

**Transcript of Q&A from Sphera Franchise Group 2025 Preliminary Earnings Call from 27.02.2026**

**1. What do you see in trends for raw materials price in the first two months of 2026, and what are your expectations for 2026?**

Cost pressures are expected to persist in the first quarter of 2026, reflecting the broader commodity environment. However, we have successfully concluded negotiations with key suppliers, particularly in the poultry category, which will result in a slightly improved cost in Q1, compared to Q4 2025.

In addition, we expect lower input costs for Q1 2026 compared to the previous quarter for main categories such as shortening, potatoes, and flour. These improvements are supported by recent negotiations and ongoing cost optimization measures implemented in 2025.

Looking ahead to 2026, we expect the volatility in the raw materials market to persist. However, we believe that the measures already implemented place us in a strong position to mitigate inflationary pressures and the support our commitment to protecting margins.

**2. Can you please discuss the strategy approach for Hard Rock Cafe, considering it is a rather different type of franchise compared to other franchises, not fast food, but experimental casual dinner?**

We will develop five Hard Rock Cafe units in Timișoara, Brașov, Cluj-Napoca, Iași, and Chișinău. Hard Rock operates in a niche market where casual dining is combined with a unique entertainment experience. The brand will support the diversification of our portfolio and strengthens our position as a leader in the food service segment, typically delivering high revenues and strong profitability.

**Transcrierea sesiunii Q&A din cadrul Conferinței privind rezultatele preliminare 2025 ale Sphera Franchise Group din 27.02.2026**

**1. Ce tendințe observați în ceea ce privește prețurile materiilor prime în primele două luni din 2026 și care sunt așteptările dumneavoastră pentru anul 2026?**

Presiunile asupra costurilor sunt așteptate să persiste în primul trimestru al anului 2026, reflectând contextul mai larg al pieței materiilor prime. Cu toate acestea, am încheiat cu succes negocieri cu furnizori-cheie, în special în categoria produselor din carne de pasăre, ceea ce va conduce la costuri ușor optimizate în T1, comparativ cu T4 2025.

În plus, ne așteptăm la costuri mai reduse ale materiilor prime în T1 2026 comparativ cu trimestrul anterior, pentru categorii principale precum grăsimi vegetale, cartofi și făină. Aceste îmbunătățiri sunt susținute de negocierile recente și de măsurile continue de optimizare a costurilor implementate în 2025.

Privind spre 2026, ne așteptăm ca volatilitatea pe piața materiilor prime să persiste. Cu toate acestea, considerăm că măsurile deja implementate ne plasează într-o poziție solidă pentru a atenua presiunile inflaționiste și pentru a ne susține angajamentul de a proteja marjele.

**2. Ne puteți prezenta abordarea strategică pentru Hard Rock Cafe, având în vedere că este un tip de franciză diferit față de celelalte, nefiind fast food, ci mai degrabă un concept de casual dining bazat pe experiență?**

Vom dezvolta cinci unități Hard Rock Cafe în Timișoara, Brașov, Cluj-Napoca, Iași și Chișinău. Hard Rock operează într-o nișă de piață în care casual dining se îmbină cu o experiență unică de divertisment. Brandul va susține diversificarea portofoliului nostru și ne va consolida poziția de lider în segmentul de food service, generând, în mod obișnuit, venituri ridicate și o profitabilitate solidă.

**3. What were the main drivers behind the return to positive growth in Q4, particularly given the contrasting dynamics in the broader economy and consumption trends?**

The return to positive growth in Q4 was primarily execution-driven rather than macro-driven. The broader consumption environment remained relatively soft, especially in Romania, so the improvement did not come from a sudden acceleration in demand.

The key differentiator was, first, the stabilization of traffic, supported by our value-focused pricing strategy. We maintained our discipline in protecting volumes rather than pushing for price increases. This approach contributed to a strong recovery in same-store sales, bringing this KPI back into positive territory.

Second, we began to see a tangible impact from the operational measures implemented throughout the year, including our usual tight cost control, more localized marketing calibration, and the network optimization initiatives we previously discussed. Overall, these actions supported store-level performance and positioned us to capture demand more effectively during the peak season in Q4.

Third, Q4 benefited from a more balanced promotional calendar, with improved execution across all brands, particularly KFC and Taco Bell, which remain highly relevant and strongly focused on the affordable dining segment.

In summary, the improvement was less driven by a macroeconomic rebound and more by internal stabilization, disciplined execution, and the compounding effect of the measures implemented to address the headwinds of 2025.

**3. Care au fost principalii factori care au determinat revenirea la creștere pozitivă în T4, în special în contextul dinamicilor contrastante din economia generală și al tendințelor de consum?**

Revenirea la creștere pozitivă în T4 a fost determinată în principal de execuție, mai degrabă decât de factori macroeconomici. Mediul general de consum a rămas relativ slab, în special în România, astfel încât îmbunătățirea nu a provenit dintr-o accelerare bruscă a cererii.

Principalul factor diferențiator a fost, în primul rând, stabilizarea traficului, susținută de strategia noastră de prețuri orientată spre valoare. Am rămas consecvenți în protejarea volumelor, în loc să urmărim creșteri de prețuri. Această abordare a contribuit la o revenire puternică a vânzărilor *same-store*, readucând acest KPI în teritoriu pozitiv.

În al doilea rând, am început să vedem un impact concret al măsurilor operaționale implementate pe parcursul anului, inclusiv controlul strict al costurilor, o calibrare mai localizată a marketingului și inițiativele de optimizare a rețelei discutate anterior. Per ansamblu, aceste acțiuni au susținut performanța la nivel de restaurant și ne-au poziționat pentru a capta mai eficient cererea în sezonul de vârf din T4.

În al treilea rând, T4 a beneficiat de un calendar promoțional mai echilibrat, cu o execuție îmbunătățită la nivelul tuturor brandurilor, în special KFC și Taco Bell, care rămân foarte relevante și puternic orientate către segmentul de consum accesibil („affordable dining”).

În concluzie, îmbunătățirea a fost mai puțin determinată de o revenire macroeconomică și mai mult de stabilizarea internă, execuția disciplinată și efectul cumulat al măsurilor implementate pentru a contracara provocările din 2025.

**4. How much of the growth in Q4 was driven by positive transaction counts versus average ticket increases due to pricing actions? Did you implement any price increases in Q4?**

The growth was less related to pricing and more to maintaining customer traffic in our restaurants, which once again proved to be an effective strategy in Q4.

**5. How many restaurants do you plan to open in 2026? A breakdown by brand would be appreciated.**

This will be more clearly visible once our 2026 budget is published, but as an indication, we are targeting approximately 20 new units in 2026. This reflects a focused growth strategy centered on expanding our network footprint.

Out of these, around 8 units are expected to be KFC restaurants in Romania. We are targeting 2 to 3 KFC units in Italy and 1 KFC in the Republic of Moldova. In Romania, we plan to open 2 Taco Bell units, as well as expand into Moldova with a new Taco Bell presence. Additionally, we expect around four to five Cioccolatoitaliani units, as the pipeline for this new brand begins to materialize.

If we succeed in obtaining all the authorizations, we will probably open our first Hard Rock Cafe at the end of the year.

**6. Should we expect any further financial impact in 2026 related to the closure of Pizza Hut restaurants?**

According to accounting principles, we have already recorded provisions in the 2025 financial statements for the anticipated costs related to the closure of Pizza Hut. As in any such process, there may be slight differences versus initial estimates, but these will not materially impact the 2026 financial statements in terms of closure-related costs.

However, from a performance perspective, we expect to see positive outcomes from this

**4. În ce măsură a fost creșterea din T4 determinată de majorarea numărului de tranzacții versus creșterea valorii medii a bonului, ca urmare a acțiunilor legate de preț? Ați implementat majorări de prețuri în T4?**

Creșterea a fost mai puțin legată de prețuri și mai mult de menținerea traficului de clienți în restaurantele noastre, ceea ce s-a dovedit încă o dată a fi o strategie eficientă în T4.

**5. Câte restaurante intenționați să deschideți în 2026? O defalcare pe branduri ar fi apreciată.**

Acest lucru va fi mai clar odată cu publicarea bugetului pentru 2026, însă, orientativ, vizăm aproximativ 20 de unități noi în 2026. Acest lucru reflectă o strategie de creștere axată pe extinderea rețelei noastre.

Dintre acestea, aproximativ 8 unități sunt estimate a fi restaurante KFC în România. Vizăm 2-3 unități KFC în Italia și 1 unitate KFC în Republica Moldova. În România, planificăm deschiderea a 2 unități Taco Bell, precum și intrarea pe piața din Moldova cu brandul Taco Bell. De asemenea, estimăm deschiderea a aproximativ 4-5 unități Cioccolatoitaliani, pe măsură ce pipeline-ul pentru acest nou brand începe să se materializeze.

Dacă vom reuși să obținem toate autorizațiile, vom deschide, cel mai probabil, primul nostru Hard Rock Cafe la finalul anului.

**6. Ar trebui să ne așteptăm la vreun impact financiar suplimentar în 2026 legat de închiderea restaurantelor Pizza Hut?**

Conform principiilor contabile, am înregistrat deja provizioane în situațiile financiare aferente anului 2025 pentru costurile estimate legate de închiderea Pizza Hut. Ca în orice astfel de proces, pot exista diferențe minore față de estimările inițiale, însă acestea nu vor avea un impact semnificativ asupra situațiilor financiare din 2026 în ceea ce privește costurile aferente închiderii.

Cu toate acestea, din punct de vedere al performanței, ne așteptăm să vedem rezultate

network restructuring. In conclusion, we are optimistic about delivering good results in 2026.

**7. Could you please share your key expectations and guidance for 2026, particularly regarding revenue growth, capital margin trends, and any assumptions about consumer spending recovery in Romania? What is your base case outlook for store growth and discretionary dining spend in 2026, and do you expect any meaningful improvement in customer sentiment during this year?**

I will provide some context on how we plan to proceed with the budget for 2026. In line with previous years, for the Annual General Meeting of Shareholders scheduled for 29 April 2026, we will publish the annual report together with the 2026 budget. According to our financial calendar, the documentation will be made public on 27 March 2026.

Therefore, until then, we will not comment on any specific guidance for 2026. However, we can share more details on the trends and what we are seeing in the market that stands behind the construction of the budget.

Very briefly, for 2026, our base case scenario assumes a gradual normalization rather than a sharp recovery in consumer spending. Regarding consumer sentiment in Romania, we expect a gradual improvement throughout the year, not a rapid shift. Disposable income dynamics and inflation trends will remain key variables to monitor, as already seen at the start of the year.

Our positioning in the affordable dining segment provides us with relative resilience in this respect. Even in a still cautious consumption environment, we are optimistic about our ability to navigate effectively.

Overall, from our perspective, 2026 is expected to be a year of consolidation, with a focus on margin rebuilding, controlled growth, and the

pozitive în urma acestei restructurări a rețelei. În concluzie, suntem optimiști în ceea ce privește obținerea unor rezultate bune în 2026.

**7. Ați putea, vă rugăm, să prezentați principalele așteptări și direcții pentru 2026, în special în ceea ce privește creșterea veniturilor, evoluția marjelor de capital și eventualele presupuneri privind redresarea consumului în România? Care este scenariul de bază în ceea ce privește creșterea rețelei de restaurante și cheltuielile discreționare pentru dining în 2026 și vă așteptați la o îmbunătățire semnificativă a sentimentului consumatorilor în acest an?**

Voi oferi câteva detalii privind modul în care intenționăm să procedăm cu bugetul pentru 2026. Similar cu anii anteriori, pentru Adunarea Generală Anuală a Acționarilor programată pentru 29 aprilie 2026, vom publica raportul anual împreună cu bugetul pentru 2026. Conform calendarului nostru financiar, documentația va fi publicată la data de 27 martie 2026.

Prin urmare, până atunci, nu vom comenta asupra unor direcții specifice pentru 2026. Totuși, vom oferi mai multe detalii privind tendințele și ceea ce observăm în piață, care stau la baza creării bugetului.

Pe scurt, pentru 2026, scenariul nostru de bază ia în calcul o normalizare treptată, mai degrabă decât o revenire rapidă a consumului. În ceea ce privește sentimentul consumatorilor în România, ne așteptăm la o îmbunătățire graduală pe parcursul anului, nu la o schimbare bruscă. Dinamica veniturilor disponibile și tendințele inflației vor rămâne variabile-cheie de urmărit, așa cum se observă deja de la începutul anului.

Poziționarea noastră în segmentul de consum accesibil ne oferă o reziliență relativă în acest sens. Chiar și într-un mediu de consum încă prudent, suntem optimiști în ceea ce privește capacitatea noastră de a naviga eficient.

Per ansamblu, din perspectiva noastră, 2026 se conturează ca un an de consolidare, cu accent pe refacerea marjelor, creștere controlată și

continuation of the operational discipline that started to deliver results in Q4.

### **8. What drove the increase in other operating income in Q4 2025?**

In other operating income, we include revenues from recycled oil, sub-franchise fees, and lease and other liabilities related to write-offs from closures, mainly reflecting IFRS 16 accounting treatment. We also include other miscellaneous income recorded in this category.

### **9. What level of CAPEX per Hard Rock Cafe unit should we assume? What is the experienced ramp-up profile in terms of revenues and EBITDA margin per unit, year one versus steady state? What average payback period or target IRR are you underwriting for these new locations?**

CAPEX for the Hard Rock Cafe format is closely linked to the store format we choose for each location. It can range from approximately EUR 1.2 million to EUR 2.2 million per location. For modeling purposes, an average of EUR 1.5-1.7 million per location can be considered.

The EBITDA margin profile for this type of business is slightly different from what you see in our current structure. At a consolidated level, margins range from around 14% to 22%, depending on maturity and the format implemented.

The payback period is around five years, broadly in line with our current structure, and the targeted IRR in our business case is above 25%.

### **10. How do you see restaurant operating profit margin evolving in 2026?**

We would like to emphasize that there are no additional updates beyond what has already been communicated. We kindly ask for your patience and understanding, and invite you to wait until the 2026 budget is published, in one month time.

continuarea disciplinei operaționale care a început să genereze rezultate în T4.

### **8. Ce a determinat creșterea altor venituri din exploatare în T4 2025?**

În alte venituri din exploatare includem venituri din ulei reciclat, taxe de subfranciză, precum și venituri din leasing și alte datorii legate de ajustările generate de închideri, reflectând în principal tratamentul contabil conform IFRS 16. De asemenea, includem și alte venituri diverse înregistrate în această categorie.

### **9. Ce nivel de CAPEX per unitate Hard Rock Cafe ar trebui să avem în vedere? Care este profilul estimat de ramp-up în ceea ce privește veniturile și marja EBITDA per unitate, în primul an comparativ cu nivelul de maturitate? Care este perioada medie de recuperare a investiției sau IRR-ul vizat pentru aceste locații noi?**

CAPEX-ul pentru formatul Hard Rock Cafe este strâns legat de formatul unității pe care îl alegem pentru fiecare locație. Acesta poate varia între aproximativ 1,2 milioane EUR și 2,2 milioane EUR per locație. Pentru calcule orientative, poate fi luată în considerare o medie de 1,5-1,7 milioane EUR per locație.

Profilul marjei EBITDA pentru acest tip de business este ușor diferit față de ceea ce vedeți în structura noastră actuală. La nivel consolidat, marjele variază între aproximativ 14% și 22%, în funcție de maturitate și de formatul implementat.

Perioada de recuperare a investiției este de aproximativ cinci ani, similară cu structura noastră actuală, iar IRR-ul vizat în scenariul nostru de business este de peste 25%.

### **10. Cum vedeți evoluția marjei de profit operațional la nivel de restaurant în 2026?**

Dorim să subliniem că nu există actualizări suplimentare față de cele deja comunicate deja. Vă rugăm să aveți răbdare până la publicarea bugetului pentru 2026, estimată peste o lună.



SPHERA

KFC



TACO BELL

cioccolatoitaliani  
GELATO GENIO ITALIANO



**11. What is the total CAPEX you expect to incur in 2026?**

This is subject to the assumptions that will be reflected in the 2026 budget. However, based on the magnitude of our average investment per restaurant, along with the usual refurbishment and maintenance CAPEX, which is broadly in line with previous years, we can indicate a level of above RON 100 million. The exact figure will be available once the 2026 budget is finalized and published.

**11. Care este CAPEX-ul total pe care vă așteptați să îl realizați în 2026?**

Acest aspect depinde de presupunerile care vor fi reflectate în bugetul pentru 2026. Cu toate acestea, având în vedere nivelul investiției medii per restaurant, precum și CAPEX-ul obișnuit pentru reamenajări și mentenanță, care este în general similar cu anii anteriori, putem indica un nivel de peste 100 milioane RON. Valoarea exactă va fi disponibilă odată cu finalizarea și publicarea bugetului pentru 2026.