

# Podsumowanie I kwartału 2013 w Grupie Sfinks Polska

Warszawa, 16 maja 2013

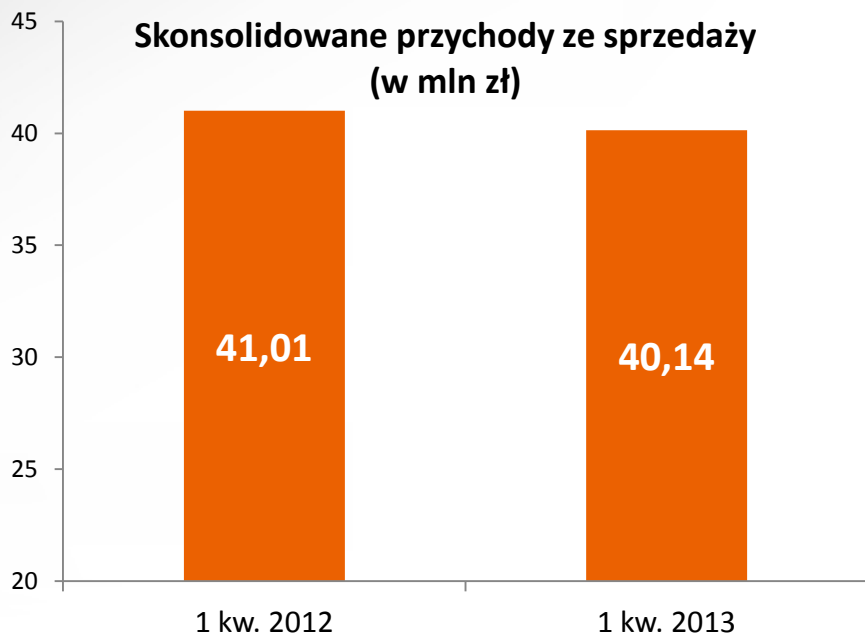
## I kwartał 2013 w skrócie

- Dalsza poprawa rentowności sieci
- Dokapitalizowanie w wyniku emisji obligacji zamiennych i akcji (6,02 mln zł)
- Rozwój sieci (otwarcie 3 restauracji, kolejne w przygotowaniu)
- Chłopskie Jadło w najnowszej odsłonie (Luboń, Annopol)
- Nowe menu w sieci Sphinx
- Telewizyjna kampania reklamowa
- Prace nad nowym menu w WOOK

# Skonsolidowane wyniki finansowe

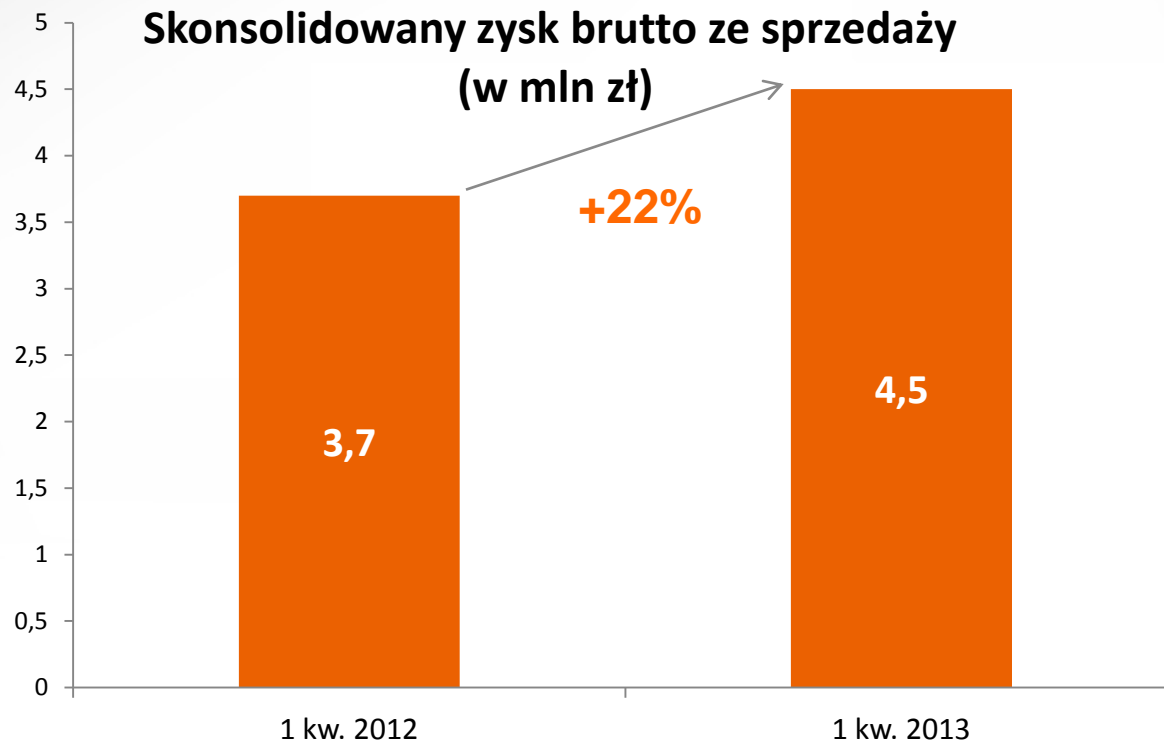
	1 kw. 2013	1 kw. 2012
	PLN '000	PLN '000
Przychody ze sprzedaży	40 143	41 008
Koszt własny sprzedaży	(35 645)	37 308
<b>Zysk (strata) brutto na sprzedaży</b>	<b>4 498</b>	<b>3 700</b>
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(154)	(1 505)
<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>(1 580)</b>	<b>(3 279)</b>
Zysk (strata) netto przypadający akcjonariuszom mniejszościowym	639	1 184

# Skonsolidowana sprzedaż



I kwartał – relatywnie trudniejszy sprzedażowo okres dla gastronomii ze względu na niższą liczbę dni roboczych i pogodę  
 Styczeń-marzec 2013 – surowa zima, Wielkanoc – nieczynne centra handlowe

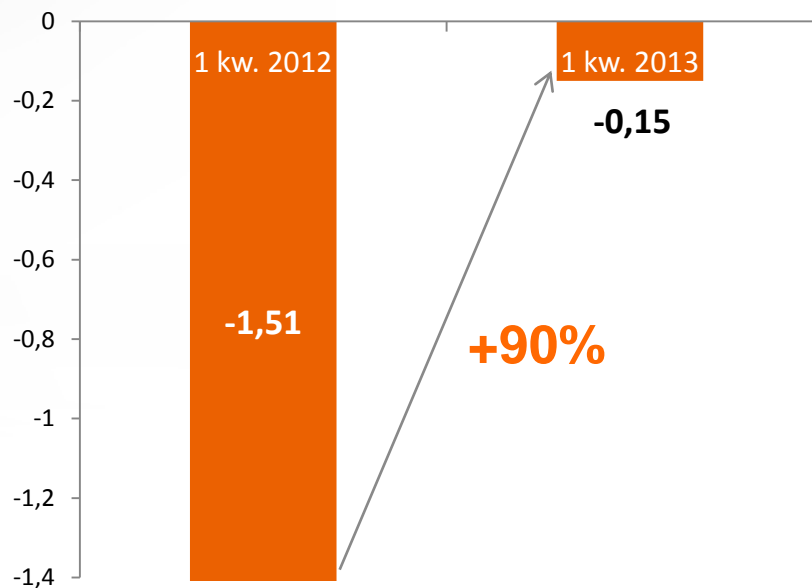
# Dalsza poprawa rentowności sieci



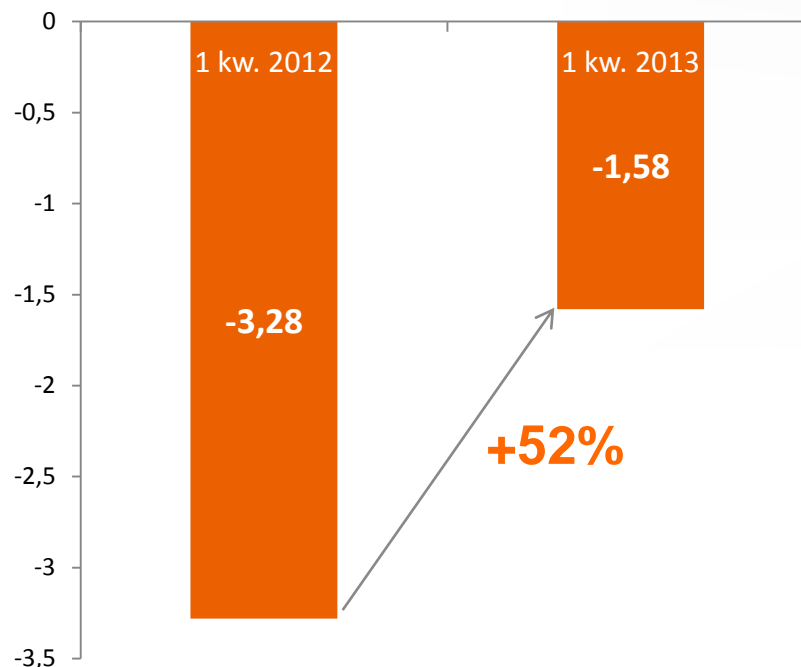
Wyższa rentowność  
sieci własnych  
restauracji –  
potencjał poprawy  
wyników sieci  
franczyzowej

# Wynik operacyjny i wynik netto w I kw. 2013

Skonsolidowany wynik operacyjny  
(w mln zł)



Skonsolidowany wynik netto  
(w mln zł)



## Dokapitalizowanie spółki

Zobowiązanie wynikające z nowego porozumienia  
z PKO BP i ING Bankiem Śląskim

Termin: marzec 2013

Kwota: 6,02 mln zł

Forma: 2,21 mln akcji o wartości 3,02 mln zł oraz 3 tys. obligacji  
zamiennych na akcje o wartości 3 mln zł

Emisje zrealizowane na podstawie uchwał ZWZ z 2012 oraz 2011

## Rozwój sieci restauracji w 2013 r.

Powrót do lokalizacji  
prestizowych i generujących  
wysoką sprzedaż

Zrealizowane otwarcia: Factory  
Annopol (x2), Factory Luboń,  
Galeria Krakowska (II kw.)

**Wzrost możliwości  
inwestycyjnych dzięki  
umowie z bankami**

W przygotowaniu:  
Warszawa Galeria Mokotów  
(x2), Poznań City Center,  
Wrocław Futura Park – pierwsza  
wolnostojąca restauracja Sphinx

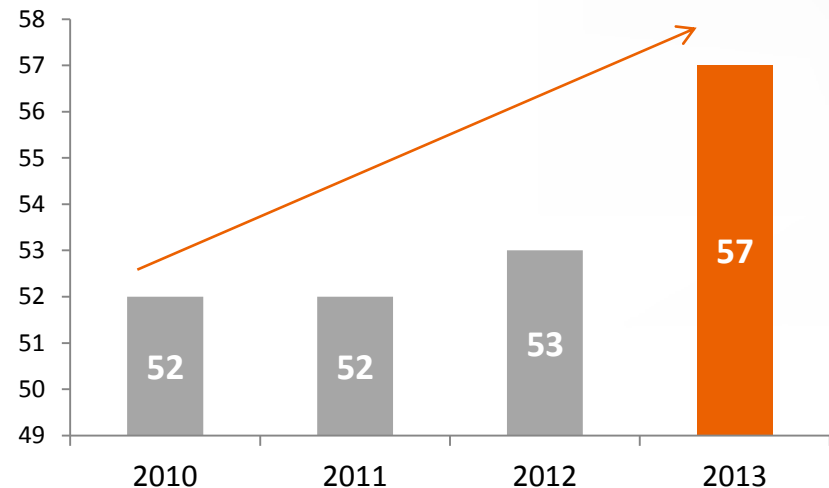
Negocjacje dot. kolejnych  
atrakcyjnych lokalizacji



## Działania prosprzedażowe w sieciach

- Zmiany organizacyjne w restauracjach umożliwiające wzrost sprzedaży (liczba stolików, rotacja klientów etc.)
- Kampanie promocyjne w mediach ogólnopolskich
- Współpraca marketingowa z dostawcami
- Promocje okolicznościowe

Średni rachunek w całej sieci Sfinks Polska (w zł, I kw. 2013)



**Wzrost średniego rachunku  
we wszystkich sieciach**

# Sphinx - nowe menu i kampania w TV

## SPHINX<sup>®</sup> RESTAURACJE



**SPHINX<sup>®</sup>**  
RESTAURACJE

**pepsi**

### SUPERMENU

Zamów jedną z 14 pysznych *nowości* a Pepsi\* otrzymasz w prezencie!

**JUŻ OD 9,95 ZŁ.**

Ziemniaczane kuleczki  
Sphinx party  
Brokatonia inspirowana  
Porterhouse Stek  
Smażony kurczak

\*w promocyjnej ilości 0,3l  
tuzinów (tzw. www.sphinx.pl)

MENU **SPHINX<sup>®</sup>**  
RESTAURACJE

**NOWE MENU AZ 15 NOWOŚCI!**

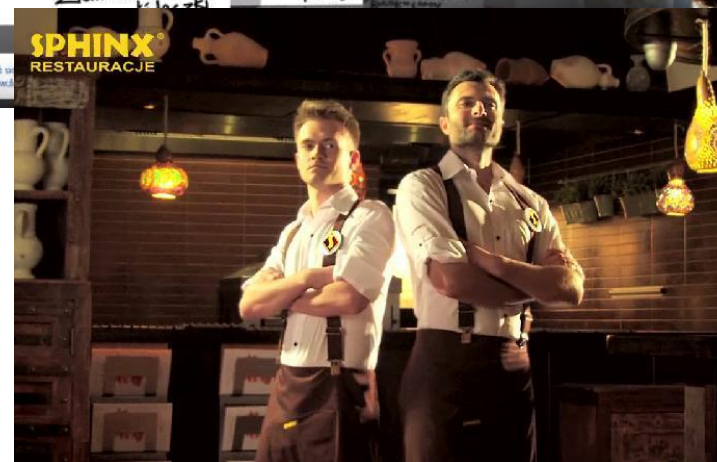
**SMIAK ŻYCIA WEDŁUG MARIUSZA CZERKAWSKIEGO**

EGIPSKA WYPRAWA SPHINXa  
dla Ciebie, zgodnie z filozofią Sphinx

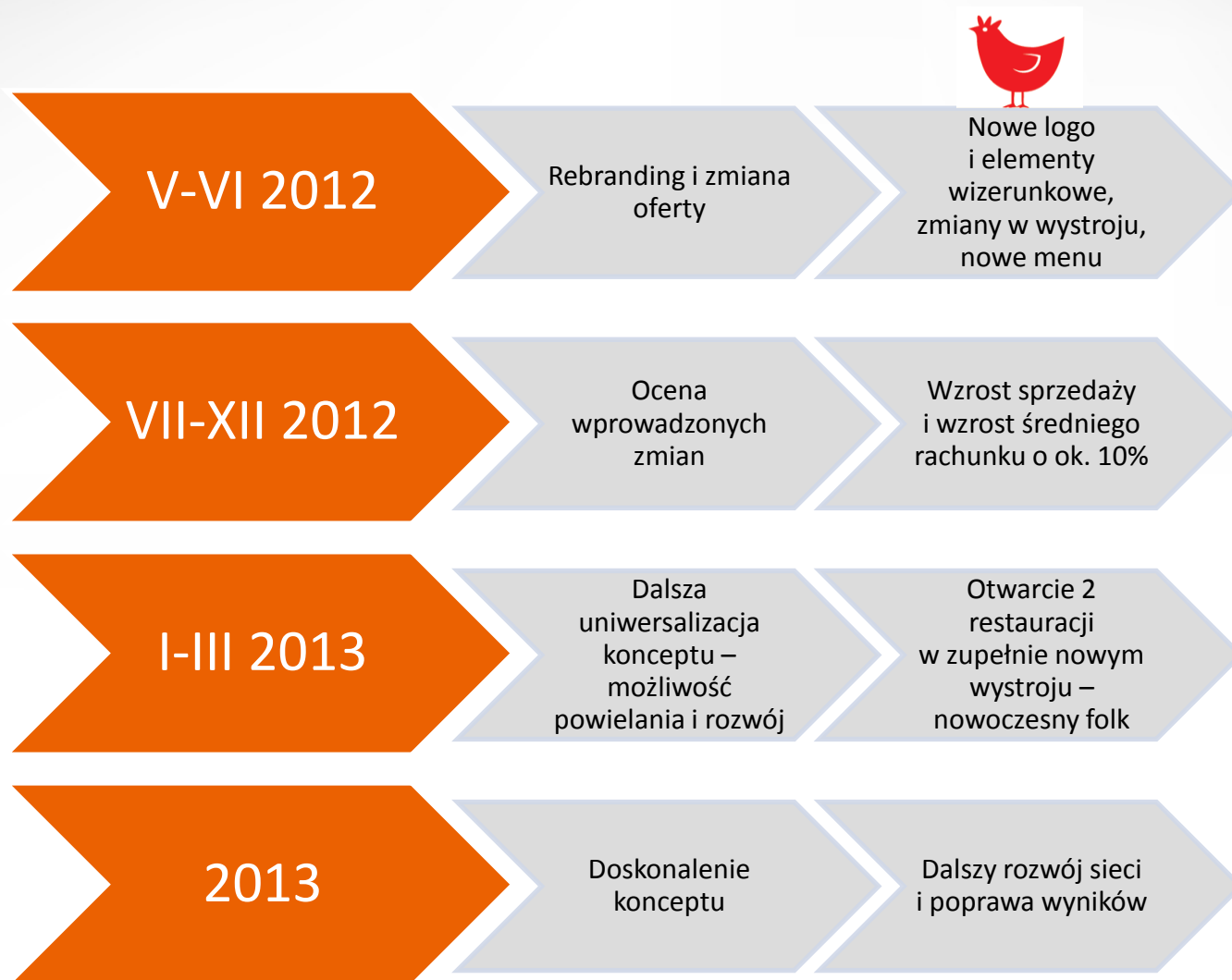
CZOKOLADOWE PYSZNOŚCI POPRAWIA HUMOR!

ZDRZAMY TAJEMNICE WINA

www.sphinx.pl



# Chłopskie Jadło – przygotowania do rozwoju

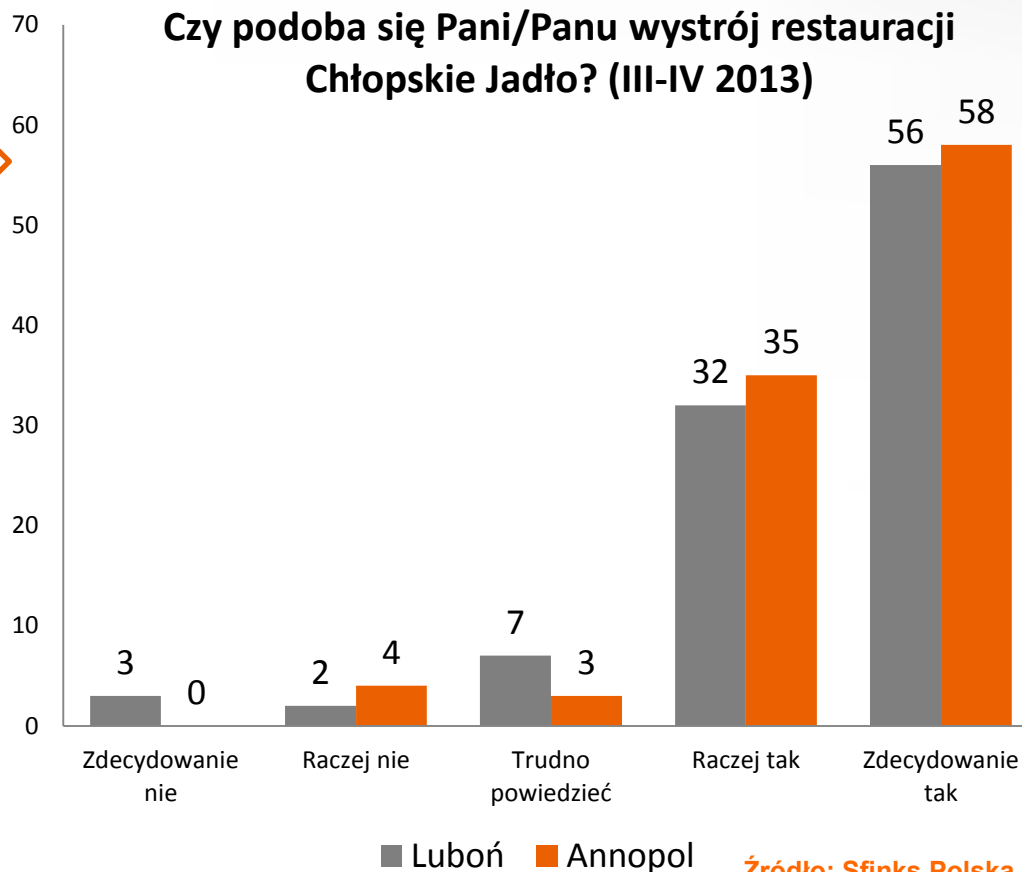


# Chłopskie Jadło – nowoczesny folk

Zdecydowanej  
większości  
ankietowanych klientów  
Chłopskiego Jadła  
podał się nowy  
wystrój restauracji



Chłopskie jadło



Źródło: Sfinks Polska



# WOOK



**Kang Keaw Wan Gai** 14,90  
Filet z kurczaka w zielonym curry

**Phad Thai Koons Sod** 11,90  
Podsmażony tajski makaron z krewetkami

**Restauracje WOOK**  
zapraszają na  
**DNI KUCHNI TAJSKIEJ**  
od 16 lutego 2013

www.wook.pl



I półrocze 2013  
- prace nad nowym menu

## 2013

Prace nad konceptem, by zapewnić jego powtarzalność, poprawę rentowności oraz rozwój sieci

Bieżące działania prosprzedażowe  
(np. Dni Kuchni Tajskiej pod patronatem Ambasady Tajlandii)

## Zadania na kolejne kwartały 2013

- Rozwój sieci restauracji dzięki większym możliwościom inwestycyjnym (niższe koszty finansowe, dokapitalizowanie)
- Coraz większa obecność marek w prestiżowych i wysokosprzedażowych lokalizacjach
- Dalsza poprawa wyników sieci restauracji oraz grupy
- Inwestycje w marketing (kampanie telewizyjne sieci Sphinx) oraz działania prosprzedażowe dotyczące wszystkich marek
- Doskonalenie konceptu Chłopskiego Jadła w kierunku uniwersalizacji, by ułatwić jego sprawny rozwój
- Analiza konceptu WOOK i opracowanie planu rozwoju oraz poprawy wyników tej sieci

**Dziękujemy za uwagę**