Către:

BURSA DE VALORI BUCUREȘTI S.A.
AUTORITATEA DE SUPRAVEGHERE FINANCIARĂ

RAPORT CURENT 52/2026

Întocmit în conformitate cu Legea nr. 24/2017 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piața, Regulamentul ASF nr. 5/2018 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piața, și/sau Codul Bursei de Valori București.

Data raportului	**27.11.2026**
Denumirea societății	**Sphera Franchise Group SA**
Sediul social	**București, România**
Adresa	**Calea Dorobanților nr. 239, et. 2, București Sector 1**
Telefon / Fax	**+40 21 201 17 57 / +40 21 201 17 59**
Email	**investor.relations@spheragroup.com**
Nr. înreg. la ONRC	**J2017007126404**
Cod unic de înregistrare	**RO 37586457**
Capital social subscris și vărsat	**580.101.930 RON**
Număr total de acțiuni	**38.673.462**
Simbol	**SFG**
Piața de tranzacționare	**Bursa de Valori București, Segmentul Principal, Categoria Premium**

<u>Evenimente importante de raportat</u>: Rezultate financiare pentru T3 2026

Sphera Franchise Group a revenit pe creștere în T3 2026, generând vânzări în restaurante de 409,3 milioane RON, în creștere cu 0,8% față de aceeași perioadă a anului anterior și cu 8,7% comparativ cu T2 2026. Rezultatul marchează o îmbunătățire după un al doilea trimestru dificil, în care comportamentul prudent al consumatorilor, resimțit cel mai puternic în România, a condus la o scădere a vânzărilor din T2 față de anul anterior. În T3 2026, eforturile comerciale ale Grupului au rămas concentrate pe atragerea clienților în restaurante, susținută de investițiile constante în marketing, precum și de contribuția restaurantelor deschise în ultimele douăsprezece luni, în special sub brandul Taco Bell și în Republica Moldova. În 9L 2026, vânzările în restaurante au crescut cu 1,1% față de aceeași perioadă a anului anterior, până la 1.163,8 milioane RON.

România a rămas cea mai mare piață a Grupului, generând vânzări în restaurante de 349,8 milioane RON în T3 2026, în creștere cu 0,9% față de aceeași perioadă a anului anterior, marcând revenirea pe creștere după scăderea de 1,6% înregistrată în T2 2026, aducând ritmul de creștere pentru primele nouă luni din 2026 la 1,3%. Italia a contribuit cu 50,2 milioane RON în T3 2026, în scădere cu 3,8% față de anul anterior, o îmbunătățire comparativ cu scăderea de 7,6% înregistrată în T2 2026, evoluția reflectând în continuare condițiile mai dificile din piață și impactul închiderilor implementate în S1 2026 (Verona Piazza delle Erbe și Gara Centrală din Bari). Republica Moldova a continuat să înregistreze cea mai puternică dinamică de creștere la nivelul Grupului, cu vânzări în restaurante în creștere cu 31,4% față de anul anterior, până la 9,3 milioane RON în T3 2026, susținute de deschiderile din 2026, inclusiv primul restaurant Taco Bell al Grupului din această țară, deschis în Chișinău, și restaurantul KFC din Bălți. Astfel, România a reprezentat 85,5% din totalul vânzărilor în restaurante în T3 2026, Italia 12,3%, iar Republica Moldova 2,3%.

La nivel de brand, KFC a generat vânzări în restaurante de 354,0 milioane RON în T3 2026, în creștere cu 0,3% față de aceeași perioadă a anului anterior, revenind pe creștere după scăderea de 2,2% înregistrată în T2 2026 și continuând să reprezinte segmentul de bază al Grupului. Pizza Hut a contribuit cu 22,1 milioane RON, în scădere cu 12,7% față de anul anterior, brandul continuând să opereze într-un context dificil pentru segmentul casual dining, concomitent cu avansarea procesului de optimizare a rețelei de restaurante. Taco Bell a rămas brandul consacrat cu cea mai rapidă creștere din portofoliul Grupului, înregistrând o creștere a vânzărilor de 17,7% față de aceeași perioadă a anului anterior, până la 32,1 milioane RON, susținută de contribuția restaurantelor deschise în

ultimele douăsprezece luni. Cioccolatitaliani a generat vânzări în restaurante de 1,1 milioane RON în trimestrul analizat, de peste două ori mai mari comparativ cu 0,5 milioane RON în T3 2025. În linie cu evoluția anterioară a brandurilor, Taco Bell a continuat să își majoreze contribuția la cifra de afaceri a Grupului, susținută de extinderea rețelei de restaurante, în timp ce KFC a rămas principalul generator de venituri la nivelul portofoliului. Astfel, în T3 2026, KFC a generat 86,5% din vânzările totale în restaurante, Taco Bell a reprezentat 7,8% (comparativ cu 6,7% în T3 2025), Pizza Hut 5,4%, iar Cioccolatitaliani 0,3%, pondere care indică stadiul incipient de dezvoltare a brandului.

În T3 2026, cheltuielile în restaurante au crescut cu 3,4% față de aceeași perioadă a anului anterior, până la 372,3 milioane RON, reprezentând 90,9% din vânzările în restaurante, pondere în creștere cu 2,2 puncte procentuale comparativ cu T3 2025. Creșterea a fost determinată în principal de investițiile mai mari în publicitate, menite să susțină traficul de clienți în restaurantele Grupului, precum și de costurile asociate extinderii rețelei de restaurante, reflectate în chirii, alte cheltuieli de exploatare și amortizare. În același timp, Grupul a menținut sub control principalele categorii de costuri, costurile cu alimentele și materialele și cheltuielile cu salariile și beneficiile angajaților menținându-se, în linii mari, la nivelul anului anterior și îmbunătățindu-se ca pondere în vânzări.

Pe fondul investițiilor în marketing și în dezvoltarea rețelei, profitul din exploatare în restaurante a scăzut cu 19,7% față de aceeași perioadă a anului anterior, până la 37,3 milioane RON, marja aferentă situându-se la 9,1%, comparativ cu 11,4% în T3 2025. Cheltuielile generale și administrative (G&A) au scăzut cu 3,7% de la an la an, până la 15,9 milioane RON, reflectând menținerea disciplinei costurilor la nivelul sediului central, în timp ce profitul din exploatare a fost de 21,3 milioane RON, în scădere cu 28,6% față de anul anterior, marja operațională situându-se la 5,2%, comparativ cu 7,4% în T3 2025. Profitul perioadei a scăzut cu 42,0% de la an la an, până la 14,8 milioane RON. Excluzând elementele nerecurente, profitul net normalizat a înregistrat valoarea de 17,3 milioane RON, în scădere cu 31,2% față de anul anterior. În același timp, EBITDA normalizată a scăzut cu 10,8% de la an la an, până la 38,7 milioane RON, marja aferentă situându-se la 9,4%, comparativ cu 10,7% în T3 2025.

La nivelul primelor nouă luni din 2026, Sphera Franchise Group a generat vânzări în restaurante de 1.163,8 milioane RON, în creștere cu 1,1% față de aceeași perioadă a anului anterior, în timp ce alte venituri din restaurante s-au ridicat la 1,7 milioane RON. După un început solid de an, cu vânzări în creștere cu 4,2% în T1 2026 față de anul anterior, și un al doilea trimestru mai slab, în care comportamentul prudent al consumatorilor a afectat cererea, în special în România, Grupul a revenit pe creștere în T3 2026. La nivelul celor nouă luni, creșterea vânzărilor a fost susținută de contribuția restaurantelor deschise recent, în special sub brandul Taco Bell și în Republica Moldova.

România a rămas cea mai mare piață a Grupului, generând 998,0 milioane RON, reprezentând 85,7% din totalul vânzărilor în restaurante și o creștere de 1,3% față de aceeași perioadă a anului anterior. Italia a contribuit cu 140,5 milioane RON, reprezentând 12,1% din totalul vânzărilor în restaurante, în scădere cu 3,3% de la an la an, în timp ce Republica Moldova a generat 25,3 milioane RON, respectiv 2,2% din totalul vânzărilor în restaurante, și a înregistrat cea mai puternică dinamică de creștere la nivelul Grupului, cu un avans al vânzărilor de 22,6% față de anul anterior.

La nivel de brand, KFC a generat 1.001,4 milioane RON, reprezentând 86,0% din totalul vânzărilor în restaurante și o creștere de 0,7% față de aceeași perioadă a anului anterior. Pizza Hut a contribuit cu 72,1 milioane RON, în scădere cu 8,3% de la an la an, pe măsură ce brandul a continuat procesul de optimizare a rețelei de restaurante. Taco Bell a rămas brandul consacrat cu cea mai rapidă creștere din portofoliul Grupului, generând 87,8 milioane RON, în creștere cu 13,6% față de anul anterior, ca urmare a contribuției restaurantelor deschise în ultimele douăsprezece luni. Cioccolatitaliani a contribuit cu 2,5 milioane RON, comparativ cu 0,5 milioane RON în 9L 2025, pe fondul continuării dezvoltării conceptului în Italia.

Cheltuielile în restaurante au crescut cu 1,7% față de aceeași perioadă a anului anterior, până la 1.070,4 milioane RON, reprezentând 92,0% din vânzările în restaurante, pondere în creștere cu 0,6 puncte procentuale comparativ cu 9L 2025. Evoluția reflectă în principal investițiile mai mari în publicitate și costurile asociate extinderii rețelei, parțial compensate de îmbunătățirea costurilor cu alimentele și materialele, în timp ce cheltuielile cu salariile și beneficiile angajaților s-au menținut, în linii mari, la nivelul anului anterior. Profitul din exploatare în restaurante a continuat să fie generat în principal de KFC România („USFN România”), care a înregistrat 91,1 milioane RON în

9L 2026, în creștere cu 6,9% față de aceeași perioadă a anului anterior, pe fondul performanței reziliente a pieței din România și al menținerii disciplinei operaționale.

Cheltuielile generale și administrative (G&A) au scăzut cu 2,3% față de aceeași perioadă a anului anterior în 9L 2026, până la 48,4 milioane RON, pe fondul preocupării constante a Grupului pentru optimizarea costurilor la nivelul sediului central. Ca pondere în vânzări, cheltuielile G&A s-au îmbunătățit cu 0,1 puncte procentuale față de anul anterior, ajungând la 4,2% în 9L 2026. Profitul din exploatare a scăzut cu 11,0% de la an la an, până la 46,8 milioane RON.

EBITDA la nivelul Grupului s-a situat la 90,7 milioane RON în 9L 2026, în scădere cu 4,3% față de aceeași perioadă a anului anterior, în timp ce EBITDA normalizată, excluzând elementele nerecurente, s-a ridicat la 91,2 milioane RON, în scădere cu 5,2% de la an la an. Costurile financiare nete au crescut cu 34,4% față de aceeași perioadă a anului anterior, de la 5,5 milioane RON în 9L 2025 la 7,4 milioane RON în 9L 2026, în principal ca urmare a pierderilor din diferențe de curs valutar generate de evoluția nefavorabilă a cursurilor de schimb. Coroborat cu rezultatul operațional mai scăzut, acest lucru a condus la o scădere de 16,4% de la an la an a profitului înainte de impozitare, până la 39,3 milioane RON. Cheltuiala cu impozitul pe profit a crescut cu 22,4% față de anul anterior, până la 11,0 milioane RON. Astfel, profitul net a scăzut cu 25,5% de la an la an, până la 28,3 milioane RON în 9L 2026. Excluzând elementele nerecurente, profitul normalizat aferent perioadei s-a ridicat la 31,0 milioane RON, în scădere cu 27,6% față de aceeași perioadă a anului anterior.

Datele prezentate mai sus exclud impactul adoptării IFRS 16.

Conferința telefonică

Teleconferința pentru prezentarea rezultatelor financiare la 30 septembrie 2026 va avea loc în data de 27 noiembrie 2026. Teleconferința va avea loc în limba engleză și este deschisă tuturor părților interesate. Conferința telefonică va avea loc prin intermediul Microsoft Teams, iar detaliile de conectare sunt furnizate mai jos:

Teleconferința SFG Rezultate T3 2026, în limba engleză

27.11.2026, ora 12:00 (ora României) | Apăsați aici pentru a vă conecta la teleconferință

Meeting ID: 384 419 241 436 507 | Parola: gM6NH2Yb

Adaugă în Outlook (Live) | Adaugă în Outlook (Office365) | Adaugă în Gmail Calendar | Adaugă în Yahoo Calendar

Disponibilitate raport

Situațiile financiare consolidate interimare simplificate ale Grupului pentru perioada de nouă luni încheiată la 30 septembrie 2026 (neauditate), însoțite de Raportul Administratorului, sunt disponibile pe site-ul Grupului, www.spheragroup.com, la secțiunea Relația cu Investitorii, pe profilul emitentului pe site-ul Bursei de Valori București, www.bvb.ro, și sunt, de asemenea, anexate prezentului raport curent.

DIRECTOR GENERAL	DIRECTOR FINANCIAR
Călin Ionescu	Valentin Budeș