

Załącznik do RB 34/2021

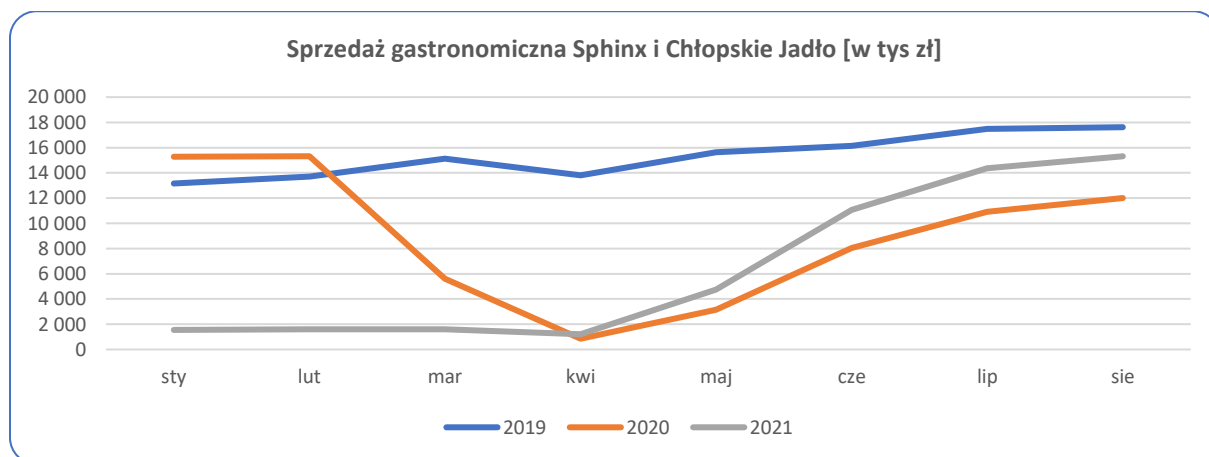
Wstępne jednostkowe dane finansowe Sfinks Polska S.A. (w tys. zł)

Pozycja rachunku wyników	1.01.2021r. – 30.06.2021		1.01.2020r. – 30.06.2020	
	Wstępne dane do publikacji	Wstępne dane skorygowane o wpływ MSSF 16	Dane publikowane	Dane skorygowane o MSSF 16
Przychody ze sprzedaży	15 490	15 490	39 620	39 620
Koszt własny sprzedaży	(15 025)	(15 244)	(37 838)	(38 888)
Zysk brutto na sprzedaży	465	246	1 782	732
Koszty ogólnego zarządu	(8 552)	(8 773)	(9 298)	(9 569)
Pozostałe. Przychody - koszty operacyjne	(5 091)	(5 641)	(13 422)	(14 779)
Zysk na dział. operacyjnej	(13 178)	(14 168)	(20 938)	(23 616)
Przychody - koszty finansowe	(5 408)	(3 178)	(12 652)	(5 467)
Zysk przed podatkiem	(18 586)	(17 346)	(33 590)	(29 083)
Podatek dochodowy	2 130	1 894	2 767	1 912
Zysk netto	(16 456)	(15 452)	(30 823)	(27 172)
Inne całkowite dochody	(857)	(857)	-	-
EBITDA	(2 797)	(10 281)	5 800	(7 142)

Emitent dokonał na dzień bilansowy analizy wpływu pandemii na różne koncepty gastronomiczne oraz aktualizacji szacunków. W wyniku powyższego Emitent rozpoznał dodatkowe odpisy na utratę wartości środków trwałych i wartości niematerialnych Spółki w łącznej kwocie 3 mln zł (w tym 1 mln prezentowane w innych całkowitych dochodach). Powyższe było w głównej mierze spowodowane dłuższym, niż zakładany w poprzednich szacunkach, okresem lockdown oraz głębszym wpływem pandemii na wybrane koncepty (Meta, Piwiarnie). Ponadto, w związku z wpływem pandemii na sytuację finansową kontrahentów Spółki, Emitent rozpoznał 2,8 mln zł odpisu na należności. Emitent zwraca uwagę, że powyższe odpisy mogą ulec odwróceniu.

Niezależnie od powyższego na wyniki finansowe Emitenta główny wpływ ma wysokość sprzedaży gastronomicznej realizowanej przez sieci zarządzane przez Emitenta, na którą istotny wpływ w ostatnich dwóch latach miała pandemia i nałożone w związku z nią restrykcje na podmioty prowadzące działalność gastronomiczną, w tym przede wszystkim okresowe zakazy prowadzenia sprzedaży usług gastronomicznych w lokalach.

Poniżej przedstawiono analizę wpływu pandemii na sprzedaż gastronomiczną w restauracjach prowadzonych pod dwoma kluczowymi markami Emitenta, tj. Sphinx i Chłopskie Jadło (poniższe obejmuje zarówno restauracje własne Emitenta jak i restauracje franczyzowe).



W pierwszym półroczu 2021 roku sieci restauracji Sphinx i Chłopskie Jadło odnotowały 55% spadek sprzedaży gastronomicznej w porównaniu do analogicznego okresu roku 2020 w czerwcu (75% do 1H2019). Po zakończeniu lockdown w maju 2021 r. sprzedaż odnotowała istotne wzrosty i w sierpniu kształtowała się już na poziomie tylko o 13% niższym niż w sierpniu 2019r przy 16% spadku liczby analizowanych lokali w 2021 roku w stosunku do sierpnia 2019 roku.