308	8.005	2.432	67.101	(68.781)	96.923
Profit/(pierdere) din exploatare normalizat/(ă)¹	102.373	(10.120)	3.308	8.005	2.432	71.776	(73.150)	104.624
Costuri financiare	8.410	1.089	71	3.429	1.623	3.809	(6.659)	11.772
Venituri financiare	5.279	12	-	1	-	2.605	(6.659)	1.239
Profit/(pierdere) înainte de impozitare	98.324	(17.676)	3.237	4.577	809	65.898	(73.150)	86.389
Profit/(pierdere) înainte de impozitare normalizat/(ă)¹	99.242	(11.197)	3.237	4.577	809	70.572	(73.150)	94.090
Cheltuiala/ (venit) cu impozitul pe profit	12.462	(475)	433	1.572	175	244	-	14.410
Profitul/(pierdere) aferent/(ă) perioadei	85.863	(17.201)	2.804	3.005	634	65.654	(68.781)	71.979
Profitul/(pierdere) aferent/(ă) perioadei normalizat/(ă)¹	86.780	(10.722)	2.804	3.005	634	70.328	(73.150)	79.680
EBITDA	126.925	(7.574)	3.666	17.205	6.097	67.778	(68.808)	145.290
EBITDA normalizat²	126.925	(5.232)	3.666	17.205	6.097	72.452	(73.176)	147.937

¹ În 2023, profitul net a fost normalizat pentru a exclude: deprecierea pentru închiderea a 13 unități Pizza Hut, în conformitate cu planul de reorganizare a rețelei (4,1 milioane lei), deprecierea pentru închiderea restaurantelor KFC din România (0,9 milioane lei), costuri de închidere pentru unitățile selectate în cadrul reorganizării rețelei PH (2,3 milioane lei, din care 2,2 milioane lei costuri YUM și 0,1 milioane lei alte costuri de închidere), precum și alte provizioane (litigiu cu un fost administrator neexecutiv, 0,3 milioane lei).

² În 2023, EBITDA a fost normalizat pentru a exclude: costurile de închidere pentru unitățile selectate în cadrul reorganizării rețelei PH (2,3 milioane lei), precum și alte provizioane (litigii cu un fost administrator neexecutiv, 0,3 milioane lei). La nivel individual, EBITDA normalizat pentru 2023 exclude pierderea din deprecierea investiției în ARS (4.369) înregistrată în SFG.

SITUAȚIA CONSOLIDATĂ A POZIȚIEI FINANCIARE

În ceea ce privește situația consolidată a poziției financiare, din totalul activelor, 81% reprezintă active imobilizate, o creștere de 6,0% față de anul precedent, în principal ca urmare a deschiderii de noi restaurante. Activele circulante au scăzut cu 19% față de 2022, ajungând la 131,2 milioane lei, în principal ca urmare a scăderii poziției de numerar, o scădere de 23% în comparație cu anul anterior, ajungând la 98 milioane lei, deoarece Grupul a temperat finanțarea prin împrumuturi bancare în 2023 și a finanțat deschiderea de noi restaurante din surse proprii; de asemenea, creanțele comerciale și alte creanțe au scăzut cu 52% (în principal pe fondul scăderii creanțelor fiscale, TVA și concedii medicale), ajungând la 10,2 milioane lei.

Capitalul propriu total consolidat a crescut cu 19,9% față de 2022, la 142,6 milioane lei, ca urmare a unei creșteri de 89,1% a profitului net înregistrat de Grup comparativ cu anul precedent.

Totalul datoriilor consolidate a scăzut cu 5,1% față de 2022, la 558,7 milioane lei, din care 24% reprezintă împrumuturi purtătoare de dobândă, care au scăzut cu 54,2 milioane lei ca efect combinat al reducerii împrumuturilor noi activate față de anul precedent și al rambursărilor de principal și de împrumuturi pe termen scurt (overdraft) în 2023. Un rezumat al poziției financiare consolidate la 31 decembrie 2023 și 31 decembrie 2022 este prezentat mai jos:

Cifre '000 lei

	31-Dec-23	31-Dec-22	Δ '23/'22
Total active imobilizate	570.152	537.600	6,02%
Alte active imobilizate	330.615	319.881	3,48%
Drepturi de utilizare a activelor	239.537	217.719	9,39%
Total active circulante	131.164	168.282	-19,19%
Total active	701.316	705.882	-0,62%
Total capitaluri proprii	142.616	116.364	19,88%
Total datorii pe termen lung	309.863	318.323	-2,40%
Alte datorii pe termen lung	98.019	127.594	-19,67%
Datorii pe termen lung care decurg din contractele de leasing (IFRS 16)	211.844	190.729	10,41%
Total datorii curente	248.837	271.195	-8,98%
Datorii curente	192.794	218.502	-13,19%
Datorii curente care decurg din contractele de leasing (IFRS 16)	56.043	52.693	6,18%
Total datorii	558.700	589.518	-5,12%
Total capital propriu și datorii	701.316	705.882	-0,62%

REZULTATE FINANCIARE INDIVIDUALE

Veniturile individuale ale Sphera Franchise Group includ venituri din dividende de la filiale (US Food Network SA și US Food Network SRL) și venituri din servicii prestate. Veniturile din dividende aferente investițiilor sunt recunoscute atunci când a fost stabilit dreptul acționarului de a primi plata, care este, în general, momentul când acționarii aprobă dividendul.

Veniturile din servicii se referă la servicii de management și suport furnizate filialelor sale, cum ar fi: servicii de marketing, dezvoltare și management de proiect, servicii pentru extinderea rețelei de restaurante, suport pentru vânzări, resurse umane și alte servicii. Pentru calcularea prețului serviciilor prestate, Compania aplică o majorare a costului serviciului, determinată pe baza unei analize comparative, așa cum este cerut de legislația privind prețurile de transfer.

Profitul net pentru 2023 a fost de 65,7 milioane lei (2022: 43,4 milioane lei), creșterea fiind determinată, în principal, de creșterea cu 44,7% a veniturilor din dividende.

Detaliile investițiilor în filiale la 31 decembrie 2023 și, respectiv, 31 decembrie 2022, sunt după cum urmează:

Cifre '000 lei

Companie	Procent dețineri	31 decembrie 2023			31 decembrie 2022		
		Investiție la cost	Pierdere acumulată din depreciere	Valoare contabilă	Investiție la cost	Pierdere acumulată din depreciere	Valoare contabilă
US Food Network SA (România)	99,9997%	519.704	-	519.704	519.704	-	519.704
American Restaurant System SA (România)	99,9997%	114.452	64.679	49.773	105.119	60.310	44.809
California Fresh Flavors SRL (România)	99,9900%	16.527	-	16.527	12.428	-	12.428
US Food Network SRL (Moldova)	80,0000%	1.735	-	1.735	1.735	-	1.735
US Food Network SRL (Italia)	100,0000%	77.899	-	77.899	77.899	-	77.899
Total		730.318	64.679	665.639	716.885	60.310	656.575

În anul 2023, Compania a majorat investiția în ARS cu 9.333 mii lei și investiția în CFF cu 4.100 mii lei prin conversia unei părți din împrumuturile acordate în capitaluri proprii.

La data de 31 decembrie 2023, Compania a evaluat dacă există indicii privind deprecierea costului investițiilor în filiale și, în urma analizei efectuate, nu a rezultat nicio depreciere pentru investițiile în US Food Network SA, US Food Network SRL (Moldova), US Food Network SRL (Italia) și California Fresh Flavors SRL. Pentru ARS, a existat o scădere suplimentară a valorii recuperabile a investiției de 4.369 mii lei pentru care Compania a recunoscut o pierdere din depreciere în situațiile financiare la și pentru anul încheiat la 31 decembrie 2023.

În ceea ce privește poziția financiară, elementele principale ale bilanțului la 31 decembrie 2023 sunt detaliate mai jos.

Situații financiare individuale

Cifre '000 lei

	2023	2022	Δ'23/'22
Venituri din dividende	73.003	50.502	44,6%
Venituri din contracte de servicii cu părțile afiliate	40.779	35.080	16,2%
Alte venituri	29	129	n/a
Salarii și beneficii ale angajaților	34.433	29.506	16,7%
Pierdere din deprecierea investițiilor în filiale	4.369	4.022	8,6%
Alte cheltuieli	7.686	7.096	8,3%
Profit din exploatare	67.323	45.087	49,3%
Rezultat financiar	1.422	1.239	14,7%
Profit înainte de impozitare	65.901	43.847	50,3%
Cheltuiala cu impozitul pe profit	244	464	-47,5%
Profitul perioadei	65.657	43.383	51,3%

În bilanț, pe lângă numerar, activele circulante se referă la dividende care urmează să fie primite în valoare de 21.149 mii lei (31 decembrie 2022: 19.681 mii lei), sume facturate părților afiliate pentru servicii de management și suport în valoare de 17.804 mii lei (31 decembrie 2022: 14.122 mii lei).

Activele imobilizate cuprind, în principal, investiții nete în filiale de 665.639 mii lei (31 decembrie 2022: 656.575 mii lei) și împrumuturi și dobânzile aferente acordate filialelor de 30.141 mii lei. La 31 decembrie 2023, aceste împrumuturi și dobânzile aferente acordate filialelor au fost prezentate ca fiind creanțe pe termen lung ca urmare a prelungirii contractului (31 decembrie 2022: 37.593 mii lei, incluse în creanțe pe termen scurt).

Alte active imobilizate se referă la imobilizări corporale și necorporale în valoare de 2.197 mii lei (31 decembrie 2022: 2.206 mii lei), drepturi de utilizare a activelor în valoare de 4.552 mii lei (31 decembrie 2022: 4.597 mii lei), activ din impozitul amânat recunoscut pentru pierderea fiscală reportată de 234 mii lei (31 decembrie 2022: 478 mii lei).

Datoriile curente și pe termen lung sunt, în principal, în legătură cu datoriile din închirierea spațiilor de birouri și a vehiculelor administrative, cu împrumutul bancar și cu împrumutul de la una dintre filialele sale, US Food Network SA.

Cifre '000 lei

	31-Dec 2023	%	31-Dec 2022	%
Active				
Active imobilizate	702.814	94%	663.901	87%
Active curente	42.286	6%	100.552	13%
Total active	745.100	100%	764.453	100%
Total capital propriu	687.673	92%	667.034	87%
Datorii pe termen lung	40.057	5%	59.502	8%
Datorii curente	17.371	2%	37.917	5%
Total datorii	57.427	8%	97.419	13%
Total capital propriu și datorii	745.100	100%	764.453	100%

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatori financiari ai Sphera Franchise Group, care se bazează pe rezultatele consolidate auditate la 31 decembrie 2023, sunt prezentați mai jos, împreună cu indicatorii auditați pentru exercițiul financiar 2022. Toți indicatorii sunt calculați incluzând impactul IFRS 16.

Date financiare
în '000 lei

2023 (Auditat)

2022 (Auditat)

Indicatorul lichidității curente

Active curente	131.164	= 0,53	168.282	= 0,62
Datorii curente	248.837		271.195	

Indicatorul gradului de îndatorare

Capital împrumutat (termen lung)	303.299	= 213%	313.678	= 270%
Capital propriu	142.616		116.363	
Capital împrumutat (termen lung)	303.299	= 68%	313.678	= 73%
Capital angajat	445.915		430.041	

Viteza de rotație a debitelor clienților (zile)

Sold mediu client	15.721	= 3,85	25.950	= 7,06
Cifra de afaceri	1.469.172		1.322.822	

Viteza de rotație a activelor imobilizate

Cifra de afaceri	1.469.172	= 2,74	1.322.822	= 2,61
Active imobilizate	536.972		506.054	

Note: Valori anualizate, bazate pe metodologia ASF.

BRANDURI & PERFORMANȚĂ VÂNZĂRI

COTA DE PIAȚĂ

KFC deține o poziție puternică în sectorul restaurantelor cu servire rapidă (QSR) din România. Este al doilea cel mai mare lanț de restaurante cu servire rapidă, cu o cotă de piață de 20,4% în 2023, și conduce segmentul QSR, categoria carne de pui. Brandul are o notorietate de 92% în rândul clienților restaurantelor cu servire rapidă din România în decembrie 2023, menținând niveluri ridicate de apreciere și recomandare din partea clienților.

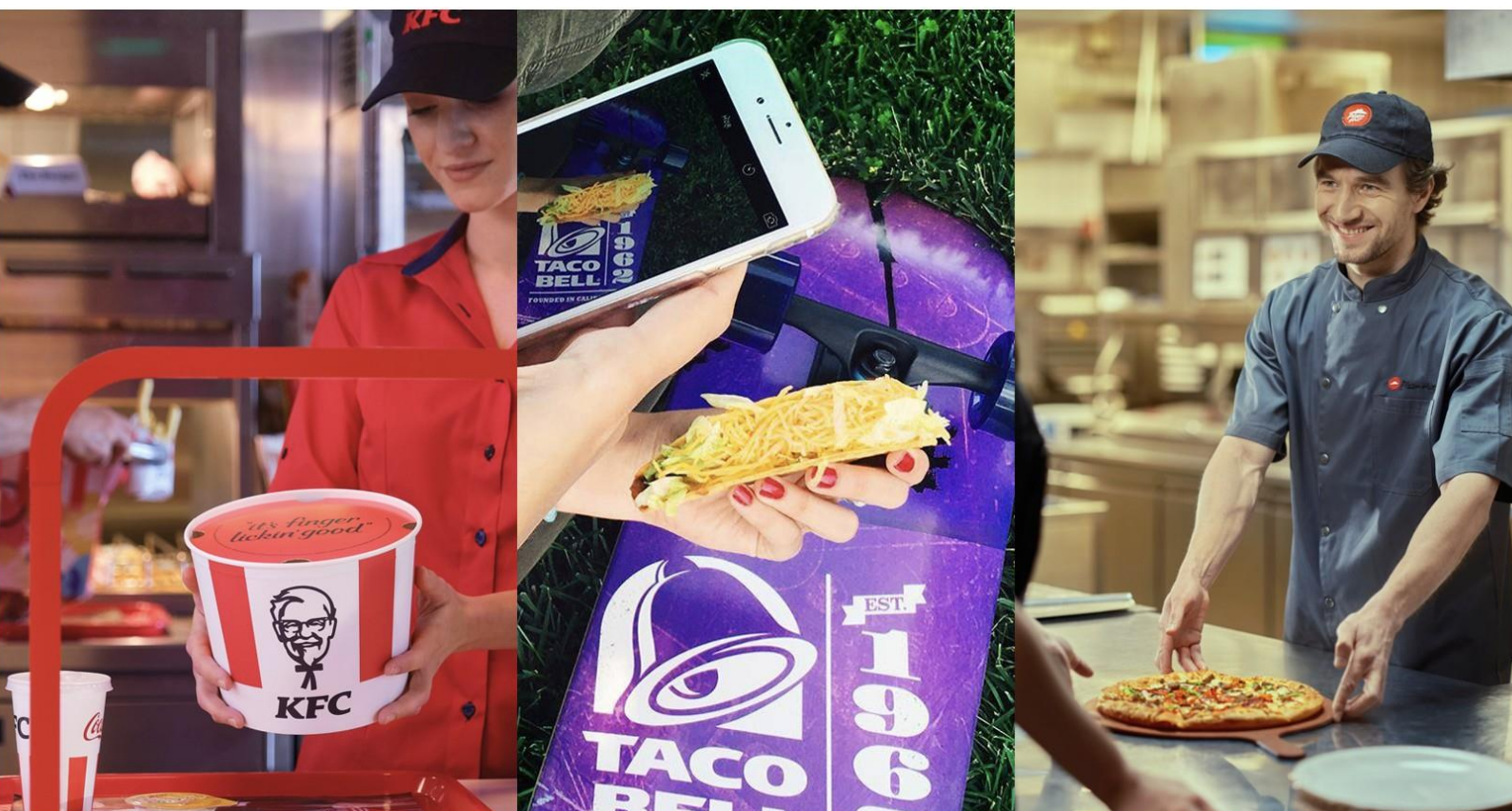
KFC este recunoscut pentru gustul său superior, un factor cheie al succesului său. Acesta se clasează pe primele locuri pentru atributele legate de gust, inclusiv „cel mai bun gust de pui”, „cele mai proaspete ingrediente”, „mâncare de înaltă calitate” și „mâncarea este proaspăt preparată”. Printre produsele cheie se numără Crispy Strips, Sosul de Usturoi, Smart Menu, Crispy Sandwich, Hot Wings și Buckets, care sunt esențiale pentru identitatea sa și pentru atractivitatea pentru clienți.

Brandul a fost, de asemenea, cel mai premiat în categoria restaurantelor cu servire rapidă în cadrul Premiilor Effie, care celebrează campaniile de marketing eficiente. Această distincție subliniază strategiile eficiente de atragere ale KFC România și contribuția sa semnificativă la succesul grupului de francize Sphera.

Pizza Hut reprezintă liderul pe segmentul lanțurilor de pizzerii din România, deținând o poziție dominantă cu aproape 1,9% din cota de piață din valoarea totală a categoriei de food service în 2023. Această realizare este susținută de statutul său de brand cu cea mai mare notorietate în categoria pizza, având un brand awareness asistat de 77% în rândul clienților români de servicii rapide în decembrie 2023.

Taco Bell s-a impus ca cel mai mare lanț de restaurante mexicane din România, captând 1,5% din cota de piață din totalul sectorului de food service în 2023. Această poziție face parte din creșterea sa strategică în cadrul Sphera Franchise Group. Brandul a înregistrat o creștere semnificativă a recunoașterii brandului, cu un brand awareness asistat care a ajuns la 55% în rândul consumatorilor români în decembrie 2023.

Taco Bell se distinge în peisajul concurențial ca fiind al treilea cel mai distinctiv brand de pe piața restaurantelor cu servire rapidă (QSR), demonstrând identitatea puternică a brandului și atractivitatea pentru consumatori. În plus, Taco Bell se diferențiază prin implicarea activă a bazei sale de clienți prin intermediul unui program de fidelizare. Acest program îi recompensează pe cei mai loiali fani ai lanțului și este accesibil prin intermediul unei aplicații mobile, îmbunătățind experiența clienților.



PERFORMANȚA BRANDURILOR ȘI A PIEȚELOR

România a contribuit cu 1.264,8 milioane lei la cifra de afaceri din 2023, generând 86% din totalul vânzărilor, în condițiile în care veniturile au înregistrat o creștere de 11% față de anul precedent. Italia a adus 183,8 milioane lei, 13% din totalul veniturilor, vânzările înregistrând o creștere de 11% față de anul precedent, în timp ce Republica Moldova a contribuit cu 20,6 milioane lei, reprezentând 1% din venituri și o apreciere de 18% a vânzărilor.



1.264,8 mil. RON
+11% vs. 2022



183,8 mil. RON
+11% vs. 2022



20,6 mil. RON
+18% vs. 2022

La nivelul brandurilor, în 2023, KFC a înregistrat o creștere de 12% a veniturilor, generând vânzări de 1,27 miliarde lei, în timp ce Taco Bell a crescut cu 22%, până la 84,5 milioane lei. Vânzările Pizza Hut au scăzut cu 6%, la 115,2 milioane lei. Programul de reorganizare a rețelei Pizza Hut a început în mod oficial în T3 2023, cu scopul de a optimiza costurile, de a crește agilitatea brandului și de a îmbunătăți indicatorii de profitabilitate, având astfel un impact moderat asupra evoluției veniturilor din T4 2023. Este important de subliniat că patru din cinci companii au generat un rezultat net pozitiv, demonstrând astfel eficacitatea strategiei adoptate de conducere care a urmărit consolidarea prezenței KFC România și Moldova, și transformarea KFC Italia și Taco Bell în entități profitabile.



1.269,4 mil. RON
+12% vs. 2022



115,2 mil. RON
-6% vs. 2022

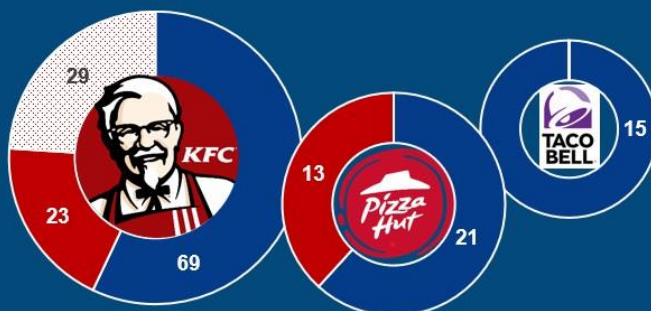


TACO BELL

84,5 mil. RON
+22% vs. 2022

În 2023, Sphera a deschis 8 noi restaurante - toate fiind noi restaurante KFC în România. Noile deschideri au fost compensate de închiderea a 2 unități KFC neperformante în Italia, a 3 unități KFC în România și a 8 locații Pizza Hut, precum și a unei unități Paul în România.

Rețeaua la 31.12.2023



Food Court In Line Drive-through

Notă: O subfranciză PHD nu este inclusă.

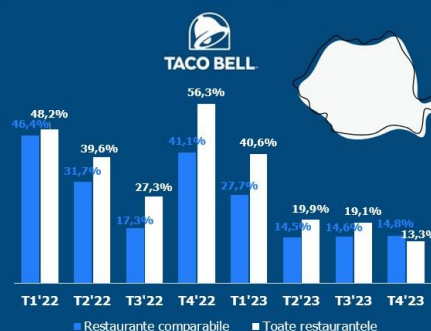
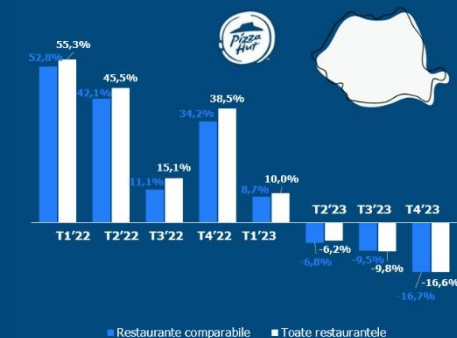
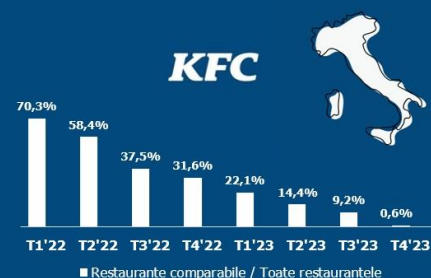
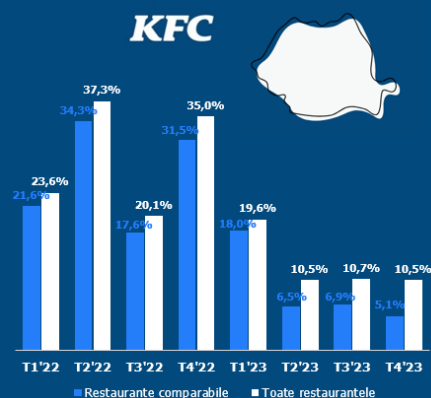
KFC ROMÂNIA a înregistrat un an semnificativ din punct de vedere al expansiunii și al performanței vânzărilor, vânzările în restaurante depășind pentru prima dată în istorie pragul de 1 miliard lei, cu o creștere a vânzărilor de 12,5% față de anul precedent, până la 1,07 miliarde lei. În 2023, Sphera a deschis 8 noi restaurante KFC exclusiv în România. Această strategie de expansiune a ajutat la compensarea impactului închiderii a 3 unități KFC din țară. În 2023, USFN România a generat un profit din exploatare în restaurante de 139 milioane lei (+28,2% față de 2022), un EBITDA de 126,9 milioane lei, generând o marjă EBITDA de 11,9% - a doua cea mai mare din cadrul Grupului, și un profit normalizat de 86,8 milioane lei (+26,5% față de 2022).

KFC ITALIA a înregistrat închiderea a 2 unități KFC neperformante, ca parte a eforturilor de optimizare a rețelei Sphera. În ciuda acestor închideri, USFN Italia a reușit să crească vânzările cu 10,5% în 2023, până la 183,8 milioane lei. Acest lucru indică o creștere stabilă a cererii clienților pe fondul unei piețe competitive și mature. Este important de menționat faptul că, în 2023, accentul pus de către conducere a fost pe profitabilitate - o promisiune îndeplinită acționarilor, întrucât USFN Italia a încheiat anul 2023 cu un profit din exploatare în restaurante de 19,2 milioane lei (față de o pierdere din exploatare în restaurante de 1,7 milioane lei în 2022), EBITDA de 17,2 milioane lei și o marjă EBITDA de 9,4%. Din punct de vedere al profitabilității, KFC Italia a avut a doua cea mai mare contribuție la profitul net al Grupului, generând în 2023 un profit net normalizat de 3 milioane lei (vs. o pierdere netă de 6,4 milioane lei pentru 2022).

KFC MOLDOVA, cu cea mai mică amprentă dintre toate brandurile, de doar 2 unități situate în Chișinău, a înregistrat o creștere remarcabilă, cu o majorare de 18,4% a vânzărilor față de anul precedent, până la 20,6 milioane lei. Această performanță demonstrează atractivitatea tot mai mare a brandului pe piața din Republica Moldova, unde cererea consumatorilor pentru produsele oferite de KFC este în continuă creștere. USFN Moldova a încheiat anul 2023 cu un profit din exploatare în restaurante de 3,8 milioane lei, un EBITDA normalizat pozitiv de 3,7 milioane lei și un rezultat net de 2,8 milioane lei. Este important de menționat că USFN Moldova a generat cea mai mare marjă EBITDA normalizat dintre toate companiile Grupului, de 17,8%.

PIZZA HUT a înregistrat o scădere a vânzărilor de 6,3% față de anul precedent, până la 115,2 milioane lei. Programul de reorganizare a rețelei Pizza Hut a început în mod oficial în T3 2023, cu scopul de a optimiza costurile, de a crește agilitatea brandului și de a îmbunătăți indicatorii de profitabilitate. Pizza Hut a încheiat anul 2023 cu o pierdere din exploatare în restaurante, excluzând costurile excepționale legate de închideri, de 10,1 milioane lei, EBITDA normalizat negativ de 5,2 milioane lei și o pierdere netă normalizată de 10,7 milioane lei, ceea ce reprezintă o îmbunătățire a profitabilității cu 2,1 milioane lei față de 2022.

TACO BELL, cel mai tânăr brand din portofoliul Sphera Franchise Group, a ieșit în evidență, cu o creștere a vânzărilor de 22% față de anul precedent, până la 84,5 milioane lei. Această creștere impresionantă evidențiază popularitatea tot mai mare a produselor Taco Bell și strategiile sale de expansiune de succes, care au permis companiei să ajungă la 15 unități pe teritoriul României. Performanța brandului indică un apetit puternic al consumatorilor pentru meniul său și experiența culinară unice. Similar cu



KFC Italia, Taco Bell a avut un an foarte bun, trecând pe profit și înregistrând un profit net de 0,6 milioane lei în 2023, față de o pierdere netă de 3,8 milioane lei în 2022, și EBITDA de 6,1 milioane lei, o marjă de 7,2%.

LIVRARE

În ceea ce privește vânzările cu livrare, acestea au rămas la niveluri constante pe parcursul anului 2023, reflectând realitățile post-pandemice. Vânfuri ale cererii pentru livrare au fost înregistrate în T1 și T4 2023, reflectând o tendință generală care este deosebit de pronunțată în lunile de iarnă, reflectând preferința clienților pentru confortul și comoditatea de a le fi livrate mesele preferate direct la ușă.

Valoarea totală a vânzărilor cu livrare în 2023 a ajuns la 258,1 milioane lei, reprezentând 17,6% din totalul vânzărilor. Valoarea vânzărilor cu livrare a scăzut cu 7% față de 2022, reflectând astfel realitățile post-pandemice în care clienții sunt mai înclinați să mănânce în restaurante. Din această valoare, livrările proprii - adică livrările efectuate de flota proprie KFC și Pizza Hut a Sphera Franchise Group în România, s-au ridicat la 25,4 milioane lei, în scădere cu 25,6%, ca urmare a deciziei luate în 2023 de a transfera treptat vânzările proprii către platformele pentru livrare de mâncare, ca parte a măsurilor de optimizare a costurilor.

Distribuția acestor vânzări cu livrare la nivelul brandurilor rămâne constantă, cu Pizza Hut în frunte, contribuind cu 35% din comenzile cu livrare în 2023, ceea ce reprezintă o scădere de 5pp față de anul precedent. La polul opus, KFC Italia a înregistrat 7% din comenzile sale făcute pentru livrare, o scădere de aproape 4pp față de 2022.

Vânzări per entitate		T1-22	T2-22	T3-22	T4-22	T1-23	T2-23	T3-23	T4-23
USFN RO	livrare	27%	20%	16%	16%	18%	16%	16%	17%
	fără livrare	73%	80%	84%	84%	82%	84%	84%	83%
ARS	livrare	49%	40%	38%	39%	36%	34%	35%	36%
	fără livrare	51%	60%	62%	61%	64%	66%	65%	64%
CFF	livrare	41%	32%	26%	27%	30%	28%	23%	24%
	fără livrare	59%	68%	74%	73%	70%	72%	77%	76%
USFN IT	livrare	14%	12%	9%	10%	8%	7%	6%	8%
	fără livrare	86%	88%	91%	90%	92%	93%	94%	92%
USFN MD	livrare	35%	31%	31%	29%	31%	30%	30%	31%
	fără livrare	65%	69%	69%	71%	69%	70%	70%	69%
Total	livrare	28%	22%	18%	18%	19%	17%	16%	18%
	fără livrare	72%	78%	82%	82%	81%	83%	84%	82%

Colaborarea cu platformele pentru livrare de mâncare locale, Glovo, Tazz și Bolt în România; Glovo, Deliveroo, Just Eat și UBER Eats în Italia; Straus și iFood în Republica Moldova a continuat în 2023. Cu toate acestea, pentru a optimiza costurile operaționale, menținând în același timp un nivel ridicat de servicii și de relaționare cu clienții noștri, Sphera Franchise Group a luat decizia strategică de a externaliza treptat flota proprie de livrare către parteneri de încredere. Această schimbare permite Grupului să se concentreze pe ceea ce Grupul face cel mai bine - pregătirea și servirea meselor pentru clienți - în timp ce valorifică expertiza partenerilor noștri pentru logistica de livrare. În total, în 2023, 9,9% din vânzările cu livrare au fost realizate cu ajutorul propriilor capacități de livrare ale Sphera, o scădere notabilă de la 12,4% în 2022. Aceste schimbări fac parte din eforturile noastre continue pentru ca Grupul să se adapteze și să prospere pe o piață dinamică, asigurându-ne că brandurile din portofoliu continuă să satisfacă și să depășească așteptările clienților noștri.

Conducerea consideră că progresul realizat în perioada 2020 - 2022 în zona digitală este crucial în viitor pentru atragerea de noi clienți cât și pentru fidelizarea clienților actuali, ceea ce se traduce prin venituri mai mari datorită disponibilității extinse a produselor Grupului. În plus, odată cu trecerea la servicii digitale, acum este mai ușor ca niciodată să ținem cont de preferința clienților și să le înțelegem mai bine comportamentul și factorii care stau la baza deciziilor acestora. Doar prin utilizarea publicității în aer liber și a celor tradiționale, capacitatea brandurilor de a înțelege comportamentul clienților este limitată și mai puțin precisă. Serviciile digitale însă ajută la înțelegerea comportamentului unui client încă din momentul în care acesta face click pe un anunț, deschide site-ul, plasează o anumită comandă și oferă posibilitatea de monitorizare a revenirii acestuia pe viitor, ceea ce face conversia mult mai ușor de urmărit. Această abordare a fost folosită în special în ultimii 3 ani, deoarece a contribuit la evaluarea eficientă a campaniilor în timp real și, atunci când a fost necesar, s-au făcut ajustări zilnice pentru a genera rezultate mai bune.

DIVIDENDE

Cifre '000 lei

	2023	2022
Dividende declarate în cursul exercițiului:		
Către acționarii Sphera Franchise Group SA	44.886	55.002
Către interesele care nu controlează	393	250
Total dividende declarate în cursul exercițiului	45.279	55.252
 Total dividende declarate pe acțiune SFG (lei/acțiune)	 1,1600	 1,4176
Dividende plătite în cursul exercițiului:		
Către acționarii Sphera Franchise Group SA	64.887	35.001
Către interesele care nu controlează	393	250
Total dividend plătite în cursul exercițiului	65.280	35.251

În data de 20 decembrie 2022, Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor Sphera Franchise Group a aprobat distribuirea dividendelor în valoare de 20.001 lei din profitul net nedistribuit al anului 2020, stabilind un dividend brut pe acțiune de 0,5155 lei. Data plății a fost 31 martie 2023.

În cadrul Adunării Generale Ordinare a Acționarilor din data de 4 septembrie 2023, acționarii Sphera Franchise Group au aprobat distribuirea de dividende, fixând un dividend brut pe acțiune de 1,16 lei reprezentând 44.886 mii lei. Ex-date a fost 18 septembrie 2023, data de înregistrare – 19 septembrie 2023, iar data plății – 10 octombrie 2023.

Având în vedere cele 104.100 de acțiuni achiziționate de Grup în cadrul programului SOP care nu erau eligibile pentru plata de dividende, a fost reținută din distribuie suma de 120 mii lei. Pe baza dividendului brut pe acțiune de 1,16 lei, valoarea distribuirii a fost de 44.886 mii lei.

Pentru exercițiul financiar încheiat la 31 decembrie 2023, Consiliul de Administrație a propus spre aprobarea acționarilor următoarea repartizare a profitului net al Sphera Franchise Group SA în valoare de 65.657 mii lei:

- Constituirea rezervei legale în conformitate cu reglementările statutare în valoare de 3.283 mii lei.
- Acoperirea pierderii aferente achiziției de acțiuni proprii în valoare de 487 mii lei.
- Alocarea profitului nedistribuit în valoare de 61.887 mii lei la rezultatul reportat.

De asemenea, Consiliul de Administrație a propus spre aprobarea acționarilor distribuția unui dividend brut pe acțiune de 1,05 lei din profitul nedistribuit (2022 și 2023) al Sphera Franchise Group SA.

La data de 31 decembrie 2023, valoarea rezultatului reportat al Sphera Franchise Group SA a ajuns la valoarea de 89.933 mii lei, așa cum este prezentat în situațiile financiare individuale.

Acționarii pot accesa Politica de Dividende a Grupului [la următorul link](#).

FACTORI-CHEIE CARE AFECTEAZĂ REZULTATELE GRUPULUI

Rezultatele operațiunilor Grupului au fost și se așteaptă să fie afectate în continuare de o serie de factori cheie.

Situația economică generală pe piațe

Rezultatele Grupului pot fi afectate direct de condițiile economice, în special de nivelul de ocupare a forței de muncă, inflația, veniturile disponibile, nivelul consumului, accesul la credite de consum, încrederea consumatorilor, impozitele aplicabile și disponibilitatea consumatorilor de a cheltui bani în piețele și zonele geografice în care Grupul operează. Într-un mediu economic nefavorabil, cu o scădere a venitului disponibil, clienții Grupului pot reduce frecvența cu care iau masa la restaurant sau fac comenzi sau pot alege opțiuni de luat masa mai ieftine. Acest risc continuă să fie semnificativ în 2024 din cauza inflației și a costurilor cu energia în continuare crescute. O scădere a venitului disponibil poate afecta traficul clienților, frecvența, valoarea medie a bonurilor, precum și capacitatea Grupului de a transfera creșterea costurilor către clienții săi. Cu toate acestea, respectiva tendință este compensată de accesibilitatea produselor Grupului, care poate conduce, de asemenea, la atragerea de clienți noi către Grup din rândul clienților care vor dori să renunțe la opțiunile mai scumpe de servire a mesei în favoarea produselor Grupului.

Peisajul concurențial

Natura competitivă a industriei de restaurante înseamnă că Grupul se confruntă în mod constant cu provocarea noilor veniți cu produse inovatoare. Grupul concurează cu lanțuri internaționale de restaurante, precum și cu multe companii naționale, regionale și locale în sectoarele de servire rapidă, servire la masă și livrare/ridicare nu numai pentru clienți, cât și pentru echipa de conducere și angajații din locații, pentru amplasamentul restaurantelor, și subfrancizați calificați. Această concurență poate influența cererea de produse, prețurile, salariile și costurile de închiriere, ceea ce poate reduce profitabilitatea. Menținerea calității serviciilor, introducerea de noi produse în meniu și menținerea la curent cu tendințele din industrie sunt esențiale pentru a păstra și a crește baza de clienți, dar ar putea să nu fie suficiente atunci când se confruntă cu un concurent puternic.

Instabilitatea politică și militară din regiune

Instabilitatea politică și militară din regiune, precum invazia Ucrainei de către Federația Rusă și războiul din Ucraina, pot determina condiții economice profund nefavorabile, tulburări sociale sau, în cel mai rău caz, confruntări militare în regiune. Efectele sunt, în mare măsură, imprevizibile, dar pot include o scădere a investițiilor, fluctuații valutare semnificative, creșteri ale ratelor dobânzilor, reducerea disponibilității creditului, a fluxurilor comerciale și de capital și creșteri ale prețurilor energiei. Aceste efecte și alte efecte negative neprevăzute ale crizelor din regiune ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra activității, perspectivelor, rezultatelor operațiunilor și poziției financiare ale Grupului.

Înteruperi ale lanțului de aprovizionare

Grupul trebuie să asigure livrări frecvente de produse agricole și alimentare proaspete. Grupul nu poate exclude riscul legat de deficitele sau întreruperile de livrare cauzate de factori precum conflicte geopolitice, condiții meteorologice nefavorabile, carantină, modificări ale reglementărilor legale sau retragerea anumitor produse alimentare de pe piață. Cererea pentru anumite produse asociată cu o ofertă limitată poate duce la dificultăți în obținerea acestora, precum și la creșteri de prețuri, având astfel un efect negativ asupra rezultatelor Grupului. Așa cum a fost în urma Brexit-ului, când a existat riscul ca prețurile bunurilor să crească din cauza ieșirii Marii Britanii din UE, divizia de achiziții a Grupului analizează în permanență furnizori alternativi și este pregătită să migreze către alți furnizori dacă va fi nevoie.

Fluctuații ale prețurilor furnizorilor

Un risc critic cu care se confruntă Sphera Franchise Group se referă la fluctuațiile prețurilor inputurilor cheie, inclusiv a materiilor prime și a energiei. Aceste fluctuații pot avea un impact direct asupra marjei brute a Grupului, afectând potențial stabilitatea financiară și profitabilitatea acestuia. Deși Grupul colaborează cu mai mulți furnizori pentru a atenua acest risc și a asigura un lanț de aprovizionare stabil, condițiile de piață, cum

ar fi penuria de aprovizionare, tensiunile geopolitice, inflația sau evenimentele globale neașteptate, pot duce totuși la variații semnificative ale costurilor.

Natura industriei de restaurante face adesea dificilă transferarea imediată a costurilor crescute către consumatori fără a risca nemulțumirea clienților sau pierderea avantajului competitiv. Momentul și fezabilitatea ajustării prețurilor meniului ca răspuns la creșterile de costuri ale furnizorilor sunt factori critici. Este posibil să existe un decalaj în punerea în aplicare a acestor schimbări ca urmare a necesității de a găsi un echilibru între menținerea loialității clienților și acoperirea costurilor crescute. În unele cazuri, transferul integral al acestor costuri către consumatorul final ar putea să nu fie fezabil fără a afecta cererea de servicii ale Grupului.

Riscul de preț

Costul vânzărilor reprezintă cea mai semnificativă cheltuială a Grupului. Marja brută este afectată de mai mulți factori, precum evoluția costului vânzărilor (inclusiv în ceea ce privește prețurile materiilor prime sau prețurile la energie), măsura în care Grupul poate negocia prețuri și obține reduceri de la furnizori, precum și gama de produse pe care le oferă. Grupul depune toate diligențele pentru a procura principalele materii prime de la diverși furnizori în cazul în care furnizorii primari nu pot livra componentele în sumele și specificațiile contractate, cerințele Grupului depășesc sumele contractate minime sau Grupul este supus unor creșteri de preț neanticipate. Condițiile de piață stabilesc, în general, prețurile materiilor prime ale Grupului și există posibilitatea ca aceste costuri să nu fie transmise imediat clienților. Grupul caută să gestioneze factorii care pun presiune asupra marjei brute a Grupului. De exemplu, Grupul menține relații cu furnizori suplimentari.

Modificări ale legislației fiscale

Sphera Franchise Group își desfășoară activitatea într-un context de reglementare complex care acoperă mai multe țări, inclusiv România, Italia și Republica Moldova. Această prezență internațională supune Grupul la o varietate de regimuri fiscale, fiecare cu propriul set de prevederi fiscale și cerințe de reglementare. Riscul asociat cu schimbările bruște și neașteptate ale codurilor și reglementărilor fiscale reprezintă o provocare semnificativă pentru operațiunile Grupului.

Modificările imprevizibile ale legislației fiscale, cum ar fi modificările cotelor de impozit pe profit, TVA sau impozitul pe salarii, pot avea un impact direct asupra costurilor operaționale și profitabilității Sphera. În plus, schimbările în practicile de aplicare sau introducerea de noi obligații fiscale pot crește sarcina fiscală a Grupului. Aceste schimbări pot apărea cu puține avertismente, ceea ce face dificilă pentru Grup ajustarea în timp util a strategiilor de planificare financiară și de stabilire a prețurilor.

Variabilitatea și imprevizibilitatea modificărilor legislației fiscale pot perturba procesele de planificare a activității Sphera, sporind provocarea de a prognoza veniturile viitoare. Capacitatea de a prezice în mod fiabil rezultatele financiare este crucială pentru luarea deciziilor strategice, planificarea investițiilor și menținerea încrederii investitorilor. Modificările bruște ale politicii fiscale pot eroda această predictibilitate, afectând direcția strategică a Grupului și putând duce la volatilitatea performanțelor sale financiare.

Costurile cu forța de muncă

Costul forței de muncă reprezintă a doua cea mai mare categorie de costuri pentru grup, fiind în același timp și linia de cheltuieli care a crescut cel mai rapid la nivel de restaurant din ultimii ani. Conform estimărilor, costurile de personal vor crește proporțional cu creșterea numărului de restaurante și a veniturilor din restaurante. Factorii care determină fluctuații în costurile cu personalul includ legislația privind salariul minim și taxele pe salarii, frecvența și severitatea unor eventuale probleme legale legate de forța de muncă, cheltuielile cu serviciile medicale, performanța restaurantelor, deschideri de restaurante noi, precum și tipul de cheltuieli de personal, respectiv cheltuieli fixe cu personalul administrativ sau cheltuieli cu personalul angajat în restaurante.

Lipsa forței de muncă

Industria ospitalității și a restaurantelor (sectorul HoReCa) este în mod inerent un sector cu utilizare intensivă a forței de muncă, ceea ce face ca Sphera Franchise Group să depindă în mare măsură de o ofertă constantă de forță de muncă pentru a funcționa eficient. Lipsa forței de muncă reprezintă un risc semnificativ pentru capacitatea Grupului de a menține un nivel ridicat de calitate a serviciilor. Insuficiența personalului poate duce la scăderea satisfacției clienților și, potențial, la reducerea vânzărilor. Pentru a combate deficitul de forță de muncă și pentru a atrage talentele necesare, Grupul poate fi nevoit să ofere salarii mai mari, ceea ce poate crește și mai mult costurile operaționale și poate avea un impact asupra profitabilității.

Una dintre strategiile pe care Grupul le-a adoptat pentru a reduce acest risc implică recrutarea de angajați din străinătate, cum ar fi din Sri Lanka. În timp ce această abordare poate oferi o ameliorare temporară a deficitului de forță de muncă, ea introduce, de asemenea, provocări și costuri suplimentare, inclusiv, dar fără a se limita la procesarea vizelor, cazarea și adaptarea la legile și practicile de muncă locale.

Preferințele consumatorilor

Preferințele consumatorilor pe segmentele din cadrul serviciilor alimentare, respectiv restaurante cu servire rapidă, restaurante cu servire la masă și restaurante cu serviciu de livrare/ridicare sunt afectate de o serie de factori, precum: gusturile consumatorilor, condițiile economice naționale, regionale și locale și tendințele geografice. Spre exemplu, preferințele sau restricțiile legate de dietă sau de consumul de produse sănătoase ar putea determina consumatorii să evite produsele fast-food și pizza oferite de către Grup și să își schimbe preferințele spre produse alimentare percepute a fi mai sănătoase. Schimbările în preferințele consumatorilor pot avea un impact semnificativ asupra cererii pentru produsele oferite de Grup, însă acest impact poate fi oarecum limitat datorită expunerii la diverse segmente ale sectorului serviciilor alimentare.

Grupul urmărește să mențină atractivitatea produselor sale prin inovare de produse, respectiv prin lansarea frecventă a unor oferte de produse noi, iar reacția consumatorilor la produsele nou-lansate poate afecta vânzările Grupului. Astfel, rezultatele operaționale ale Grupului sunt afectate de capacitatea Grupului de a înfrunța cu succes concurenții de pe segmentul restaurantelor cu servire rapidă, al restaurantelor cu servire la masă sau al restaurantelor cu serviciu de livrare/ridicare, iar această capacitate depinde de o serie de factori, precum: atractivitatea și gustul produselor Grupului comparativ cu oferta concurenților săi, calitatea percepută a serviciilor și a produselor și disponibilitatea produselor comparabile oferite de concurenți. Prețul pentru produsele oferite de Grup și, în mod special, sincronizarea și condițiile ofertelor cu prețuri speciale adresate clienților pot avea un impact semnificativ atât asupra volumului vânzărilor, cât și asupra profitabilității Grupului, precum și asupra cotei de piață a Grupului.

Activități de marketing și promovare

Activitățile de marketing și promovare întreprinse de Grup sunt esențiale pentru atragerea de noi clienți și pentru fidelizarea celor existenți. Activitatea de marketing, în special, joacă un rol important pentru Grup prin comunicarea către clienții săi a inovațiilor de produse și a programelor de promovare a prețului, pentru a consolida gradul de recunoaștere a brandurilor noastre, pentru a construi imaginea Grupului și pentru a crește numărul de clienți în restaurantele noastre. Potrivit contractelor de franciză încheiate până acum, Grupul are obligația de a cheltui cel puțin 5% din vânzările din restaurante pentru activități de marketing și promovare.

Eficacitatea activităților de marketing și promovare variază de la un an la altul și de la o campanie la alta, în funcție de produsele promovate, calitatea comunicării, precum și în funcție de capacitatea angajaților noștri de a comunica clienților campaniile curente și de a promova produse suplimentare. Grupul monitorizează îndeaproape cheltuielile și frecvența campaniilor de marketing și promovare desfășurate de concurenții Grupului și urmărește să mențină o prezență relativ constanță pe piață.

Pretenții legate de răspunderea privind produsele sau pandemii

Pretențiile legate de răspunderea privind produsele sau pandemii legate de carnea de pui ar putea avea un efect negativ asupra încrederii consumatorilor în siguranța și calitatea produselor noastre. În anumite momente, Grupul poate face obiectul unor pretenții tipice legate de răspunderea în cadrul industriei alimentare, precum alterarea produselor sau îmbolnăvire ulterioară consumului.

De asemenea, incidente ce țin de pandemii, boli determinate de alimente sau alimente deteriorate ar putea forța Grupul să închidă un număr de restaurante pe o perioadă de timp nedeterminată. Bolile răspândite pe scară largă precum gripa aviară, virusul gripal H1N1, e-coli sau hepatita A care afectează în general populația, pot determina clienții să evite anumite produse, rezultând în scăderea încrederii clienților în produsele oferite de Grup, în special în alimentele care conțin carne de pui. În plus, chiar dacă o astfel de pandemie legată de carnea de pui nu ar afecta produsele oferite de Grup, ci doar pe cele oferite de alte restaurante, se poate totuși produce un impact direct asupra consumatorilor, care ar putea evita produsele din pui indiferent de cine le oferă. Acest lucru ar duce la o scădere a numărului de clienți pentru restaurantele Grupului.

În plus, faptul că Grupul se bazează pe furnizori și distribuitori terți de produse alimentare crește riscul incidentelor de îmbolnăvire din cauza alimentelor pentru toate restaurantele Grupului care sunt deservite de

furnizorii și distribuitorii respectivi. Întreruperile de energie electrică și alte probleme care sunt în afara controlului Grupului pot duce la alterarea sau contaminarea alimentelor, ceea ce ar induce o creștere semnificativă a costurilor. Totodată, orice știri sau rapoarte ale autorităților de control difuzate publicului, care identifică pregătirea sau păstrarea în condiții insalubre a produselor alimentare în restaurante care nu au legătură cu Grupul sau care nu se află sub controlul Grupului pot schimba percepția clienților acestuia despre calitatea produselor din restaurante în general. Publicitatea negativă poate avea un impact advers asupra reputației noastre, indiferent dacă acuzațiile sunt nefondate.

Cum activitatea principală este administrarea de restaurante, Grupul depinde de încrederea consumatorilor în calitatea și siguranța produselor alimentare oferite în restaurantele noastre. Deși Grupul menține standarde ridicate privind calitatea produselor alimentare și dedică resurse substanțiale pentru a se asigura că aceste standarde sunt respectate, răspândirea unor astfel de boli este adesea în afara controlului acestuia și Grupul nu poate oferi o asigurare că boala respectivă nu va apărea ca urmare a consumului de produse oferite de acesta. Riscurile ce țin de răspunderea privind produsele nu sunt acoperite în prezent de asigurarea de răspundere privind produsele.

Toate cele menționate mai sus ar putea avea ca rezultat, cu efect imediat, o depreciere a cererii pentru produsele alimentare pe care le comercializăm, scăderea numărului de clienți, reducerea semnificativă a vânzărilor restaurantelor și pierderi financiare, precum și daune reputaționale semnificative și pretenții legale din partea clienților nemulțumiți, chiar dacă, în ultimă instanță, Grupul nu a fost considerat ca fiind responsabil pentru problema respectivă sau răspunderea acestuia a fost limitată. Scăderea încrederii clienților în produsele Grupului ca urmare a stărilor de îngrijorare, reale sau percepute, privind sănătatea publică sau publicitatea negativă poate avea un efect negativ semnificativ asupra activității, rezultatelor operaționale și situației noastre financiare.

Siguranța produselor și percepția publică

Integritatea ofertei Sphera este primordială. Riscurile potențiale, cum ar fi bolile de origine alimentară, pretențiile legate de răspunderea privind produsele și pandemiile reprezintă amenințări semnificative la adresa încrederii consumatorilor. Dependența Grupului de furnizori terți pentru ingrediente amplifică aceste riscuri, deoarece orice eveniment negativ, chiar și indirect legat de Grup, poate modifica rapid percepția publică. Reportajele din mass-media joacă un rol esențial în modelarea acestor percepții, iar o mediatizare negativă poate duce la daune de lungă durată pentru reputația Grupului.

Dependența de francizor

Sphera operează KFC (în România, Italia și Moldova) și Pizza Hut și Taco Bell (în România), în calitate de francizat și, prin urmare, o serie de factori și decizii legate de activitățile comerciale desfășurate de Sphera depind de deciziile francizorilor sau de acordul acestora. Durata acordurilor de francizare a brandurilor KFC, Pizza Hut și Taco Bell este de 10 ani. Sphera are opțiunea de a prelungi această perioadă pentru următorii 10 ani, în cazul în care îndeplinește condițiile specificate în acordurile de francizare, precum și alte cerințe, inclusiv plata taxei de continuitate aferente. În pofida îndeplinirii termenilor menționați mai sus, nu există nicio garanție că după expirarea acestor perioade, un acord de francizare dat va fi prelungit pentru următoarea perioadă. În cazul restaurantelor KFC, prima perioadă a început în 1997, primul restaurant Pizza Hut fiind deschis pe piața românească în 1994, în timp ce pentru Taco Bell, prima perioadă a început în 2017 cu deschiderea primului restaurant al acestui brand. Sphera și Yum! se află într-o comunicare permanentă în legătură cu cooperarea actuală și viitoare.

Preocupări legate de sustenabilitate

Pe măsură ce atenția globală se îndreaptă din ce în ce mai mult către sustenabilitate, așteptările consumatorilor și ale părților interesate ca restaurantele să adopte practici sustenabile s-au intensificat. Sphera își evaluează în mod activ lanțul de aprovizionare, metodologiile operaționale și procedurile de gestionare a deșeurilor pentru a se alinia la practicile de afaceri sustenabile. Cu toate acestea, este posibil ca aceste eforturi să nu fie încă la înălțimea așteptărilor părților interesate, ceea ce ar putea duce la critici sau reacții negative. Natura în continuă schimbare a ceea ce este considerat „sustenabil” necesită ajustări și îmbunătățiri continue, ceea ce poate reprezenta o provocare pentru resursele și angajamentul Grupului.

Noile tehnologii

Integrarea soluțiilor tehnologice avansate transformă experiența culinară și eficiența operațională în industria de food service. Sphera se confruntă cu riscul de a rămâne în urma concurenților săi dacă nu reușește să se adapteze prompt la aceste schimbări. Adoptarea târzie a tehnologiei nu numai că diminuează competitivitatea, dar poate duce, de asemenea, la creșterea costurilor operaționale pe termen lung. În plus, creșterea automatizării și a soluțiilor digitale poate înlocui locurile de muncă, ceea ce poate cauza nemulțumirea angajaților și poate afecta imaginea brandului Grupului și relațiile cu angajații.

Amenințări la adresa securității cibernetice

Odată cu extinderea operațiunilor digitale, inclusiv a comenzilor online și a sistemelor de plată digitale, Grupul este din ce în ce mai expus la riscuri de securitate cibernetică. Atacurile cibernetice, breșele de securitate a datelor și defecțiunile tehnologice pot avea un impact grav asupra reputației Grupului, ducând la pierderea încrederii consumatorilor și la pierderi financiare. Posibila inadecvare a măsurilor de securitate cibernetică ar putea expune Grupul la aceste amenințări, subliniind necesitatea unor strategii de securitate cibernetică solide și proactive.

Știri false (fake news)

Natura activității Grupului, industria în care își desfășoară activitatea, precum și prezența internațională a tuturor restaurantelor pe care Grupul le operează, pot expune Sphera la pretenții legate de defăimare, diseminare de informații greșite sau farse de știri (denumite și „știri false” sau „fake news”), sau alte tipuri de conținut care pot dăuna, temporar sau pe termen lung, reputației afacerii pe una sau mai multe dintre piețele pe care operează Sphera. Grupul nostru sau brandurile noastre pot fi, de asemenea, afectate negativ de acțiunile sau declarațiile diferitelor persoane, care acționează sub identități false sau neautentice, care pot disemina informații care sunt considerate a induce în eroare sau care intenționează să manipuleze opiniile despre Grupul nostru, brandurile sau produsele pe care le servim în restaurante. Orice astfel de situație poate duce potențial la o scădere a dorinței clienților de a cumpăra produse de la una sau toate brandurile operate de Grup, ducând astfel la scăderea vânzărilor, precum și la o scădere a prețului instrumentelor financiare emise de către Grup.

Carantina

Riscul carantinei în contextul pandemiei de COVID-19, precum și în contextul altor potențiale pandemii, continuă să fie ridicat. În consecință, există întotdeauna posibilitatea să fie implementată în Europa o nouă perioadă de carantină, inclusiv închiderea temporară de restaurante, hoteluri, cafenele, cluburi, centre comerciale, închiderea treptată a frontierelor, limitarea sau interzicerea circulației vehiculelor sau a persoanelor în/către anumite zone, inclusiv în țările de activitate ale Grupului. Carantina ar putea fi implementată fie la nivel național, afectând astfel toate restaurantele Grupului dintr-o anumită țară în care operează, fie la nivel local, afectând doar restaurantele situate în anumite județe sau regiuni care sunt supuse restricțiilor. Schimbarea rapidă a strategiei Grupului începând din 2020 și axarea pe serviciile de livrare și take-out pentru a genera venituri au pregătit Grupul pentru o altă potențială carantină, reducând astfel amploarea impactului negativ al acestui risc.

Riscuri financiare

Grupul este expus la o serie de riscuri financiare în legătură cu activitățile sale, inclusiv riscul de piață (riscul ratei dobânzii, riscul cursului de schimb valutar), riscul legat de lichiditatea financiară și, într-o măsură limitată, riscul de credit. Managementul de top al Grupului supraveghează gestionarea acestor riscuri, stabilind cadrul adecvat de guvernare a riscului financiar pentru Grup și se asigură că activitățile privind riscul financiar ale Grupului sunt efectuate în cadrul unor proceduri adecvate și că riscurile financiare sunt identificate, evaluate și gestionate în conformitate cu politicile și obiectivele de risc ale Grupului.

Riscul ratei dobânzii

Veniturile și fluxurile de trezorerie din exploatare ale Grupului sunt semnificativ independente de modificările ratelor dobânzilor de pe piață. Împrumuturile sunt de obicei expuse la riscul ratei dobânzii prin fluctuațiile valorii de piață a facilităților de credit pe termen lung și scurt purtătoare de dobândă. Ratele dobânzii pentru creditele și împrumuturile Grupului sunt variabile. Modificarea ratelor dobânzii afectează în primul rând creditele și împrumuturile prin modificarea fluxurilor de trezorerie aferente (datorie cu rată variabilă). Politica

conducerii este să apeleze în principal la finanțare cu rată variabilă. Totuși, la momentul obținerii unor noi credite sau împrumuturi, conducerea face o evaluare pentru a hotărî dacă rată fixă sau variabilă ar fi mai favorabilă pentru Grup pe perioada preconizată până la scadență. Grupul nu își acoperă riscul ratei dobânzii.

Riscul valutar

Expunerea Grupului la riscul modificărilor cursului de schimb valutar se referă în principal la activitățile de finanțare ale Grupului, deoarece finanțarea obținută de Grup este exprimată în euro. Marea majoritate a veniturilor, cheltuielilor, creanțelor și datoriilor comerciale și a altor creanțe și datorii sunt exprimate în lei. Grupul monitorizează riscul valutar urmărind modificările cursurilor de schimb și, dacă este necesar, revizuieste structura de finanțare a datoriilor. Grupul nu are aranjamente formale pentru reducerea riscului valutar cu care se confruntă.

Riscul de credit

Grupul nu este expus semnificativ la riscul de credit, deoarece cele mai multe vânzări ale sale sunt efectuate în numerar. Riscul de credit al Grupului este atribuit în principal creanțelor comerciale și altor creanțe, precum și soldurilor de la bănci, inclusiv sumele în curs de decontare cu băncile și platformele pentru livrare de mâncare.

Grupul investește numerar și echivalente de numerar la instituții financiare de încredere. Grupul are doar depozite obișnuite la bănci cu bună reputație, care nu au înregistrat niciun fel de dificultăți în anul 2023 sau până la data acestor situații financiare consolidate. De asemenea, platformele pentru livrare sunt parteneri comerciali de încredere, membri ai unor grupuri internaționale de societăți.

Riscul de lichiditate

Grupul a adoptat o abordare prudentă de gestionare a lichidității financiare, pornind de la premisa că menține un nivel suficient al numerarului și echivalentelor de numerar și că în viitor va primi în continuare finanțare din fondurile asigurate prin liniile de credit.

CONTROL INTERN

Sphera Franchise Group a implementat un sistem de control intern care include activități de prevenire și detectare a evenimentelor și riscurilor nedorite, precum și eventuale fraude, erori, daune, neconformități, tranzacții neautorizate și denaturări în cadrul raportării financiare.

Existența unui mediu de control reprezintă fundamentul unui sistem eficace de control intern. Acesta constă în definirea și aderarea la valori și principii la nivel de Grup (de ex. etică în afaceri) precum și de măsuri organizaționale (de ex. atribuirea clară de responsabilități și autoritate, angajament în domeniul competenței, reglementări privind drepturile de semnătură și separarea responsabilităților).

Sistemul de control intern al Grupului acoperă toate operațiunile de afaceri ale Grupului cu următoarele obiective principale:

- Conformitatea cu legislația și reglementările interne aplicabile;
- Credibilitatea raportării financiare (acuratețea, completitudinea și prezentarea corectă a informațiilor);
- Prevenirea și detectarea fraudelor și erorilor;
- Protejarea resurselor Grupului împotriva risipei;
- Operațiuni de afaceri eficiente și eficace.

Pentru realizarea acestor obiective, conducerea Grupului urmează, printre altele, următoarele principii și abordări:

- Dă dovadă de angajament față de integritate și valori etice demonstrând prin directivele, acțiunile și comportamentul Consiliului de Administrație și al conducerii importanța integrității și valorilor etice în susținerea funcționării sistemului de control intern;

- Consiliul de Administrație dă dovadă de independență față de conducere și asigură supravegherea activităților de instituire a controlului intern și a bunei funcționări a acestuia;
- Conducerea stabilește, sub supravegherea Consiliului de Administrație, structurile, liniile de raportare, și autoritățile și responsabilitățile adecvate necesare în scopul atingerii obiectivelor prin menținerea fișelor de post, definirea rolurilor și a liniilor de raportare, definirea rolului auditului intern;
- Dă dovadă de angajament față de atragerea, dezvoltarea și fidelizarea persoanelor competente, în conformitate cu obiectivele Grupului, prin stabilirea cunoștințelor, abilităților și expertizei necesare, selectarea furnizorilor de servicii externalizate atunci când este necesar, evaluarea competențelor și comportamentului, evaluarea capacității personalului financiar;
- Impune respectarea unui set de responsabilități clare în demersul de atingere a obiectivelor Grupului prin implementarea măsurilor de evaluare a performanței, și corelarea compensațiilor și a altor recompense cu performanța;
- Precizează obiectivele în mod suficient de clar pentru a permite identificarea și evaluarea riscurilor care pot afecta îndeplinirea acestor obiective prin identificarea conturilor, prezentărilor și aserțiunilor din situațiile financiare, revizuirea și actualizarea înțelegerii standardelor aplicabile, luând în considerare sfera activităților Grupului;
- Identifică riscurile care pot periclita îndeplinirea obiectivelor Grupului și procedează la analiza lor cu scopul de a determina modul în care ar trebui să fie gestionate;
- Ia în calcul potențialul de fraudă în evaluarea riscurilor care pot periclita îndeplinirea obiectivelor, luând în considerare riscul de fraudă în planul de audit intern;
- Identifică și evaluează schimbările care ar putea avea un impact semnificativ asupra sistemului de control intern prin evaluarea schimbărilor în mediul extern, și schimbărilor la nivelul Directorului General și al managementului de top;
- Selectează și dezvoltă activități de control care să contribuie la reducerea riscurilor la un nivel acceptabil în ceea ce privește atingerea obiectivelor luând în considerare procesele, riscurile și controalele în planul de audit intern, identificând funcții incompatibile, considerând activități de control alternative pentru separarea atribuțiilor;
- Selectează și dezvoltă activități generale de control în ceea ce privește tehnologia pentru a sprijini realizarea obiectivelor prin implementarea recentă a sistemului ERP, administrarea securității și a accesului, configurări IT pentru a susține procesarea completă, validă și cu acuratețe a tranzacțiilor și a datelor;
- Dezvoltă activități de control prin politici și proceduri care stabilesc ceea ce se așteaptă prin elaborarea și documentarea politicilor și procedurilor;
- Obține sau întocmește și utilizează informații relevante și de calitate necesare pentru funcționarea controlului intern.

Politicele și practicile care reprezintă standardele de competență ale Grupului pentru funcțiile implicate în raportarea financiară sunt folosite în cadrul activităților specifice de resurse umane și de asigurare a conformității angajaților, cum ar fi:

- Selecția și interviuarea candidaților;
- Verificarea referințelor și a activităților din trecut;
- Stabilirea așteptărilor în ceea ce privește certificările necesare.

Managementul de top evaluează competențele personalului implicat în înregistrarea și raportarea informațiilor financiare, și în proiectarea și dezvoltarea sistemelor de raportare financiară, inclusiv sistemele IT de bază. Managementul de top evaluează capacitatea departamentului de a identifica problemele și de a fi la curent cu dezvoltările tehnice în ceea ce privește raportarea financiară. În evaluarea competențelor și resurselor de personal sunt considerate capacitățile tehnice necesare și natura lor, precum și numărul personalului dedicat raportării financiare.

Consiliul de Administrație incluzând Comitetul de Audit („Consiliul”) supraveghează performanța conducerii în ceea ce privește controlul intern și păstrează obiectivitatea față de conducere. Consiliul monitorizează funcționarea controalelor interne prin efectuarea de analize periodice ale conturilor de profit și pierdere, realizarea bugetară, rapoartele de audit intern și extern. Consiliul demonstrează un nivel adecvat de scepticism

în legătură cu aserțiunile și judecățile conducerii cu impact asupra raportării financiare. În special, Comitetul de Audit solicită clarificarea și justificarea procesului Grupului de a:

- Selecta și implementa politicile contabile;
- Determina estimările contabile critice;
- Elabora ipoteze cheie utilizate în contabilizare și raportare;
- Evalua alte riscuri cu care se confruntă Grupul, care pot avea impact asupra raportării financiare.

Deficiențele în implementarea sau funcționare a controalelor interne sunt documentate în rapoartele de audit intern și sunt prezentate conducerii, pentru a dispune măsurile de corecție. Activitățile auditului intern includ evaluarea sistemelor de control intern și confirmarea că:

- Riscurile legate de realizarea obiectivelor strategice ale Grupului precum și riscurile legate de derularea operațiunilor sunt identificate și gestionate corespunzător;
- Acțiunile directorilor, angajaților și contractorilor Grupului sunt în conformitate cu politicile, procedurile și legile, reglementările și standardele de guvernanță aplicabile Grupului;
- Rezultatele operațiunilor sunt în concordanță cu obiectivele stabilite;
- Operațiunile sunt eficiente;
- Procesele și sistemele instituite permit respectarea politicilor, procedurilor, legilor și reglementărilor care ar putea afecta în mod semnificativ Grupul;
- Resursele și activele sunt achiziționate economic, utilizate eficient și protejate în mod adecvat.

Procesul de control intern este realizat de angajații de la toate nivelurile Grupului.

ANGAJAMENTE ȘI CONTINGENȚE

Angajamente de închiriere

Grupul a încheiat mai multe contracte de închiriere pentru restaurante care urmează să fie deschise în perioada următoare. Valoarea estimată a plăților viitoare a contractelor de închiriere pentru activele cu drept de utilizare este de 10.346 mii lei pentru o perioadă contractuală de 10 ani.

Alte angajamente

Restaurantele grupului funcționează în baza unor contracte de franciză cu YUM! și filialele sale. În conformitate cu aceste acorduri, Grupul se angajează să mențină identitatea, reputația și standardele de înaltă calitate ale fiecărui brand și să dezvolte rețeaua de restaurante. Pentru anul 2024, Grupul nu are încheiate acorduri de dezvoltare. Cu toate acestea, Grupul va continua dezvoltarea rețelei, având în plan să deschidă în 2024 circa șase noi unități KFC, în România.

Schimbări climatice

În contextul actual, toate companiile se confruntă cu riscuri și oportunități derivate din aspecte legate de mediu și sunt nevoite să ia decizii strategice în acest domeniu, adaptate naturii afacerii, precum și nivelului de impact al afacerii asupra mediului înconjurător mediului.

Grupul Sphera a demarat procesul de implementare a recomandărilor TCFD (prezentarea informațiilor financiare legate de schimbările climatice) pentru a îmbunătăți procesul de identificare a riscurilor, evaluarea, atenuarea, gestionarea și procedurile de raportare privind schimbările climatice. În prezent, consumul de plastic, gestionarea energiei și a amprente de carbon sunt principalele obiective legate de climă monitorizate de Grup.

Scrisori de garanții bancare

Grupul a emis scrisori de garanție bancară în favoarea furnizorilor la 31 decembrie 2023 în valoare de 17,7 milioane lei (31 decembrie 2022: 14,7 milioane lei).

Alte datorii contingente

Impozitare

Interpretarea textelor și implementarea practică a procedurilor reglementărilor fiscale ar putea varia, și există riscul ca autoritățile fiscale să trateze anumite tranzacții într-un mod diferit față de abordarea Grupului.

Legislația fiscală, în special cea din România, a făcut obiectul unor schimbări semnificative și interpretări contradictorii, care se pot aplica în mod retroactiv. Mai mult, în practică, autoritățile fiscale pot avea o abordare mult mai agresivă și pot impune datorii fiscale suplimentare și datorii accesorii corespunzătoare pe baza propriei lor interpretări a legislației fiscale. Ca rezultat, pot fi impuse dobânzi și penalități reprezentând sume semnificative de plată la bugetul statului.

Datoriile contingente pot surveni din stabilirea de către autoritățile fiscale a unor datorii fiscale suplimentare ca rezultat al inspecțiilor fiscale efectuate. Calculul impozitului pe profit poate face obiectul verificării din partea autorităților fiscale într-o perioadă de 5 ani în România și Italia și 4 ani în Republica Moldova.

Recent, a avut loc o creștere a numărului de inspecții fiscale realizate de autorități.

Prețuri de transfer

În conformitate cu legislația fiscală aplicabilă în țările în care operează Grupul, analiza fiscală a tranzacțiilor cu părțile afiliate se bazează pe principiul valorii de piață a transferurilor respective. Pe baza acestui principiu, prețurile de transfer trebuie ajustate astfel încât să reflecte prețul de piață care ar fi stabilit între societăți independente acționând independent (reprezentând „principiul valorii de piață”). Există probabilitatea ca, pe viitor, autoritățile fiscale să efectueze inspecții asupra prețurilor de transfer cu scopul de a analiza respectarea principiului valorii de piață și de a se asigura că nu există elemente care să afecteze baza taxabilă a plătitorului de impozit în România.

Grupul a pregătit dosare ale prețurilor de transfer.

Acțiuni în instanță

În cursul perioadei, Grupul a fost implicat într-un număr restrâns de acțiuni în instanță (atât ca reclamant, cât și ca pârât) survenite în cursul normal al activității. În opinia conducerii, pe baza consilierii juridice, nu există proceduri juridice sau reclamații în curs de soluționare care să aibă impact semnificativ asupra rezultatului din exploatare sau asupra poziției financiare a Grupului, fapt pentru care nu s-au constituit provizioane pentru acestea și nici nu au fost prezentate în situațiile financiare consolidate.

În 2019, USFN, în solidar cu proprietarul clădirii în care funcționează unul dintre restaurantele KFC drive-through, a fost dat în judecată de un terț având calitatea de reclamant, într-o speță în legătură cu [sub]traversarea terenului deținut de reclamant de către rețelele de utilități (electricitate, gaz și apă) fără un acord prealabil. Reclamatul solicită USFN și proprietarului terenului, între altele, plata de despăgubiri în suma de aproximativ 705 mii lei. Actualmente, procedurile în instanța de judecată sunt în derulare. Cu toate acestea, US Food Network SA a înaintat proprietarului o cerere de garanție și astfel, în cazul în care USFN va fi principalul tras la răspundere de către instanța de judecată cu privire la plata de despăgubirilor, atunci USFN va putea să revendice plățile de la proprietar. Cererea de garanție a fost acceptată de principiu. În continuare, dosarul este încă în analiză instanței de judecată și Grupul nu poate anticipa măsurile pe care instanța de judecată le poate lua. Pe baza confirmării avocaților, este mai probabil să existe o decizie favorabilă Grupului, decât în defavoarea sa și, ca urmare, niciun provizion nu a fost înregistrat cu privire la acest aspect.

ASPECTE DE MEDIU

La 31 decembrie 2023, Compania nu are datorii legate de costurile anticipate legate de aspectele de mediu. Compania nu consideră semnificative costurile legate de aspectele de mediu.

Președinte Consiliu de Administrație
Lucian Hoancă

L.S.

GUVERNANȚĂ , CORPORATIVĂ



S P H E R A

DECLARAȚIE DE CONFORMITATE CU CODUL DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ AL BVB

PREVEDERILE CODULUI DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ AL BURSEI DE VALORI BUCUREȘTI ¹	CONFORM	PARȚIAL CONFORM	OBSERVAȚII
Secțiunea A - Responsabilități			
A.1. Toate companiile trebuie să aibă un regulament intern al Consiliului de Administrație („Consiliul”), care include termenii de referință/ responsabilitățile Consiliului și funcțiile-cheie de conducere ale Companiei, și care aplică, printre altele, Principiile Generale din prezenta Secțiune.	X		Începând cu luna mai 2017 (de la înființare), Sphera Franchise Group este administrată în sistem unitar de un Consiliu de Administrație, care a delegat conducerea activității curente a Companiei Directorului General și directorilor executivi. Structura și principiile de guvernanță corporativă ale Companiei, precum și competențele și responsabilitățile AGA, ale Consiliului de Administrație și ale Directorului General, respectiv al directorilor executivi sunt descrise în Actul Constitutiv al Companiei, Regulile și Procedurile AGA, Regulamentul intern de funcționare a Consiliului de Administrație, precum și în alte documente relevante.
A.2. Prevederi pentru gestionarea conflictelor de interese trebuie incluse în regulamentul Consiliului. În orice caz, membrii Consiliului trebuie să notifice Consiliul cu privire la orice conflicte de interese care au survenit sau pot surveni și să se abțină de la participarea la discuții (inclusiv prin neaprezentare, cu excepția cazului în care neaprezentarea ar împiedica formarea cvorumului) și de la votul pentru adoptarea unei hotărâri privind chestiunea care dă naștere respectivului conflict de interese.	X		Membrii Consiliului au, conform legii, îndatoriri de diligență și loialitate față de Companie, prevăzute nu numai în Actul Constitutiv al Companiei, dar și în alte regulamente interne ale Companiei. De asemenea, Compania a implementat reglementări interne cu privire la modalitatea de adresare a situațiilor de conflict de interese.

¹ Declarația rezumă principiile Codului de guvernanță corporativă; versiunea completă a Codului poate fi citită pe site-ul Bursei de Valori București: www.bvb.ro.

A.3. Consiliul trebuie să fie format din cel puțin 5 (cinci) membri.	X		Consiliul este format din 5 (cinci) membri aleși de Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor (AGOA), în conformitate cu prevederile Legii societăților comerciale și ale actului Constitutiv al Companiei.
A.4. Majoritatea membrilor Consiliului nu trebuie să aibă funcții executive. În cazul societăților din Categoria Premium, nu mai puțin de doi membri neexecutivi ai Consiliului trebuie să fie independenți. Fiecare membru independent al Consiliului trebuie să depună o declarație la momentul nominalizării sale în vedere alegerii sau realegerii, precum și atunci când survin orice schimbare a statutului său, indicând elementele în baza cărora se consideră că este independent din punct de vedere al caracterului și judecății sale.		X	Governanța Sphera Franchise Group se realizează printr-un sistem unitar în care Consiliul asigură administrarea Companiei, conducerea curentă fiind delegată Directorului General și directorilor executivi. Consiliul este format din 5 (cinci) membri, dintre care toți sunt membri neexecutivi. Cu ocazia fiecărei (re)numiri a unui membru al Consiliului, Compania realizează o evaluare a independenței membrilor Consiliului de Administrație în baza criteriilor de independență prevăzute de Codul de Governanță Corporativă (care sunt în esență similare cu cele prevăzute de Legea Societăților), constând într-o evaluare individuală realizată de membrul relevant al Consiliului, urmată de o evaluare externă. În plus, în vederea pregătirii Raportului de Governanță Corporativă din Raportul Anual, Compania a reconfirmat cu toți membrii Consiliului independența sau ne-independența acestora la 31 decembrie 2023. Ca urmare a acestei evaluări, a rezultat că pe parcursul anului 2023, un membru al Consiliului a îndeplinit toate criteriile de independență prevăzute de Codul de Governanță Corporativă. Informații privind independența membrilor Consiliului de Administrație sunt disponibile la sediul Companiei.
A.5. Alte angajamente și obligații profesionale relativ permanente ale unui membru al Consiliului, inclusiv poziții executive și neexecutive în Consiliul unor societăți și instituții non-profit, trebuie dezvăluite acționarilor și investitorilor potențiali înainte de nominalizare și în cursul mandatului său.	X		Informații referitoare la angajamentele și obligațiile profesionale permanente ale membrilor Consiliului, inclusiv pozițiile executive și non-executive în societăți și instituții non-profit, se regăsesc în CV-urile membrilor Consiliului, disponibile la sediul Companiei, fiind și incluse în prezentul raport.
A.6. Orice membru al Consiliului trebuie să prezinte Consiliului informații privind orice raport cu un acționar care deține, direct sau indirect,	X		Membrii Consiliului și directorii executivi au, conform legii, îndatoriri de diligență și loialitate față de Companie, prevăzute nu numai în Actul Constitutiv al Companiei, dar și în alte regulamente interne ale

acțiuni reprezentând peste 5% din toate drepturile de vot.			acesteia. De asemenea, Compania a implementat reglementări interne cu privire la modalitatea de adresare a situațiilor de conflicte de interes.
A.7. Compania trebuie să desemneze un secretar al Consiliului responsabil de sprijinirea activității Consiliului.	X		Compania are un Secretar General care sprijină activitățile Consiliului.
A.8. Declarația privind guvernanta corporativă va informa dacă a avut loc o evaluare a Consiliului sub conducerea Președintelui sau a Comitetului de Nominalizare și, în caz afirmativ, va rezuma măsurile- cheie și schimbările rezultate în urma acesteia. Compania trebuie să aibă o politică/un ghid privind evaluarea Consiliului cuprinzând scopul, criteriile și frecvența procesului de evaluare.		X	Compania are un ghid de autoevaluare al Consiliului care prevede scopul, criteriile și frecvența unei astfel de evaluări. În baza acestui ghid, Consiliul a realizat un proces de autoevaluare pentru anul financiar 2023, sub conducerea Președintelui Consiliului.
A.9. Declarația de guvernanta corporativă trebuie să conțină informații privind numărul de întâlniri ale Consiliului și comitetelor în cursul ultimului an, participarea administratorilor (în persoană și în absență) și un raport al Consiliului și comitetelor cu privire la activitățile acestora.	X		Directorii Companiei se vor întruni cel puțin o dată pe săptămână, iar Consiliul se va întruni ori de câte ori este necesar, dar cel puțin o dată la trei luni. În cursul anului 2023, au avut loc 21 de ședințe ale Consiliului, dintre care 2 au fost organizate prin mijloace electronice (e-board). Dintre cele 19 cu prezență fizică, 17 au fost cu participare deplină și 2 cu participare parțială (4/5). În plus, au avut loc 6 ședințe ale Comitetului de Audit, toate cu participare deplină, și 4 ședințe ale Comitetului de Nominalizare și Remunerare, toate cu participare deplină.
A.10. Declarația de guvernanta corporativă trebuie să cuprindă informații referitoare la numărul exact de membri independenți din cadrul Consiliului.	X		Evaluarea independenței membrilor Consiliului de Administrație pe baza criteriilor de independență stabilite în Codul de guvernanta corporativă (care sunt în esență similare cu cele prevăzute de Legea societăților comerciale) a arătat că, în 2023, un (1) membru al Consiliului a îndeplinit toate criteriile de independență prevăzute de Codul de guvernanta corporativă și, prin urmare, un membru al Consiliului de Administrație al Sphera este independent.
A.11. Consiliul societăților din Categoria Premium trebuie să înființeze un comitet de nominalizare format din membri neexecutivi, care va conduce procedura nominalizărilor de noi membri în Consiliu		X	Membrii Consiliului sunt numiți de AGOA, pe baza unei proceduri transparente de propunere și cu majoritate de voturi ale acționarilor, așa cum este stipulat în Actul Constitutiv al Companiei și de legile aplicabile. Înainte desfășurării AGOA, CV-urile candidaților sunt

și va face recomandări Consiliului. Majoritatea membrilor Comitetului de Nominalizare trebuie să fie independenți.			disponibile pentru consultare de către acționari, iar acționarii pot suplimenta lista candidaților pentru funcția de membru al Consiliului. Compania are un Comitet de Nominalizare, compus din 3 (trei) membri aleși de Consiliul dintre membrii săi, unul dintre membrii Comitetului de Nominalizare fiind ales Președinte. Principalul rol al Comitetului de Nominalizare are dreptul de a face recomandări cu privire la propunerea de candidați pentru numirea în Consiliu. Din perspectiva Codului de Guvernanță Corporativă, Comitetul de Nominalizare nu îndeplinește integral condițiile de conformitate, plasând Compania în zona de „conformitate parțială” întrucât majoritatea membrilor comitetului de nominalizare nu sunt independenți, însă toți sunt non-executivi.
Secțiunea B - Sistemul de gestiune a riscului și de control intern			
B.1. Consiliul trebuie să înființeze un comitet de audit, în care cel puțin un membru trebuie să fie neexecutiv independent. Majoritatea membrilor, inclusiv președintele, trebuie să fi demonstrat deținerea unei calificări adecvate, relevantă pentru funcțiile și responsabilitățile comitetului. Cel puțin un membru al comitetului de audit trebuie să fi demonstrat deținerea unei experiențe adecvate în audit sau în contabilitate. În cazul societăților din Categoria Premium, comitetul de audit trebuie să fie format din cel puțin trei membri și majoritatea membrilor comitetului de audit trebuie să fie independenți.	X		Consiliul Sphera Franchise Group a înființat un Comitet de Audit, compus din o parte din membrii săi. Prin urmare, membrii Comitetului de Audit sunt toți neexecutivi. În 2023, Comitetul de Audit a fost format din trei membri ai Consiliului, dintre care un (1) membru, Președintele, a îndeplinit toate criteriile de independență prevăzute de Codul de Guvernanță Corporativă. Comitetul de Audit include membri cu certificări corespunzătoare funcțiilor și responsabilităților pe care le dețin în Comitetul de Audit, un membru are și certificările necesare în domeniul financiar, al auditului și al expertizei contabile.
B.2. Președintele comitetului de audit trebuie să fie un membru neexecutiv independent.	X		În calitate de membri ai Consiliului, toți membrii, inclusiv președintele Comitetului de Audit, sunt neexecutivi. Președintele Comitetului de Audit este independent.

B.3. În cadrul responsabilităților sale, comitetul de audit trebuie să efectueze o evaluare anuală a sistemului de control intern.	X		Termenii de Referință ai Comitetului de Audit detaliază rolul și atribuțiile Comitetului de Audit, care constau în principal din: (i) Examinarea și revizuirea situațiilor financiare anuale individuale și consolidate și propunerea de distribuire a profitului; (ii) Analizarea și efectuarea de recomandări cu privire la numirea, renumirea sau revocarea auditorului financiar independent extern în vederea aprobării acestuia de către AGOA; (iii) Efectuarea unei evaluări anuale a sistemului de control intern, având în vedere eficacitatea și scopul funcției de audit intern, gradul de adecvare al rapoartelor de gestionare a riscului și de control intern prezentate către Comitetul de Audit, promptitudinea și eficacitatea cu care conducerea executivă soluționează deficiențele sau slăbiciunile identificate în urma controlului intern și prezentarea de rapoarte relevante Consiliului; (iv) Evaluarea conflictelor de interese în legătură cu tranzacțiile Companiei și ale filialelor acesteia cu părțile afiliate; (v) Evaluarea eficienței sistemului de control intern și a sistemului de gestionare a riscului; (vi) Monitorizarea aplicării standardelor legale și a standardelor de audit intern general acceptate; (vii) Primirea cu regularitate a unui sumar al principalelor constatări ale rapoartelor de audit, dar și alte informații cu privire la activitățile Departamentului de Audit Intern și evaluarea rapoartelor echipei de audit intern; (viii) Examinarea și revizuirea, înainte de supunerea lor spre aprobare Consiliului, a tranzacțiilor cu părțile afiliate care depășesc sau se estimează că pot depăși 5% din activele nete ale Companiei din exercițiul financiar precedent, în concordanță cu Politica privind Tranzacțiile cu Părți Afiliate.
B.4. Evaluarea trebuie să aibă în vedere eficacitatea și sfera de acoperire a funcției de audit intern, gradul de adecvare al rapoartelor de gestionare a riscului și de control intern prezentate către comitetul de audit al Consiliului, promptitudinea și eficacitatea cu care conducerea executivă soluționează deficiențele sau slăbiciunile identificate în urma controlului intern și prezentarea de rapoarte relevante Consiliului.	X		
B.5. Comitetul de audit trebuie să evalueze conflictele de interese în legătură cu tranzacțiile Companiei și ale filialelor acesteia cu părțile afiliate.	X		
B.6. Comitetul de audit trebuie să evalueze eficiența sistemului de control intern și a sistemului de gestionare a riscului.	X		
B.7. Comitetul de audit trebuie să monitorizeze aplicarea standardelor legale și a standardelor de audit intern general acceptate. Comitetul de audit trebuie să primească și să evalueze rapoartele echipei de audit intern.	X		

B.8. Ori de câte ori Codul menționează rapoarte sau analize inițiate de către Comitetul de Audit, acestea trebuie urmate de raportări periodice (cel puțin anuale) sau ad-hoc, care trebuie înaintate ulterior Consiliului.	X		Comitetul de Audit trimite periodic către Consiliu rapoarte referitoare la chestiunile specifice care i-au fost atribuite.
B.9. Niciunui acționar nu i se poate acorda tratament preferențial față de alți acționari în legătură cu tranzacții și acorduri încheiate de Companie cu acționarii și afiliații acestora.	X		Compania aplică un tratament egal pentru toți acționarii săi. Tranzacțiile cu părțile afiliate sunt tratate obiectiv, conform standardelor uzuale din domeniu, legilor și reglementărilor corporative aplicabile. Sphera Franchise Group transmite periodic rapoarte privind tranzacțiile cu părți afiliate către Autoritatea de Supraveghere Financiară și Bursa de Valori București. Aceste rapoarte sunt revizuite de auditorul financiar independent în conformitate cu legislația relevantă în vigoare.
B.10. Consiliul trebuie să adopte o politică prin care să se asigure că orice tranzacție a Companiei cu oricare dintre societățile cu care are relații strânse, a cărei valoare este egală cu sau mai mare de 5% din activele nete ale Companiei (conform ultimului raport financiar), este aprobată de Consiliu în urma unei opinii cu caracter obligatoriu a comitetului de audit al Consiliului și este dezvăluită în mod corect acționarilor și potențialilor investitori, în măsura în care aceste tranzacții se încadrează în categoria evenimentelor care fac obiectul cerințelor de raportare.	X		Compania a adoptat principiile-cheie de revizuire, aprobare și publicare a tranzacțiilor cu părți afiliate, conform reglementărilor aplicabile și a documentelor corporative ale Companiei, inclusiv faptul că tranzacțiile Companiei cu părțile afiliate, care depășesc sau se estimează că pot depăși, individual sau agregat, o valoare anuală de 5% din activele nete ale Companiei din exercițiul financiar anterior, trebuie aprobate de Consiliu, pe baza opiniei Comitetului de Audit.
B.11. Auditurile interne trebuie efectuate de către o divizie separată structural (departamentul de audit intern) din cadrul Companiei sau prin angajarea unei entități terțe independente.	X		Funcția de Audit Intern este instituită în cadrul Companiei.
B.12. În scopul asigurării îndeplinirii funcțiilor principale ale departamentului de audit intern, acesta trebuie să raporteze din punct de vedere funcțional către Consiliu prin intermediul	X		Funcția de audit intern raportează din punct de vedere funcțional Consiliului de Administrație prin intermediul Comitetului de Audit și Directorului General în scopuri administrative.

comitetului de audit. În scopuri administrative și în cadrul obligațiilor conducerii de a monitoriza și reduce riscurile, acesta trebuie să raporteze direct Directorului General Executiv.			
Secțiunea C – Justa recompensă și motivare			
C.1. Compania trebuie să publice pe pagina sa de internet politica de remunerare și să includă în raportul anual o declarație privind implementarea politicii de remunerare în cursul perioadei anuale care face obiectul analizei. Orice schimbare esențială intervenită în politica de remunerare trebuie publicată în timp util pe pagina de internet a Companiei.	X		Compania are în vigoare o Politică de Remunerare adoptată prin Hotărârea AGOA nr. 1 din 11 august 2022 și aplică în mod consecvent principiile de remunerare în ceea ce privește directorii Companiei, și anume (i) oricărui membru al Consiliului de Administrație, precum și (ii) oricărui director executiv. Aceste principii de bază privind remunerarea sunt enunțate în Raportul privind Guvernanța Corporativă.
Secțiunea D – Adăugând valoare prin relațiile cu investitorii			
D.1. Compania trebuie să organizeze un serviciu de Relații cu Investitorii – indicându-se publicului larg persoana responsabilă/ persoanele responsabile sau unitatea organizatorică. În afară de informațiile impuse de prevederile legale, Compania trebuie să includă pe pagina sa de internet o secțiune dedicată Relațiilor cu Investitorii, în limbile română și engleză, cu toate informațiile relevante de interes pentru investitori, inclusiv: • Principalele reglementări corporative: actul constitutiv, procedurile privind adunările generale ale acționarilor; • CV-urile profesionale ale membrilor organelor de conducere ale Companiei, alte angajamente profesionale ale membrilor Consiliului, inclusiv poziții executive și neexecutive în consilii de administrație din societăți sau din instituții non-profit;	X		Toate informațiile specificate în dispoziția D1 sunt furnizate pe website-ul Emitentului.

• Rapoartele curente și rapoartele periodice (trimestriale, semestriale și anuale); • Informații referitoare la adunările generale ale acționarilor; • Informații privind evenimentele corporative; • Numele și datele de contact ale unei persoane care va putea să furnizeze, la cerere, informații relevante; • Prezentările Companiei (de ex., prezentările pentru investitori, prezentările privind rezultatele trimestriale etc.), situațiile financiare (trimestriale, semestriale, anuale), rapoartele de audit și rapoartele anuale.			
D.2. Compania va avea o politică privind distribuția anuală de dividende sau alte beneficii către acționari. Principiile politicii anuale de distribuție către acționari vor publicate pe pagina de internet a Companiei.	X		Politica de Dividende a Companiei este publicată pe website-ul acesteia în secțiunea Guvernanță Corporativă, subsecțiunea Politici și Documente.
D.3. Compania va adopta o politică în legătură cu previziunile, fie că acestea sunt făcute publice sau nu. Previziunile se referă la concluzii cuantificate ale unor studii, care vizează stabilirea impactului global al unui număr de factori privind o perioadă viitoare (așa-numitele ipoteze): prin natura sa, această proiecție are un nivel ridicat de incertitudine, rezultatele efective putând diferi în mod semnificativ de previziunile prezentate inițial. Politica privind previziunile va stabili frecvența, perioada avută în vedere și conținutul previziunilor. Dacă sunt publicate, previziunile pot fi incluse numai în rapoartele anuale, semestriale	X		Compania are o Politică privind Previziunile, care este publicată pe website-ul acesteia, la secțiunea Guvernanță Corporativă, subsecțiunea Politici și Documente.

sau trimestriale. Politica privind previziunile va fi publicată pe pagina de internet a Companiei.			
D.4. Regulile Adunărilor Generale ale Acționarilor nu trebuie să limiteze participarea acționarilor la adunările generale și exercitarea drepturilor acestora. Modificările regulilor vor intra în vigoare, cel mai devreme, începând cu următoarea adunare a acționarilor.	X		Informații cu privire la modalitatea de organizare a Adunărilor Generale ale Acționarilor sunt menționate în Actul Constitutiv al Companiei, precum și, pe scurt, și în Raportul de Guvernanță Corporativă. De asemenea, Sphera Franchise Group are implementată din 2017 o Procedură Generală AGA, și publică pentru fiecare AGA convocatoare detaliate, care descriu în detaliu procedura de urmat în cadrul fiecărei AGA. Pentru a facilita exercitarea drepturilor acționarilor și pentru a asigura transparența totală asupra evenimentelor corporative, începând cu ședința AGOA din aprilie 2022, Sphera a încheiat un parteneriat cu eVote prin care a facilitat accesul acționarilor la Adunarea Generală a Acționarilor printr-o platformă online. În acest fel, Compania se asigură că AGA sunt conduse și organizate în mod corespunzător, iar drepturile acționarilor sunt respectate.
D.5. Auditorii financiari independenți vor fi prezenți la adunarea generală a acționarilor atunci când rapoartele lor sunt prezentate în cadrul acestor adunări.	X		Auditorii financiari independenți participă la Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor în care sunt supuse aprobării situațiile financiare anuale individuale și consolidate.
D.6. Consiliul ar trebui să prezinte adunării generale anuale a acționarilor o scurtă evaluare a controalelor interne și a sistemului semnificativ de gestionare a riscurilor, precum și avize cu privire la chestiuni care pot fi soluționate la adunarea generală.		X	Informațiile despre controalele interne și sistemul de gestionare a riscurilor semnificative sunt furnizate în Raportul anual. În cazul în care întrebarea legată de sistemul de control intern și de management al riscurilor semnificative va fi pusă în cadrul ședinței anuale, întrebarea va fi abordată de Consiliul de Administrație.
D.7. Orice specialist, consultant, expert sau analist financiar poate participa la Adunarea Acționarilor în baza unei invitații prealabile din partea Președintelui Consiliului. Jurnaliștii acreditați pot, de asemenea, să participe la adunarea generală a acționarilor, cu excepția cazului în care Președintele Consiliului ia o altă hotărâre în acest sens.	X		Regulile și Procedurile AGA prevăd posibilitatea ca orice specialist, consultant, expert, analist financiar sau jurnalist acreditat să poată participa la AGA în baza unei invitații prealabile din partea Președintelui Consiliului.

D.8. Rapoartele financiare trimestriale și semestriale vor include informații atât în limba română, cât și în limba engleză referitoare la factorii-cheie care influențează modificări în nivelul vânzărilor, al profitului operațional, al profitului net și al altor indicatori financiari relevanți, atât de la un trimestru la altul, cât și de la un an la altul.	X		Rapoartele financiare trimestriale și semestriale includ informații atât în limba română, cât și în limba engleză referitoare la factorii-cheie care determină modificări în nivelul vânzărilor, al profitului operațional, al profitului net și al altor indicatori financiari relevanți, atât de la un trimestru la altul, cât și de la un an la altul.
D.9. O companie va organiza cel puțin două ședințe/teleconferințe cu analiști și investitorii în fiecare an. Informațiile prezentate cu aceste ocazii vor fi publicate în secțiunea relații cu investitorii a paginii de internet a Companiei la data ședințelor/teleconferințelor.	X		Sphera Franchise Group organizează trimestrial întâlniri individuale și teleconferințe cu analiști financiari, investitori, brokeri și alți specialiști de piață, pentru a prezenta elementele financiare relevante pentru decizia investițională. Compania organizează un total de șase teleconferințe privind rezultatele pe parcursul anului - 4 teleconferințe trimestriale în limba engleză și 2 teleconferințe semestriale în limba română (în plus față de aceleași teleconferințe în limba engleză, pentru a asigura accesul egal la informații și la management pentru toate părțile interesate). Prezentările pentru investitori, actualizate trimestrial, sunt puse la dispoziție la momentul întâlnirilor/teleconferințelor și pe website-ul companiei, în secțiunea Relații cu investitorii.
D.10. În cazul în care o companie susține diferite forme de expresie artistică și culturală, activități sportive, activități educative sau științifice și consideră că impactul acestora asupra caracterului inovator și competitivității Companiei fac parte din misiunea și strategia sa de dezvoltare, va publica politica cu privire la activitatea sa în acest domeniu.	X		Sphera Franchise Group desfășoară diverse activități privind responsabilitatea socială și de mediu. Pentru mai multe detalii, vă rugăm să consultați și secțiunea din Raportul Anual referitoare la Declarația Nefinanciară Consolidată.

DECLARAȚIA NEFINANCIARĂ CONSOLIDATĂ



S P H E R A

DECLARAȚIA NEFINANCIARĂ CONSOLIDATĂ ²

Grupul va emite până la 30 iunie 2024 un Raport de sustenabilitate pentru anul 2023. Raportul va oferi detalii cu privire la progresele înregistrate de Grup în 2023 în ceea ce privește aspectele ESG. Prin urmare, acest raport anual oferă doar o scurtă prezentare generală a abordării Grupului față de subiectele non-financiare.

MODELUL DE AFACERI AL GRUPULUI

Sphera a fost înființată în luna mai a anului 2017 cu scopul de a consolida sub o singură entitate mai multe companii care dețineau (și dețin) drepturile de operare în sistem de franciză a brand-urilor KFC® și Pizza Hut® în România, Republica Moldova și în anumite regiuni din Italia.

Astfel, Sphera - un Grup de top în zona de food – service din România - operează prin intermediul subsidiarelor din România, Republica Moldova și Italia un portofoliu de brand-uri internaționale de succes KFC®, Pizza Hut® și Taco Bell®; grație acestor brand-uri de succes recunoscute la nivel internațional, succesului unităților-cheie, politicilor de marketing și calității produselor, Sphera se plasează în top atât în zona de QSR, cât și în cea de FSR.

PROCEDURI DE DILIGENȚĂ NECESARĂ APLICATE

În 2023, nu au existat proceduri de diligență formalizate în mod special și/sau care să îmbrace forma unor politici la nivelul Grupului, aspectele legate de diligență fiind urmărite de la caz la caz și/sau pentru diverse activități, astfel cum se reflectă acestea în practicile uzuale aferente pieței relevante în care Grupul își desfășoară activitatea, în spiritul art. 803 din Codul civil. Independent de faptul că nu a existat o procedură și/sau o politică de diligență la nivelul Grupului, deciziile de afaceri (și nu numai) au avut la baza cele mai bune strategii, principii în vederea diminuării oricărui risc conex, și cu observarea regulilor de onestitate și loialitate.

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ A GRUPULUI - ASPECTE SOCIALE, DE MEDIU, DIVERSITATE

Grupul Sphera desfășoară constant activități privind responsabilitatea socială. Încă din anul 2008, anterior înființării Sphera, prin intermediul subsidiarelor, în fiecare an, în mod direct sau prin intermediul fundațiilor/asociațiilor specializate, au fost sprijinite persoane provenind din medii defavorizate din comunitățile în care Grupul activează. Mai mult, Sphera și/sau subsidiarele s-au implicat și au contribuit inclusiv la susținerea acțiunilor educative și de mediu.

Sphera își desfășoară activitățile cu integritate și respect față de societate în baza unui cadru transparent și structurat. Politica privind Guvernanța și raportarea în domeniul ESG este disponibilă [AICI](#).

În cadrul Grupului Sphera, considerăm că impactul pe care îl avem asupra oamenilor și a comunităților este la fel de important ca produsele pe care le punem la dispoziția clienților. Unul dintre cei 4 piloni care stau la baza strategiei noastre de sustenabilitate este reprezentat de Oameni și Comunitate și de aceea misiunea noastră este de a oferi clienților o experiență memorabilă, susținută de servicii excelente și produse unice pregătite de echipe pasionate. Prin obiectivele și țintele pe care ni le-am stabilit, contribuim la bunăstarea oamenilor care fac parte din echipa noastră, aceștia reprezentând cel mai important element în misiunea de a crea un viitor sustenabil atât pentru compania noastră, cât și pentru industria în care activăm.

² Această declarație nefinanciară are la bază legislația română, Ordinul nr. 1.938 din 17 august 2016 privind Modificarea și Completarea Reglementărilor Contabile (adaptarea Directivei 2014/95/UE privind divulgarea informațiilor nefinanciare și de diversitate de către marile companii și grupuri).

Activitățile Grupului includ dezvoltarea relațiilor cu persoane din contexte culturale diferite, precum și promovarea egalității de șanse, prin diferite politici și instrumente.

Mai mult, Codul de conduită al Grupului Sphera acoperă aspecte precum egalitatea de șanse, diversitatea și nediscriminarea.

Diversitate – Grupul Sphera apreciază diversitatea în rândul angajaților și nu discriminează în ceea ce privește ocuparea forței de muncă pe motiv de rasă, cetățenie, limbă, religie, origine socială, trăsături genetice, vârstă, gen, naționalitate, handicap, nivel educațional etc. Ne angajăm să menținem un mediu de lucru care să respecte, să sprijine și să promoveze drepturile omului pentru toți angajații.

Menținem o cultură a integrității bine dezvoltată, bazată pe standarde etice și de conformare, pentru a ne păstra astfel calitatea de angajator de încredere.

Oferim posibilitatea angajaților de a semna orice abatere prin două căi de comunicare directe, facilitate de către un partener terț, care asigură anonimatul și confidențialitatea, și anume: Linia de asistență telefonică și Linia de Integritate Speak UP.

Lucrăm constant pentru a crea o cultură organizațională în care fiecare angajat să se poată exprima autentic și să aibă un sentiment de apartenență la echipă, respectiv companie. Totodată, asigurăm oportunități egale de avansare și dezvoltare profesională pentru toți angajații, indiferent de origine sau apartenență socială.

În 2019, Sphera Franchise Group a semnat Carta Diversității, ceea ce reprezintă o dovadă a angajamentului de a promova diversitatea și egalitatea de șanse pentru angajații săi. În 2022, Sphera Franchise Group s-a alăturat UN Global Compact, cea mai importantă inițiativă de sustenabilitate din lume.

Șanse egale - Sphera recrutează, angajează, instruește, plătește, dezvoltă și promovează persoane pe baza meritelor și fără a ține cont de rasă, culoarea, credința, religia, sexul (inclusiv sarcina, nașterea și problemele medicale legate de sarcină, naștere și alăptare), vârsta, dizabilitatea mentală sau fizică, condiția medicală protejată, deficiențele fizice, informațiile genetice, orientarea sexuală, sexul, identitatea de gen, expresia de gen, stereotipurile sexuale, originea națională, ascendența, naționalitatea, originea socială sau etnică, statutul militar sau de veteran, starea civilă, statutul de cetățenie, afilierea politică sau alt statut protejat prin lege al persoanelor.

Abordarea privind resursele umane interne - sprijină recrutarea cu scopul de a crește diversitatea forței de muncă. Procesul de recrutare susține și promovează în mod activ diversitatea, de exemplu, cerând aplicațiilor să fie deschise, să aibă abilitatea de a vorbi mai mult de o singură limbă străină, să aibă experiența multiculturală, atașament pentru șansele egale, etc.

Cursuri de instruire și dezvoltarea carierei pentru angajați – Există un angajament ferm de a oferi angajaților șansa de a putea învăța continuu și de a se dezvolta atât pe plan profesional, cât și personal, toate acestea permițându-le să continue să își dezvolte cariera. Toți noii angajați trec printr-un proces de instruire legat de standardele generale ale operațiunilor, înțelegerea activității precum și procedurile specifice activității desfășurate.

Compania este angajată în crearea unor programe de instruire care abordează nu numai setul de aptitudini necesare pentru îndeplinirea atribuțiilor zilnice, ci și aptitudini suplimentare precum responsabilitate activă, asumare, gestionarea timpului, serviciile acordate clienților, comunicare, management de proiect, negociere și lucru în echipă. Programele de instruire privind diferitele branduri și zone în care ne desfășurăm activitatea vin ca o asigurare a unei structuri de control efective și descentralizate, punând bazele unei culturi organizaționale care generează angajament din partea personalului. Cursurile de instruire și dezvoltarea se concentrează pe:

- Workshop-uri pentru manageri privind gestionarea diferențelor și a diversității culturale a angajaților;
- Operaționalizarea și dezvoltarea unor „competențe” de tipul: empatie, autoapreciere și reflecție, deschidere, atitudine flexibilă, stabilitate emoțională;
- Identificarea unor stereotipuri care se regăsesc la angajați și la manageri și includerea în training-uri a unor activități de adresare a acestora;

- Programe de training pentru manageri, prin care să învețe să identifice nevoi diferite ale angajaților și modalități de a-i face pe aceștia să se simtă valorizați;
- Formarea managerilor pentru a gestiona adecvat situații în care un angajat are opinii diferite decât cele ale sale, referitoare la o sarcină sau o decizie.

Evaluarea performanței – Sistemul de salarizare și recompensare a angajaților este legat de performanță. Performanța fiecărui angajat este evaluată pe baza unor indicatori măsurabili. Alocarea sarcinilor și a proiectelor se va face pe baze obiective și nu pe baza unor preferințe sau divergențe personale. Procesele de resurse umane oferă suportul pentru îndeplinirea acestor deziderate. Acestea includ:

- Introducerea în evaluarea performanței managerilor o componenta de comportamente eficiente;
- Identificarea nevoilor angajaților (de apreciere, de recunoaștere, de control, de dezvoltare) și a măsurii în care managerii gestionează echipele de lucru ținând cont de aceste nevoi;
- Stabilirea unor indicatori măsurabili de evaluare a performanței angajaților, includerea acestora în sistemul de salarizare și recompensare;
- Alocarea sarcinilor și a proiectelor pe baze obiective și nu pe baza unor preferințe sau divergențe personale.

Responsabilitate Socială Corporativă – Grupul Sphera, prin subsidiarele sale, este implicat activ în activități de sprijin social încă din 2008 și, odată cu creșterea profitabilității și a numărului de restaurante, există un angajament ferm de continuare a implicării Grupului în astfel de activități, iar începând din 2023 sub platforma [Meniul Zilei de Mâine](#). Pilonii strategici pe care îi avem în vedere prin noua platformă acoperă nevoile alimentare și de educație ale copiilor provenind din comunitățile defavorizate.

Protecția mediului – Abordarea Companiei este de a reduce la minimum impactul asupra mediului și de a micșora amprenta de carbon. Ne-am angajat să desfășurăm o activitate sustenabilă în toate aspectele de business începând cu selectarea furnizorilor de materii prime sunt folosite ambalajele și modul în care se construiesc restaurantele. Compania este angajată în promovarea unor servicii caracterizate de siguranță și calitate. De asemenea, există un angajament ferm pentru păstrarea și protejarea naturii și a resurselor acesteia folosind doar ceea ce este necesar, evitarea risipei și concentrarea pe bunăstarea angajaților și a comunităților în care activăm.

POLITICA DE CONFORMITATE ȘI POLITICA ANTI-MITĂ

Începând cu T4 2020, Sphera Franchise Group a implementat proceduri de combatere a spălării banilor (AML) și toți furnizorii beneficiază în prezent de astfel de proceduri. În luna mai 2022, un Manual de Conformitate și o Politică Anti-Mită a fost implementat la nivelul Grupului. Sphera Franchise Group interzice implicarea angajaților în luare de mită și are o politică de toleranță zero în ceea ce privește luarea de mită și corupția. Grupul interzice mita, darea de mită, precum și solicitarea, acceptarea sau primirea de mită, astfel încât valorile grupului să fie respectate și reputația sa să fie protejată.

Nu au existat cazuri de corupție în cadrul organizației și suntem foarte atenți în prevenirea apariției acestora.

INDICATORI CHEIE DE PERFORMANȚĂ PRIVIND DECLARAȚIILE NEFINANCIARE

Responsabilitatea de mediu

Obiective	Tinte	Progres în 2023
Eficiență energetică		
Reducerea consumului de energie și a amprentei de carbon a organizației.	100% iluminat eficient energetic (iluminat LED) - până în 2024.	Iluminat eficient energetic în toate restaurantele Grupului inclusiv cele nou deschise.

Materiale și ambalaje sustenabile

Creșterea achizițiilor de materiale și ambalaje sustenabile.

100% ambalaje de consum pe bază de plastic recuperabil sau reutilizabil - până în 2025.

Am înlocuit în proporție de 100% pazele din plastic cu paze din hârtie și am înlocuit în proporție de 100% pungile din plastic. Am înlocuit toate produsele din categoria materialelor plastice de unică folosință în conformitate cu directiva europeană aplicabilă. Diverse produse care conțin plastic sunt marcate cu pictograma „Plastic în produs” - servetele umede și pahare.

Oameni

Obiective	Ținte	Progres în 2023
Drepturile omului „Angajator dorit” prin asigurarea unui loc de muncă non-discriminativ, diversitate și incluziune.	2% personal angajat provenind din comunități vulnerabile sau persoane cu handicap, precum și naționalități diverse, până în 2023.	În 2023, peste 2% din totalul angajaților au provenit din comunități vulnerabile, diversități de naționalități sau persoane cu dizabilități.
Sănătatea și securitatea angajaților Asigurarea unui mediu de lucru sigur pentru angajați.	50% dintre programele de instruire din operațiuni să fie disponibile pe aplicații / format digital sau folosind metoda jocului (gamification), până în 2022.	90% dintre programele de instruire din operațiuni sunt disponibile pe platforme digitale de învățare.
Satisfacția și starea de bine a angajaților Recunoașterea drept „cel mai dorit angajator” prin asigurarea unui mediu de lucru plăcut, stabil și sigur.	80% rată de promovare internă pentru rolurile manageriale aferente restaurantelor, până în 2025.	În 2023, am atins 80% rată de promovare internă pentru rolurile manageriale aferente restaurantelor. Continuăm să derulăm programe de dezvoltare a competențelor și monitorizăm atent potențialul uman intern.

Responsabilitate în materie de guvernare

Obiective	Ținte	Progres în 2023
Furnizori responsabili Ne asigurăm că toate cerințele noastre sunt îndeplinite și lucrăm îndeaproape cu furnizorii pentru a menține standarde înalte.	Auditarea furnizorilor de produse de bază conform Codului de etică și conduită și Abordarea Sustenabilității, până în 2025	Codul de conduită este semnat de către toți furnizorii noștri pe proprie răspundere. Realizăm audituri în mod regulat pentru produsele noastre de bază, atât la nivel intern, cât și extern.
Digitalizarea restaurantelor Utilizarea de noi tehnologii pentru comenzi în vederea îmbunătățirii experienței clienților și angajaților noștri.	100% restaurante echipate cu sisteme de comandă tip kiosk (unde suprafața și design-ul permit), până în 2021.	Am încheiat anul 2023 având toate restaurantele KFC și Taco Bell echipate cu sisteme de comandă tip kiosk, acolo unde suprafața și designul ne-au permis. În Italia, Grupul a atins un grad de conformitate de 100%. Sphera continuă să urmărească

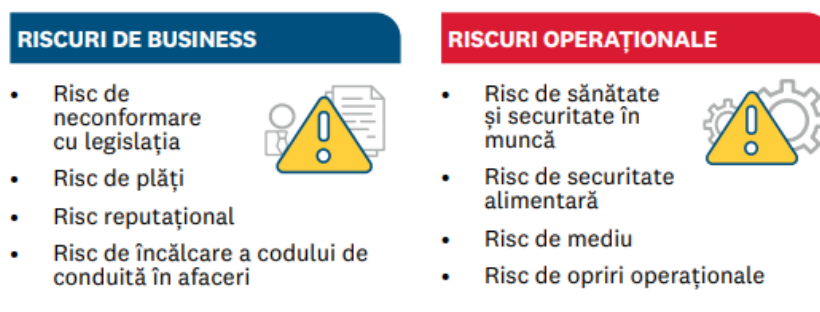
		implementarea acestor sisteme în toate restaurantele nou deschise.
Panouri digitale pentru meniuri Comunicarea digitală a meniului pentru a îmbunătăți experiența clienților și angajaților noștri.	100% restaurante echipate cu panouri digitale pentru meniuri în toate restaurantele KFC și Taco Bell, până în 2022.	Toate locațiile KFC și Taco Bell sunt echipate cu panouri digitale pentru meniuri. Sphera se angajează să continue echiparea tuturor restaurantelor nou deschise cu panouri digitale pentru meniuri.

Nu au existat incidente de discriminare sau exploatare prin muncă a copiilor în 2023.

În prezent lucrăm la cel de-al cincilea raport de sustenabilitate pentru 2023, care va fi publicat la începutul lunii iulie 2024, iar progresul fiecărui indicator de mai sus se va reflecta în acesta.

Managementul riscului

Conformarea cu cerințele legale, precum și identificarea și gestionarea riscurilor asociate cu operațiunile Grupului în diverse aspecte - siguranța alimentară, sănătatea și securitatea - sunt de o importanță strategică pentru Sphera, cu vulnerabilități evaluate în toate domeniile de activitate. Conformarea și managementul riscului sunt aspecte cheie pentru Sphera Franchise Group, una dintre cele mai mari companii din industria de food service din Europa. Respectarea cerințelor legale și identificarea și gestionarea riscurilor asociate operațiunilor Grupului sunt esențiale în asigurarea siguranței alimentelor și a sănătății și securității clienților și angajaților noștri. Prin intermediul unei abordări proactive și prin luarea de măsuri preventive adecvate, Sphera se asigură că respectă cele mai înalte standarde de conformitate și gestionează riscurile în mod eficient. Pentru siguranța alimentelor și a sănătății și securității clienților și angajaților noștri, Sphera utilizează cele mai recente tehnologii și proceduri, asigurând astfel o protecție solidă împotriva riscurilor asociate activității.



Evaluăm aspectele privind conformarea legislativă și ne supunem conformărilor atât cerințelor legale naționale, cât și internaționale.

Compania a dezvoltat o cultură internă care promovează o conduită corectă pentru toți angajații și membrii din conducerea acesteia. Ne bazăm pe o cultură organizațională, principii, valori și standarde de operare.

Desfășurăm audituri regulate pe aspecte de securitate alimentară și avem criterii stricte privind conformarea cu acestea, atât la nivelul lanțului de furnizare cât și la nivel operațional.

Toate cele trei filiale ale Sphera care operează în România - brandurile KFC (US Food Network SA), Pizza Hut (American Restaurant System) și Taco Bell (California Fresh Flavours) - sunt certificate în managementul siguranței alimentare ISO 22000:2018.

Evaluăm regulat riscurile operaționale privind sănătatea și securitatea în muncă și întocmim planuri de prevenire și protecție a angajaților. Monitorizăm regulat și controlăm toate riscurile asociate activităților noastre. Lucrăm în strânsă colaborare cu un consultant extern pentru suport în această arie. Evaluăm aspectele de mediu care pot genera un impact negativ și suntem proactivi în generarea de soluții de diminuare potențială. Grupul atenuează riscurile prin monitorizări și control din partea departamentului juridic.

DECLARAȚIA CONDUCERII

Conform celor mai bune informații disponibile, confirmăm că situațiile financiare individuale și consolidate incluse în prezentul raport oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a poziției financiare a Companiei la 31 decembrie 2023, a performanței financiare și a cash-flow-ului, în conformitate cu standardele financiare și contabile aplicabile până în prezent, și că Raportul Anual pentru perioada 1 ianuarie 2023 - 31 decembrie 2023 transmis operatorului de piață, Bursa de Valori București și Autorității de Supraveghere Financiară prezintă informații exacte și complete despre Companie.

Președinte Consiliu de Administrație
Lucian Hoancă

L.S.



S P H E R A



S P H E R A

investor.relations@spheragroup.com