



2025

REZULTATE FINANCIARE PRELIMINARE



www.cristim.ro

CRIS-TIM FAMILY HOLDING S.A.

Sediu social: Str. Gării nr. 661, Filipeștii de Pădure, Prahova, România

Sediu central: Șoseaua Pipera nr. 46D–46E–48, Oregon Park, București, România

EUID: ROONRC.J2000000991296 | **Cod fiscal:** 13533870



Listată pe Piața Principală a **Bursei de Valori București**,
Categorie Premium, simbol bursier **CFH**



www.cristim.ro



investors@cristim.ro



Situațiile financiare preliminare individuale condensate ale Cris-Tim Family Holding S.A., incluse în paginile următoare, au fost întocmite în conformitate cu Standardele Internaționale de Raportare Financiară aplicabile raportării interimare, astfel cum au fost adoptate de Uniunea Europeană („IFRS”). Situațiile financiare la data de 31 decembrie 2025 nu au fost auditate.

Valorile exprimate în milioane de lei în secțiunile descriptive ale acestui raport sunt rotunjite la cel mai apropiat număr întreg, ceea ce poate conduce la diferențe minore de reconciliere.

CUPRINS

ASPECTE OPERAȚIONALE CHEIE	4
INDICATORI FINANCIARI CHEIE	5
DETALII CONFERINȚĂ REZULTATE	6
DESPRE CRIS-TIM FAMILY HOLDING	7
PERFORMANȚA COMERCIALĂ PRELIMINARĂ 2025	12
PERFORMANȚA FINANCIARĂ PRELIMINARĂ 2025	17
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	23
BILANȚ	24
INDICATORI FINANCIARI CHEIE	25
EVENIMENTE CHEIE ÎN T4 2025 ȘI DUPĂ PERIOADA DE RAPORTARE	26
DECLARAȚIA CONDUCERII	29

ASPECTE OPERAȚIONALE CHEIE 2025

Vânzări per segment



Mezeluri



1.014,8 mil. lei
+5% YoY

Ready Meals



124,7 mil. lei
+18% YoY

Altele



16,2 mil. lei
-68% YoY

Vânzări per brand



726,7 mil. lei
+3% YoY



134,5 mil. lei
+19% YoY

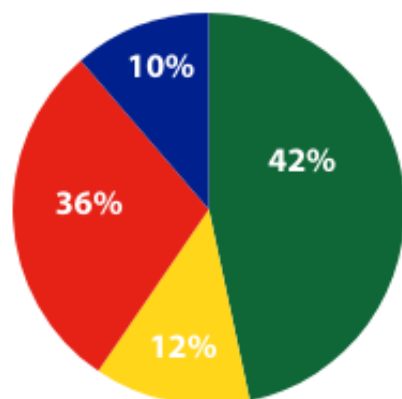


75,6 mil. lei
+14% YoY



202,6 mil. lei
+10% YoY

Vânzări per canal



● IKA Branduri ● Comerț tradițional
● IKA Marcă proprie ● Export

Vânzări per regiune

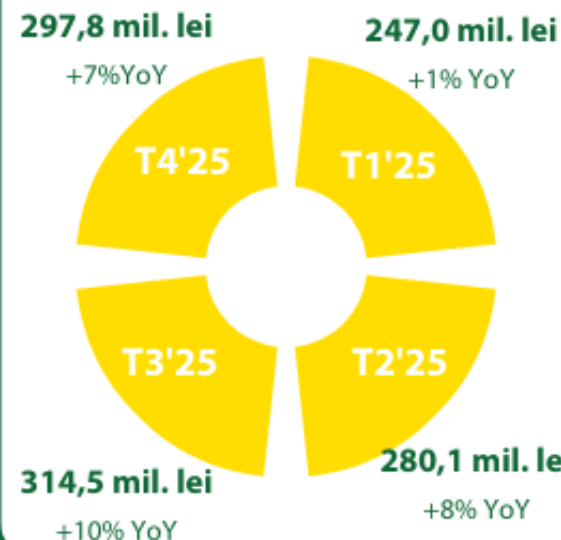


1.023,4 mil. lei
+7% YoY

116,1 mil. lei
+2% YoY



Vânzări per trimestru



NOTĂ: Veniturile generate de segmentul „Altele” nu sunt incluse în infograficele privind Vânzările per brand, canal, regiune sau trimestru.

INDICATORI FINANCIARI CHEIE

Cifre financiare preliminare cheie pentru 2025

- Cris-Tim Family Holding a înregistrat venituri totale de 1.155,6 milioane de lei în 2025, în creștere cu 3% față de anul precedent, susținute de performanța solidă a segmentului Mezeluri (1.014,8 milioane de lei, +5% în comparație cu anul anterior) și de creșterea puternică a segmentului Ready Meals (124,7 milioane de lei, +18% față de anul trecut).
- Variația stocurilor a avut un impact negativ de 0,9 milioane de lei, comparativ cu un impact negativ de 3,3 milioane de lei în 2024. În timp ce la nivelul 9L variația stocurilor a fost pozitivă, pe fondul acumulării sezoniere de stocuri înaintea perioadei de vârf din octombrie, vânzările din T4 au condus la eliberarea stocurilor acumulate, rezultând o poziție ușor negativă la nivelul întregului an.
- Cheltuielile operaționale au crescut cu 2% în comparație cu anul precedent, ajungând la 981,9 milioane de lei, evoluție determinată de costuri mai reduse ale materiilor prime și de disciplina continuă în gestionarea costurilor. Cheltuielile cu materiile prime, consumabile și mărfurile au scăzut cu 5% față de anul anterior, din care 1,2% reprezintă diminuarea prețurilor materiilor prime conform etalonului intern utilizat de Companie, iar restul reflectând optimizările realizate în procesul de achiziție. Ponderea în vânzări a cheltuielilor cu materiile prime s-a îmbunătățit semnificativ, ajungând la 55,1% din vânzări (față de 59,6% în 2024). În același timp, cheltuielile cu beneficiile angajaților au crescut cu 27% comparativ cu anul trecut, pe fondul ajustărilor salariale din 2025, determinate de eliminarea unor facilități fiscale introduse în 2022.
- EBITDA a crescut cu 11% față de anul anterior, ajungând la 185,3 milioane de lei, iar marja EBITDA s-a majorat la 16% (comparativ cu 14,9% în 2024). Creșterea a fost susținută de performanța solidă a ambelor segmente principale: Mezeluri (EBITDA de 146,5 milioane de lei, +7% în comparație cu anul precedent) și Ready Meals (33,6 milioane de lei, +16% față de anul anterior).
- Profitul net a ajuns la 110 milioane de lei, în creștere cu 26% față de anul precedent, când a fost de 87,7 milioane de lei. Marja profitului net s-a îmbunătățit la 9,5%, de la 7,8% în 2024.

Indicatori bilanț la data de 31 decembrie 2025

- Poziția de numerar la data de 31 decembrie 2025 a fost de 138,1 milioane de lei (+758% față de anul precedent), reflectând capitalul atras prin IPO-ul finalizat în luna octombrie 2025.
- Datoria netă s-a transformat într-o poziție de numerar net de 5,6 milioane de lei, comparativ cu o datorie netă de 332,0 milioane de lei la finalul anului 2024. Rata Datoriei Nete la EBITDA s-a îmbunătățit semnificativ, de la 2,0x în 2024 la -0,03x în 2025, iar Rata Datoriei nete la total capitaluri proprii a evoluat de la 140,5% la -1,4%, reflectând rambursarea împrumutului acordat de compania-mamă și reducerea gradului de îndatorare în urma IPO-ului.
- Rata capitalurilor proprii a crescut la 61,1%, comparativ cu 32,9% la finalul anului 2024, confirmând o consolidare semnificativă a bazei de capital și o îmbunătățire substanțială a rezilienței financiare.

Evenimente cheie în T4 2025 și ulterior

- În 2025, Cris-Tim a finalizat etapa de planificare a proiectului Investalim, care vizează construirea unei unități moderne de procesare a cărnii și a unui centru logistic în Filipeștii de Pădure, cofinanțate prin programul național Investalim. Lucrările pentru Obiectivul 1 (noile facilități de depozitare) au început în luna noiembrie 2025, iar Obiectivul 2 (extinderea depozitului logistic) va demara la finalul lui T1 2026. Punerea în funcțiune a ambelor componente este preconizată până la finalul anului 2026.
- În data de 6 februarie 2026, Cris-Tim Family Holding a publicat Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru exercițiul financiar 2026, vizând venituri totale de 1,2 miliarde de lei și un profit brut de 146,6 milioane de lei, acesta urmând să fie supus aprobării de către acționari în viitoarea AGOA.



Conferință rezultate preliminare 2025

02.03.2026

16:00 EET | 15:00 CET | 14:00 GMT

Vă invităm să participați la conferința privind rezultatele preliminare pentru 2025, unde echipa executivă va prezenta performanța din anul trecut și planurile pentru 2026.



Radu-Junior Timiș
CEO



Răzvan Furtună
CFO



Zuzanna Kurek
IR Officer | Moderator

Pentru a primi detaliile de conectare, vă rugăm să vă înregistrați la
<https://investors.cristim.ro>

DESPRE CRIS-TIM FAMILY HOLDING

Cris-Tim Family Holding S.A. este una dintre cele mai mari companii din industria alimentară din România, recunoscută la nivel național pentru brandurile sale proeminente, operațiunile integrate și accentul constant pe calitate și inovație. Fondată în 1992 și având peste 30 de ani de prezență pe piața locală, Cris-Tim a construit un model de afaceri diversificat, ancorat în producția și comercializarea de mezeluri și produse ready meals.

La data de 31 decembrie 2025, Cris-Tim Family Holding S.A. nu opera prin filiale. Toate liniile de business sunt integrate într-o singură entitate juridică, ceea ce permite Companiei să mențină un control direct asupra achizițiilor, producției, logisticii și distribuției. Această structură asigură eficiență operațională și transparență deplină pe întreg lanțul valoric.

Operațiunile Companiei sunt structurate în două segmente principale de business, mezeluri și ready meals, care împreună susțin performanța financiară, alături de o a treia categorie, mai redusă, ce acoperă alte activități.

PREZENTAREA SEGMENTELOR

Mezeluri

Aceasta este cea mai importantă linie de business a Companiei și baza succesului său pe piață. Sub branduri precum Cris-Tim, Matache Măcelaru și Alpinia, segmentul de mezeluri include:

- Cârnați fierți și afumați
- Șuncă, salam și bacon
- Produse tartinabile și specialități din carne

Compania deține de mulți ani poziția de lider de piață în acest segment. Unitatea de producție de ultimă generație din Filipeștii de Pădure permite o producție la scară largă, de înaltă calitate, cu sisteme avansate de feliere, ambalare și trasabilitate. Inovația continuă la nivelul produselor și respectarea principiilor de Etichetă Curată (fără aditivi artificiali, fără conservanți sintetici) au contribuit la un nivel ridicat de încredere din partea consumatorilor și la o recunoaștere puternică a brandurilor în toate segmentele de venit.

Ready Meals

Compania este, de asemenea, un pionier al categoriei de ready meals în România, valorificând rețete tradiționale românești, expertiza de cercetare și dezvoltare și standarde ridicate de producție pentru a răspunde cererii în creștere pentru opțiuni de masă convenabile, care economisesc timp. Gama de produse Bunătăți, brandul dedicat acestui segment, include:

- Produse ready meals tradiționale (ex.: sarmale, chiftele)
- Preparate din carne gătită și garnituri
- Salate și produse tartinabile

Aceste produse sunt disponibile atât în variante refrigerate, cât și la temperatură ambiantă, și se adresează atât clienților de retail, cât și celor din HORECA. Segmentul de ready meals reprezintă un pilon important de creștere, care beneficiază de evoluția obiceiurilor de consum și de extinderea constantă a prezenței la raft în comerțul modern.

Alte segmente

„Alte segmente” includ:

- Comercializarea de produse care nu sunt fabricate de Companie, realizată în principal prin magazinele proprii Cris-Tim;
- Comercializarea produselor lactate produse anterior de Eco Ferm, inclusiv carne proaspătă, lapte și produse lactate.

Deși reprezintă o pondere mai redusă în veniturile totale, acest segment are un rol complementar în susținerea sortimentelor de produse, a implicării clienților și a dezvoltării portofoliului de branduri.

BRANDURI

Cris-Tim Family Holding a dezvoltat o strategie multibrand care acoperă o gamă largă de segmente și preferințe ale consumatorilor, de la premium la accesibil și de la consumul zilnic la nevoi dietetice speciale.



Cris-Tim este brandul fanion al Companiei, poziționat pe categoria mainstream-premium. Acoperă toate categoriile relevante de produse, inclusiv mezeluri, ready meals și produse culinare, fiind conceput pentru consumul zilnic al populației.



Matache Măcelaru reprezintă linia premium a Companiei, construită în jurul imaginii unei măcelării autentice și al unei tradiții a produselor gustoase, de cea mai bună calitate.



Alpinia este brandul poziționat în segmentul cu raport calitate-preț optim din categoria mezeluri, adresat consumatorilor sensibili la preț. Oferă produse accesibile, fără compromisuri majore privind calitatea.



Csárdás este un brand dedicat segmentelor etnice, în special consumatorilor care caută rețete inspirate din bucătăria ungurească.



Obrăjori este dezvoltat special pentru copii, cu produse adaptate nevoilor nutriționale și preferințelor acestora.



Bunătăți este brandul dedicat segmentului de ready meals și produse culinare, concentrat pe rețete românești și gusturi de casă. Susține poziționarea Companiei în segmentul produselor gata de consum, în special în formatele de retail modern.

De asemenea, Cris-Tim este un producător în ascensiune în segmentul de producție pentru mărcile proprii ale marilor lanțuri internaționale de retail modern.

PRODUCȚIE

Cris-Tim este unul dintre cei mai mari producători din sectorul agroalimentar din România, cu capacități de producție moderne, de mari dimensiuni, care asigură scalabilitate, eficiență și un nivel constant al calității produselor. Compania operează trei fabrici cu o capacitate de producție cumulată de 215 tone/zi, fiecare specializată pe categorii de produs și nivel de brand:

- **Filipeștii de Pădure:** principala unitate de producție a Companiei, cu o suprafață de 50.000 mp și o capacitate zilnică de 165 de tone. Este dedicată producției de mezeluri și ready meals pe bază de carne sub mărcile Cris-Tim și Matache Măcelaru. Fabrica este integral aliniată principiilor de Etichetă Curată și integrează sisteme avansate de feliere, ambalare și siguranță alimentară.
- **Măgureni:** o fabrică de 6.000 mp, cu o capacitate zilnică de 25 de tone, care produce mezeluri sub brandul economic Alpinia, precum și produse sub mărci private pentru partenerii de retail.
- **București:** o fabrică specializată în producția de ready meals, cu o suprafață de 2.200 mp și o capacitate zilnică de 25 de tone, unde sunt produse supe, tocane, salate și meniuri gătite comercializate sub brandul Bunătăți.

Această structură de producție permite Companiei să mențină un control strict al costurilor, să deservească multiple formate de retail și să răspundă rapid schimbărilor din preferințele consumatorilor. Modelul operațional complet integrat îmbunătățește calitatea, trasabilitatea și durata de valabilitate a produselor din toate categoriile.

ETICHETĂ CURATĂ

Cris-Tim a fost prima companie din România care a implementat conceptul de Etichetă Curată, în 2017, eliminând aditivii artificiali, conservanții și ingredientele sintetice din produsele sale principale. Această decizie a redefinit fundamental așteptările consumatorilor privind produsele procesate în România și a stabilit un nou reper de transparență și calitate în industria cărnii.



Standardul de Etichetă Curată este acum pe deplin integrat în filosofia de producție a principalelor branduri ale Companiei: Cris-Tim, Matache Măcelaru și în anumite produse Bunătăți, fiind susținut de controale interne riguroase, sisteme avansate de siguranță alimentară și investiții continue în cercetare și dezvoltare.

DISTRIBUȚIE

Cris-Tim a dezvoltat unul dintre cele mai cuprinzătoare sisteme de distribuție în lanț frigorific din România, asigurând un control complet de la producție până la livrarea în retail. Produsele Companiei sunt prezente la raft în toate cele 13 lanțuri de retail modern care operează în România, inclusiv Kaufland, Carrefour, Lidl, Mega Image și Auchan. În paralel, Cris-Tim deservește peste 15.000 de magazine din comerțul tradițional, susține canalele de retail online și operează o rețea de 18 magazine proprii. Compania exportă, de asemenea, în 17 țări europene, cu o prezență internațională în creștere.

Pentru a susține această acoperire extinsă a pieței, Cris-Tim operează o infrastructură logistică națională, care include nouă depozite frigorifice amplasate strategic în întreaga țară. O flotă proprie de vehicule comerciale și utilitare permite o distribuție controlată, monitorizată termic, către toate tipurile de clienți, de la hipermarketuri la magazine locale mici. Acest model integrat asigură re aprovizionare zilnică la raft, disponibilitate ridicată a produselor și rate optime de livrare la timp la nivelul tuturor canalelor de vânzare.

Prin menținerea controlului complet asupra logisticii, Cris-Tim reduce riscul de deteriorare, protejează integritatea produselor și consolidează relațiile cu principalii parteneri de retail. Capabilitățile Companiei de a gestiona întregul lanț frigorific reprezintă un element esențial al promisiunii brandului, în special pentru produsele refrigerate care necesită timpi de livrare scurți și prospețime constantă la raft.

SUSTENABILITATE

Cris-Tim Family Holding integrează sustenabilitatea în toate operațiunile sale, cu un accent pragmatic pe siguranța alimentară, producția responsabilă și eficiența pe termen lung. Compania este un pionier al conceptului de Etichetă Curată în România, eliminând încă din 2017 aditivii artificiali și conservanții din produsele principale. Toate unitățile de producție operează sub certificări stricte de mediu și siguranță alimentară (ISO 22000, ISO 14001), iar Compania investește constant în reducerea risipei alimentare, optimizarea consumului de energie și îmbunătățirea posibilității de reciclare a ambalajelor.

Prin dezvoltarea unității moderne de la Filipeștii de Pădure, susținută prin proiectul Investalim, Cris-Tim accelerează tranziția către operațiuni mai eficiente și cu impact redus asupra mediului. Astfel, sustenabilitatea este integrată în modelul de creștere al Cris-Tim, susținând inovația la nivelul portofoliului de produse, consolidând încrederea consumatorilor și sporind reziliența operațională.



PERFORMANȚA COMERCIALĂ PRELIMINARĂ 2025

Activitatea Cris-Tim Family Holding are un caracter sezonier la nivel de trimestre, fiind influențată de comportamentul consumatorilor, ciclurile promoționale și calendarul sărbătorilor locale. Prima parte a anului este, în general, mai slabă, cu o accelerare temporară în jurul Paștelui, care poate avea loc fie în T1, fie în T2, în funcție de an. A doua jumătate a anului este, de regulă, mai solidă, T3 beneficiind de consumul ridicat de carne în perioada verii și în sezonul de grătare, iar T4 marcând vârful anual în luna octombrie. În acest context sezonier, T4 2025 a înregistrat o performanță solidă (+7% față de anul precedent), în linie cu așteptările conducerii, contribuind semnificativ la rezultatele pozitive ale Companiei la nivelul întregului an 2025.

În 2025, Cris-Tim Family Holding a raportat o performanță financiară și operațională solidă, susținută de cererea stabilă pe cele două segmente principale de activitate, Mezeluri și Ready Meals, precum și de o penetrare mai puternică pe canalele de distribuție. Astfel, veniturile, incluzând cele două segmente principale, precum și categoria Alte venituri, au ajuns la 1.155,6 milioane de lei în 2025, în creștere cu 3% față de anul anterior, când au fost înregistrate 1.120,6 milioane de lei.

VÂNZĂRI PER SEGMENT

În 2025, segmentul Mezeluri a continuat să aibă principala contribuție la veniturile totale, reprezentând aproximativ 88% din cifra de afaceri și ajungând la 1.014,8 milioane de lei, o creștere de 5% față de 2024 (963,9 milioane de lei). Această performanță reflectă o evoluție stabilă atât la nivelul volumelor, cât și al prețurilor medii de vânzare, într-un context marcat de presiuni inflaționiste persistente și de o concurență crescută din partea produselor Marcă Proprie. În 2025, prețul mediu pe kg a crescut cu 3% în comparație cu anul precedent, iar volumele au avansat, de asemenea, cu 3% față de anul anterior. Compania a continuat să se concentreze pe menținerea cotei de piață pentru produsele sale de brand, ajustându-și în același timp strategia comercială pentru a proteja marjele și a asigura eficiența operațională.

Veniturile din segmentul Ready Meals au crescut cu 18% față de anul precedent, ajungând la 124,7 milioane de lei în 2025, comparativ cu 105,7 milioane de lei în 2024. Această creștere a fost determinată în principal de volume mai ridicate (+13% în comparație cu anul anterior), precum și de o ajustare a prețului mediu de vânzare pe kg (+5% față de anul trecut). Dezvoltarea brandului Bunătăți, care câștigă tot mai multă tracțiune în formatele de retail modern și devine tot mai popular în categoria produselor gata de consum și a preparatelor gătite, a susținut această evoluție. Categoria a beneficiat, de asemenea, de schimbarea preferințelor consumatorilor către rețete tradiționale cu ingrediente Etichetă Curată, în special pe fondul unei cereri în creștere pentru produse rapide, ușor de preparat.

Vânzări per segment (venituri din contracte cu clienți - terți)			
Cifre în '000 RON	2025P ¹	2024A ²	Variație YoY
Mezeluri	1.014.768	963.938	5%
Ready Meals	124.660	105.673	18%
Alte venituri	16.198	50.990	-68%
Venituri totale	1.155.626	1.120.601	3%

¹ P = Preliminar

² A = Auditat

Veniturile din Alte linii de business au scăzut semnificativ în 2025 comparativ cu anul anterior, ca urmare a modificării tratamentului contabil aplicat activității de distribuție a produselor lactate. Mai exact, în 2025 a avut loc o schimbare a modului de operare a acestei activități și, în consecință, a tratamentului contabil aplicabil vânzării de produse lactate achiziționate de la Eco-Ferm pentru revânzare. Până la data de 31 decembrie 2024, Compania a operat în calitate de principal în cadrul acestor tranzacții. În luna ianuarie 2025, a fost încheiat un nou acord cu Eco-Ferm pentru servicii logistice și de distribuție, iar conducerea a concluzionat că, în baza acestui acord, Compania acționează în calitate de agent în vânzarea produselor lactate.

În 2024, în cadrul modelului de principal, activitatea de distribuție a produselor lactate a generat venituri de 32,5 milioane de lei și costuri cu mărfurile asociate de 26 de milioane de lei, rezultând o marjă netă de 6,5 milioane de lei. În urma noului acord cu Eco-Ferm, în 2025 activitatea este recunoscută pe bază netă, cu venituri din comisioane de 6,7 milioane de lei, incluse în categoria „Alte venituri”, care au o valoare totală de 16,2 milioane de lei. Această schimbare reflectă o abordare mai transparentă și orientată spre eficiență, aliniată strategiei operaționale pe termen lung a Companiei.

VÂNZĂRI PER REGIUNE

Piața din România a continuat să genereze cea mai mare parte a vânzărilor, ajungând la 1.067,5 milioane de lei în 2025, în creștere cu 7% față de anul precedent, în timp ce piețele internaționale au contribuit cu 72 de milioane de lei, consemnând o ușoară scădere de 4% în comparație cu anul anterior. În ceea ce privește exporturile, Compania s-a concentrat în principal pe segmentul diasporei românești, vizând rețele de retail și canale de distribuție care deservește comunitățile românești din străinătate. Exporturile au reprezentat 6% din cifra de afaceri aferentă anului 2025 (o scădere de 0,7pp față de anul precedent), cea mai mare pondere fiind generată de vânzările către consumatorii din Germania, urmați de clienții din Spania și Italia.

Vânzări per regiune (venituri din contracte cu clienți - terți) - excluzând alte segmente			
Cifre în '000 RON	2025P	2024A	Variație YoY
România	1.067.466	994.334	7%
Piețe externe ¹	71.963	75.277	-4%
Vânzări totale	1.139.428	1.069.611	7%

¹NOTĂ: Vă rugăm să aveți în vedere că reprezentarea vânzărilor pe regiuni geografice de mai sus este realizată pe baza situațiilor financiare întocmite conform IFRS. În timp ce în situațiile financiare Compania alocă veniturile pe baza originii clientului (adică a contrapărții din contract), Cris-Tim Family Holding clasifică intern veniturile în funcție de originea consumatorului final. Astfel, anumite vânzări către retaileri din România care au rețele de distribuție în străinătate pot apărea ca venituri interne în situațiile financiare, în timp ce CFH le clasifică intern în funcție de locația consumatorului

final. Conducerea a optat să prezinte în rapoartele publicate pe site-ul BVB și datele utilizate în analiza internă a Vânzărilor per canal de distribuție, per segment, întrucât această abordare reflectă mai precis nivelul exporturilor și, prin urmare, este mai relevantă.

În prezent, Cris-Tim este lider pe piața exporturilor de produse din carne, produsele sale fiind distribuite direct sau indirect în peste 17 țări europene. Compania este, de asemenea, unul dintre producătorii români certificați să exporte Salam de Sibiu – Indicație Geografică Protejată („IGP”) pe piața din SUA.

VÂNZĂRI PER CANAL DE DISTRIBUȚIE, PER SEGMENT

Pe piața internă, Cris-Tim își comercializează produsele prin trei canale principale: comerț modern („IKA – International Key Accounts”) – Branduri, comerț modern („IKA”) – Marcă Proprie, și comerț tradițional („TT”).

- **Comerț modern (IKA) – Branduri** acoperă produsele proprii ale Companiei vândute în lanțurile mari de supermarketuri și hypermarketuri. Este cel mai mare și cel mai dinamic canal, în special pentru categoria Ready Meals, susținut de încrederea consumatorilor în brandurile consacrate și de cererea în creștere pentru produse gata de consum.
- **Comerț modern (IKA) – Marcă Proprie** include produsele fabricate de Cris-Tim sub brandurile lanțurilor de retail. Deși acest canal are marje mai reduse, el asigură stabilitatea volumelor și accesul la un spațiu mai extins la raft, în special în segmentul Mezeluri.
- **Comerț tradițional (TT)** se referă la magazinele mici și independente din România. Acest canal rămâne un contributor relevant și stabil, în special în mediul rural.

În 2025, veniturile totale ale Cris-Tim au continuat să înregistreze o evoluție solidă pe ambele segmente principale de produse, Mezeluri și Ready Meals, fiind susținute de o strategie multicanal bine diversificată.

Vânzările per canal de distribuție de Mezeluri și Ready Meals			
Cifre în '000 RON	2025P	2024A	Variație YoY
Comerț modern (IKA) Branduri	473.356	447.569	6%
Comerț modern (IKA) Marcă Proprie	136.057	122.637	11%
Comerț tradițional	413.950	385.258	7%
Export ²	116.065	114.148	2%
Total	1.139.428	1.069.611	7%

² NOTĂ: Vă rugăm să aveți în vedere că valorile exporturilor prezentate mai sus diferă de cele incluse în tabelul „Vânzări per regiuni”. Vânzările per regiuni reflectă exclusiv veniturile generate de la clienți localizați contractual în afara României, în conformitate cu cerințele de prezentare conform IFRS. În schimb, Vânzările per canal de distribuție includ și vânzările către clienți cu sediul în România care ulterior exportă produsele. Ca urmare a acestor metode diferite de clasificare, valorile exporturilor raportate nu sunt direct comparabile între cele două tabele.

La nivelul portofoliului combinat de Mezeluri și Ready Meals al Companiei, vânzările au crescut cu 7% față de anul precedent, toate canalele de distribuție contribuind la această evoluție. Segmentul IKA – Branduri a rămas cel mai mare și mai dinamic canal, avansând cu 6% în comparație cu anul anterior, susținut de parteneriate solide cu principalele lanțuri de comerț modern și de încrederea constantă a consumatorilor în brandurile Companiei. Comerțul Tradițional, al doilea cel mai important canal, a înregistrat o creștere de 7% față de anul trecut, reflectând acoperirea națională extinsă a Companiei

și cererea susținută atât în mediul urban, cât și în cel rural. IKA – Marcă Proprie a înregistrat o creștere solidă de 11% în comparație cu anul precedent, confirmând relevanța Cris-Tim ca partener de producție de încredere pentru retaileri. Vânzările pentru export au crescut cu 2% față de anul anterior, menținându-și contribuția stabilă la performanța generală.

VÂNZĂRI PER BRAND

În 2025, Cris-Tim Family Holding a menținut o performanță bine echilibrată a portofoliului de branduri, iar brandurile principale din segmentele mainstream și premium au înregistrat rezultate solide.

Vânzări per brand			
Cifre în mil. RON	2025P	2024A	Variație YoY
Mezeluri	1.014.768	963.937	5%
<i>Cris-Tim</i>	726.676	706.589	3%
<i>Matache Măcelaru</i>	134.460	113.128	19%
<i>Alte branduri</i>	153.632	144.221	7%
Ready meals	124.660	105.673	18%
<i>Bunătăți</i>	75.645	66.123	14%
<i>Alte branduri</i>	49.015	39.550	24%

Cris-Tim a rămas brandul fanion din portofoliul de Mezeluri al Companiei, generând venituri de 726,7 milioane de lei în 2025 și înregistrând o creștere de 3% față de anul precedent. Această evoluție stabilă subliniază maturitatea brandului, acoperirea sa națională și loialitatea constantă a consumatorilor din segmentul mainstream-premium. Brandul continuă să beneficieze de cel mai mare buget de publicitate din piața mezelurilor din România, consolidându-și vizibilitatea și poziționarea.

Matache Măcelaru, brandul premium de mezeluri al Companiei, a înregistrat o creștere puternică de 19% în comparație cu anul anterior, generând venituri de 134,5 milioane de lei. Acest rezultat reflectă interesul tot mai ridicat al consumatorilor pentru produse tradiționale, cu profil artizanal, precum și o prezență extinsă în formatele de comerț modern.

Veniturile generate de Alte branduri din segmentul Mezeluri au crescut cu 7%, la 153,6 milioane de lei, evoluție susținută de creșterea de 8% a vânzărilor sub Marcă Proprie. Ritmul de creștere al celorlalte branduri deținute (inclusiv Alpinia, Obrăjori și Csárdás) a rămas pozitiv, în pofida faptului că, în 2025, Compania a redus prioritatea pentru SKU-urile (Stock Keeping Units – unitate de păstrare a stocurilor) cu marje și volume reduse și s-a concentrat pe segmentul premium și pe dezvoltarea brandurilor. Astfel, deși Alpinia, adresat consumatorilor sensibili la preț, a continuat să se confrunte cu o concurență intensificată din partea produselor Marcă Proprie, portofoliul total de branduri a înregistrat o performanță foarte bună în această perioadă.

Segmentul Ready Meals și-a continuat traiectoria solidă de creștere, brandul Bunătăți majorându-și vânzările cu 14% față de anul precedent și generând venituri de 75,6 milioane de lei. Această performanță reflectă atât cererea tot mai ridicată pentru produse gata de consum, cât și capacitatea Companiei de a îmbina rețetele tradiționale românești cu o poziționare de tip gourmet. În același timp, categoria Alte branduri din cadrul segmentului Ready Meals a înregistrat cea mai mare creștere în comparație cu anul anterior, avansând cu 24%, până la 49 de milioane de lei, ca urmare a extinderii prezenței în rețelele de comerț modern.



PERFORMANȚA FINANCIARĂ PRELIMINARĂ 2025

În 2025, Cris-Tim Family Holding a înregistrat vânzări totale de 1.155,6 milioane de lei, cu 3% peste nivelul de 1.120,6 milioane de lei raportat în 2024. Creșterea a fost susținută de stabilitatea segmentului Mezeluri (+5% față de anul precedent), de creșterea de două cifre a vânzărilor în segmentul Ready Meals (+18% în comparație cu anul anterior) și de ajustările selective de preț aplicate în categoriile cheie de produse.

Alte câștiguri au crescut semnificativ, ajungând la 5,2 milioane de lei (față de 0,7 milioane de lei în 2024), în principal ca urmare a câștigurilor din vânzarea vehiculelor în cadrul programului de reînnoire a flotei derulat în 2025.

Variația stocurilor de produse finite și a producției în curs a avut un impact negativ de 0,9 milioane de lei, comparativ cu un impact negativ de 3,3 milioane de lei în 2024. La data de 30 septembrie, conform Raportului T3 2025, atât în 2025, cât și în 2024, variația stocurilor era pozitivă, întrucât Compania a majorat volumele de producție în primele nouă luni ale anului, anticipând o cerere mai ridicată în T4, în special înaintea vârfului de consum așteptat în luna octombrie. Această acumulare sezonieră de stocuri este în linie cu modelul operațional al Cris-Tim, care presupune, în mod obișnuit, intensificarea producției înaintea perioadelor de vârf de consum. Această abordare susține acumularea sezonieră de stocuri pentru a asigura continuitatea aprovizionării și protejarea marjelor în perioadele de cerere ridicată. În T4 2025, stocurile acumulate anterior au fost valorificate treptat pentru a răspunde cererii sezoniere. Ca urmare, poziția pentru întregul an a trecut de la o contribuție pozitivă la nivelul 9L la o variație ușor negativă a stocurilor la final de an, reflectând normalizarea nivelurilor de stoc după sezonul de vârf. Această dinamică este în linie cu anii anteriori și ilustrează gestionarea capitalului de lucru, nu o încetinire a cererii.

Rezumatul situațiilor financiare preliminare condensate pentru exercițiul financiar						
Cifre în RON			Y/Y %	% din Vânzări		
	2025P	2024A		2025	2024	Δ pp
Vânzări – Venituri din contracte cu clienți	1.155.626.079	1.120.600.863	3,1%			
Alte venituri	7.200.828	7.366.978	-2,3%			
Alte câștiguri/(pierderi) – net	5.239.346	689.030	660,4%			
Variația stocurilor de produse finite și a producție în curs	(898.909)	(3.275.489)	-72,6%			
Cheltuieli operaționale	(981.872.038)	(958.565.640)	2,4%	-85,0%	-85,5%	0,6%
Cheltuieli cu materiile prime, consumabile și mărfurile	(636.710.751)	(667.444.709)	-4,6%	-55,1%	-59,6%	4,5%
Cheltuieli cu beneficiile angajaților	(232.176.888)	(183.160.902)	26,8%	-20,1%	-16,3%	-3,7%
Cheltuieli cu utilitățile	(27.344.203)	(23.835.511)	14,7%	-2,4%	-2,1%	-0,2%
Cheltuieli cu reparațiile și întreținerea	(11.849.112)	(11.777.950)	0,6%	-1,0%	-1,1%	0,0%
Servicii prestate de terți	(51.468.439)	(49.637.840)	3,7%	-4,5%	-4,4%	-0,1%
Alte cheltuieli	(21.865.792)	(22.339.001)	-2,1%	-1,9%	-2,0%	0,1%

Pierderi nete din deprecierea activelor financiare și contractuale	(456.853)	(369.727)	23,6%	0,0%	0,0%	0,0%
EBITDA	185.295.306	166.815.742	11,1%	16,0%	14,9%	1,4%
Depreciere și amortizare	(50.766.378)	(46.379.693)	9,5%	-4,4%	-4,1%	-0,3%
EBIT	134.528.928	120.436.049	11,7%	11,6%	10,7%	0,9%
Cheltuieli financiare	(20.269.118)	(22.982.821)	-11,8%	-1,8%	-2,1%	0,3%
Venituri financiare	12.181.033	4.334.218	181,0%	169,2%	58,8%	110,3%
Profit înainte de impozitare	126.440.843	101.787.446	24,2%	10,9%	9,1%	1,9%
Cheltuiala cu impozitul pe profit	(16.408.091)	(17.105.200)	-4,1%	-1,4%	-1,5%	0,1%
Profit aferent perioadei din activități continue	110.032.752	84.682.246	29,9%	9,5%	7,6%	2,0%
Profit din activități întrerupte	-	2.974.755	-100,0%	-	0,3%	-0,3%
Profit aferent perioadei	110.032.752	87.657.001	25,5%	9,5%	7,8%	1,7%
Marja EBITDA	16,0%	14,9%				
Marja EBIT	11,6%	10,7%				
Marja Profit Net	9,5%	7,8%				

În 2025, cheltuielile cu materiile prime, consumabile și mărfurile au scăzut la 636,7 milioane de lei, de la 667,4 milioane de lei în 2024 (-5% față de anul precedent). Ponderea cheltuielilor cu materii prime, consumabile și mărfuri în veniturile din contracte cu clienții s-a îmbunătățit semnificativ, ajungând la 55,1% în 2025, comparativ cu 59,6% în 2024. Această scădere reflectă o combinație între optimizarea achizițiilor, prețuri mai reduse ale materiilor prime și o eficiență operațională îmbunătățită, factori care au susținut marja brută în pofida presiunilor inflaționiste din anumite categorii.

Cheltuielile cu beneficiile angajaților au crescut la 232,2 milioane de lei, un avans cu 27% în comparație cu anul anterior, ca urmare a ajustărilor salariale determinate în principal de impactul eliminării unor facilități fiscale, precum eliminarea scutirii de la plata contribuției de sănătate, reducerea contribuției asiguratorii pentru muncă (reprezentând un procent de 2,25% aplicabil veniturilor din salarii și asimilate salariilor) și reducerea contribuției de asigurări sociale. Compania avea 2.078 de angajați activi la finalul anului 2025, față de 2.092 de angajați la finalul lui 2024.

Cheltuielile cu serviciile prestate de terți au crescut moderat, la 51,5 milioane de lei, reprezentând o majorare de 4% față de anul precedent, reflectând în principal cheltuielile aferente IPO-ului. Creșterea a fost compensată de o scădere de 77% a cheltuielilor de transport, după ce acest serviciu a început să fie realizat intern. Ponderea în vânzări a cheltuielilor cu publicitatea s-a menținut în 2025 la 1,6%, în timp ce cheltuielile cu publicitatea au crescut cu 3%.

Cheltuielile cu utilitățile au crescut la 27,3 milioane de lei, o majorare cu 15% față de anul precedent, pe fondul majorării prețurilor la energie și gaze. Creșterea a fost parțial compensată de măsurile continue de eficiență energetică implementate la nivelul tuturor unităților de producție.

Alte cheltuieli, care includ în principal taxe, comisioane și donații, au rămas relativ stabile, la 21,9 milioane de lei, în timp ce cheltuielile cu reparațiile și întreținerea s-au menținut la un nivel similar (+1% în comparație cu anul anterior), ajungând la 11,8 milioane de lei, reflectând aplicarea consecventă a politicilor de mentenanță preventivă în toate unitățile de producție, precum și aducerea la starea normală a mașinilor vândute ca urmare a reînnoirii flotei de autovehicule.

EBITDA a crescut la 185,3 milioane de lei, reprezentând o îmbunătățire de 11% față de 2024, când a fost înregistrată valoarea de 166,8 milioane de lei. Marja EBITDA s-a majorat la 16%, față de 14,9% în 2024, susținută de performanța solidă a ambelor segmente principale: Mezeluri (care a generat EBITDA de 146,5 milioane de lei, +7% în comparație cu anul anterior) și Ready Meals (33,7 milioane de lei, +16% față de anul precedent). Segmentul Mezeluri a continuat să genereze cea mai mare parte a EBITDA datorită dimensiunii sale și implementării continue a măsurilor de eficientizare, în timp ce segmentul Ready Meals a contribuit cu o pondere tot mai ridicată, pe fondul unui mix îmbunătățit și al vânzărilor produselor branduite, cu marje mai mari.

Creșterea EBITDA a fost obținută în pofida majorării cu 27% a cheltuielilor cu beneficiile angajaților și a creșterii cu 15% a costurilor cu utilitățile. Principalul factor care a contribuit la îmbunătățirea marjei a fost reducerea cu 5% a cheltuielilor cu materia primă principală, din care 1,2% reprezintă scăderea prețurilor materiilor prime conform etalonului intern utilizat de Companie, iar diferența se datorează unei strategii favorabile de achiziție și unei gestionări disciplinate a relației cu furnizorii. În plus, creșterile selective de preț implementate la începutul anului au contribuit la compensarea presiunilor asupra costurilor și la îmbunătățirea marjei brute în categoriile cheie de produse.

Deprecierea și amortizarea au crescut cu 9%, ajungând la 50,8 milioane de lei, reflectând investițiile continue în capacitatea de producție și infrastructura logistică. Drept urmare, EBIT a crescut cu 12% față de anul precedent, la 134,5 milioane de lei, iar marja EBIT s-a îmbunătățit la 11,6%, de la 10,7% în 2024.

Rezultatul financiar net s-a îmbunătățit semnificativ, cheltuiala financiară netă reducându-se la 10,8 milioane de lei, de la 18,6 milioane de lei în 2024 (-42% în comparație cu anul anterior), pe fondul unei creșteri de 181% a veniturilor financiare. În consecință, profitul înainte de impozitare a crescut la 126,4 milioane de lei, în urcare cu 24% față de anul precedent. Cheltuiala cu impozitul pe profit s-a menținut stabilă, la 16,8 milioane de lei.

Rezultatul financiar net s-a îmbunătățit semnificativ, cheltuielile financiare nete reducându-se la 8,1 milioane de lei, de la 18,6 milioane de lei în 2024 (-57% în comparație cu anul anterior), pe fondul unei creșteri de 181% a veniturilor financiare. În consecință, profitul înainte de impozitare a crescut la 126,4 milioane de lei, un avans cu 24% față de anul precedent. Cheltuiala cu impozitul pe profit a scăzut cu 4%, la 16,4 milioane de lei. Prin urmare, profitul aferent perioadei din activități continue a ajuns la 110 milioane de lei, reprezentând o creștere de 30% în comparație cu anul anterior. Incluzând activitățile întrerupte (care au contribuit cu 3 milioane de lei în 2024), profitul total aferent perioadei a crescut cu 26% față de anul precedent. Marja profitului net s-a îmbunătățit la 9,5%, comparativ cu 7,8% în 2024, reflectând atât câștigurile din eficiența operațională, cât și îmbunătățirea structurii de capital în urma IPO-ului Companiei de la Bursa de Valori București.

STRUCTURA DE CAPITAL ȘI LICHIDITATEA

La data de 31 decembrie 2025, Cris-Tim Family Holding a raportat o structură de capital semnificativ consolidată, reflectând impactul transformator al IPO-ului finalizat în T4 2025.

Numerarul și echivalentele de numerar au crescut substanțial la 138,1 milioane de lei, comparativ cu 16,1 milioane de lei la finalul anului 2024, în principal ca urmare a capitalului atras prin IPO-ul încheiat în T4 2025. În același timp, datoriile totale (inclusiv datoriile din contracte de leasing) au scăzut semnificativ la 132,4 milioane de lei, de la 348,1 milioane de lei în 2024. Această diminuare a fost determinată în principal de rambursarea împrumutului acordat de către compania-mamă Rangeglow Limited, în valoare de aproximativ 59,6 milioane de euro, ca parte a procesului de aliniere a bilanțului ulterior listării. De asemenea, Compania a utilizat capitalul obținut din IPO pentru rambursarea majorității creditelor bancare.

Ca urmare, Compania a trecut de la o poziție de datorie netă de 332 de milioane de lei la data de 31 decembrie 2024 la o poziție de numerar net de 5,6 milioane de lei la data de 31 decembrie 2025. Aceasta reprezintă un moment important de reducere a gradului de îndatorare pentru Companie. În consecință, Rata Datoriei Nete la EBITDA s-a îmbunătățit semnificativ, de la 2,0x în 2024 la -0,03x în 2025, reducând practic gradul de îndatorare la zero și plasând Compania într-o poziție de numerar net. În mod similar, Rata Datoriei nete la total capitaluri proprii a evoluat de la 140.5% la -1.4%, evidențiind consolidarea structurală a bilanțului.

Totalul capitalurilor proprii a crescut cu 73%, la 408,3 milioane de lei, comparativ cu 236,3 milioane de lei la finalul anului 2024. Această creștere a fost determinată în principal de majorarea capitalului social și de prima de emisiune înregistrate în urma IPO-ului, prin care Compania a atras capital nou semnificativ. Capitalul social a crescut la 80,6 milioane de lei (față de 0,3 milioane de lei în 2024), în timp ce prima de emisiune a ajuns la 85,9 milioane de lei. De asemenea, rezervele din reevaluare au crescut cu 29%, ca urmare a reevaluării periodice a imobilizărilor corporale (terenuri și clădiri).

Rata capitalurilor proprii s-a dublat, ajungând la 61,1%, comparativ cu 32,9% la finalul anului 2024, reflectând îmbunătățirea semnificativă a solidității financiare a Companiei. În același timp, datoriile totale au scăzut cu 46%, în principal ca urmare a reducerii accentuate a împrumuturilor pe termen scurt (-88% față de anul precedent), ceea ce a contribuit suplimentar la îmbunătățirea profilului de risc.

Reducerea cu 97% a activelor financiare imobilizate evaluate la cost amortizat reflectă eliminarea expunerilor sub formă de împrumuturi acordate companiei-mamă, ulterior IPO-ului. Conform informațiilor prezentate în Prospectul IPO-ului, Acționarul Vanzător, Rangeglow Limited, a utilizat o parte din fondurile obținute din vânzarea acțiunilor pentru a rambursa integral împrumuturile restante către Companie. Această tranzacție a consolidat în mod semnificativ poziția de lichiditate a Companiei, a simplificat structura corporativă și a aliniat Compania la standardele de guvernare specifice pieței de capital.

IPO-ul din 2025 a remodelat fundamental profilul financiar al Cris-Tim, transformând Compania dintr-o entitate cu un nivel moderat de îndatorare într-o afacere bine capitalizată, cu lichiditate solidă, flexibilitate financiară sporită și capacitatea de a finanța programul de investiții pe termen lung, inclusiv proiectul Investalim, dintr-un bilanț semnificativ consolidat.

Rezumatul principalilor indicatori de capital și lichiditate

Cifre în RON

	31.12.2025P	31.12.2024A
Numerar și echivalente de numerar	138.056.050	16.089.705
Împrumuturi curente și pe termen lung	36.273.256	284.498.471
Datorii din contracte de leasing curente și pe termen lung	96.171.230	63.599.669
Datorie netă	(5.611.564)	332.008.435
Total capitaluri proprii	408.351.383	236.345.933
Rata Datoriei Nete la total capitaluri proprii	-1.4%	140.5%
EBITDA	185.295.306	166.815.742
Rata Datoriei Nete la EBITDA	-0,03x	2,0x
Total active	668.101.033	717.515.717
Rata capitalurilor proprii	61,1%	32,9%



**Suncă
Praga**
150g e



Cotlet Haiducesc
100g e

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (RON)	2025P	2024A	Δ %
Venituri	1.155.626.079	1.120.600.863	3%
Alte venituri	7.200.828	7.366.978	-2%
Alte câștiguri/(pierderi) – net	5.239.346	689.030	660%
Variația stocurilor	(898.909)	(3.275.489)	-73%
Cheltuieli cu materiile prime, consumabile și mărfurile	(636.710.751)	(667.444.709)	-5%
Cheltuieli cu beneficiile angajaților	(232.176.888)	(183.160.902)	27%
Cheltuieli cu utilitățile	(27.344.203)	(23.835.511)	15%
Cheltuieli cu reparațiile și întreținerea	(11.849.112)	(11.777.950)	1%
Depreciere și amortizare	(50.766.378)	(46.379.693)	9%
Servicii prestate de terți	(51.468.439)	(49.637.840)	4%
Alte cheltuieli	(21.865.792)	(22.339.001)	-2%
Pierderi nete din deprecierea activelor financiare și contractuale	(456.853)	(369.727)	24%
Cheltuieli financiare	(20.269.118)	(22.982.821)	-12%
Venituri financiare	12.181.033	4.334.218	181%
Profit / (Pierdere) înainte de impozitare	126.440.843	101.787.446	24%
Cheltuiala cu impozitul pe profit	(16.408.091)	(17.105.200)	-4%
Profit / (Pierdere) aferent(ă) perioadei din activități continue	110.032.752	84.682.246	30%
Profit / (Pierdere) din activități întrerupte	-	2.974.755	-100%
Profit aferent perioadei	110.032.752	87.657.001	26%
<i>Rezultat global total aferent perioadei este atribuibil către:</i>			
Acționarii Companiei	110.032.752	89.814.268	23%
Interese care nu controlează	-	(2.157.267)	-100%
	110.032.752	87.657.001	26%

BILANȚ

BILANȚ (RON)	31.12.2025 P	31.12.2024 A	Δ %
ACTIVE IMOBILIZATE	366.938.038	517.055.430	-29%
Alte imobilizări necorporale	3.677.229	2.249.812	63%
Imobilizări corporale ¹	263.362.840	197.867.443	33%
Active aferente dreptului de utilizare	93.083.648	66.315.314	40%
Active financiare imobilizate evaluate la cost amortizat	6.814.321	250.622.861	-97%
ACTIVE CURENTE	301.162.995	200.460.287	50%
Stocuri	84.116.397	93.576.969	-10%
Active biologice	1.241.785	1.085.119	14%
Creanțe comerciale și alte creanțe	77.748.763	68.003.394	14%
Alte active financiare curente evaluate la cost amortizat	-	21.705.100	-100%
Numerar și echivalente de numerar	138.056.050	16.089.705	758%
TOTAL ACTIVE	668.101.033	717.515.717	-7%
CAPITALURI PROPRII	408.351.383	236.345.933	73%
Capital social	80.600.000	315.880	25.416%
Primă de emisiune	85.913.606	-	100%
Rezerve din reevaluare	24.085.639	18.626.547	29%
Alte rezerve	101.827.859	92.593.849	10%
Rezultatul reportat	115.924.279	124.809.657	-7%
DATORII	259.749.650	481.169.784	-46%
DATORII PE TERMEN LUNG	80.195.971	63.608.330	26%
Împrumuturi	4.061.887	15.896.048	-74%
Datorii din contracte de leasing	73.242.533	45.131.175	62%
Subvenții guvernamentale	943.182	-	100%
Datorii privind impozitul pe profit amânat	1.948.369	2.581.107	-25%
DATORII CURENTE	179.553.679	417.561.454	-57%
Împrumuturi	32.211.369	268.602.423	-88%
Datorii din contracte de leasing	22.928.699	18.468.494	24%
Datorii comerciale și alte datorii	94.967.016	109.155.945	-13%
Beneficiile angajaților – curente	28.184.551	15.991.956	76%
Datorii privind impozitul pe profit	1.262.044	5.342.636	-76%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	668.101.033	717.515.717	-7%

¹ Creșterea imobilizărilor corporale a rezultat atât din investițiile suplimentare realizate, cât și dintr-un proiect de raport actualizat de reevaluare, care indică o posibilă ajustare pozitivă de aproximativ 6,5 milioane de lei la nivelul Companiei. În conformitate cu standardele contabile aplicabile, recunoașterea finală a acestei ajustări este condiționată de revizuirea și procedurile de audit de la finalul exercițiului, iar impactul final va fi reflectat în situațiile financiare anuale aferente anului 2025 ale Companiei. Această ajustare are caracter non-cash și nu afectează performanța operațională sau fluxurile de numerar ale Companiei.

INDICATORI FINANCIARI CHEIE

Principalii indicatori financiari ai Cris-Tim Family Holding S.A., calculați pe baza rezultatelor preliminare la data de 31 decembrie 2025, sunt prezentați mai jos, împreună cu datele din aceeași perioadă a anului precedent.

Date financiare în '000

RON

31.12.2025

31.12.2024

Indicatorul lichidității curente

Active curente	301.163	= 1,68	200.460	= 0,48
Datorii curente	179.554		417.561	

Rata Datoriei nete la capitaluri proprii

Capital împrumutat (termen lung)	77.304	= 19%	61.027	= 26%
Capitaluri proprii	408.351		236.346	
Capital împrumutat (termen lung)	77.304	= 16%	61.027	= 20%
Capital angajat	488.547		299.954	

Viteza de rotație a creanțelor comerciale (zile)

Sold mediu client	60.126	= 19	48.687	= 16
Vânzări	1.155.626		1.120.601	

Viteza de rotație a activelor imobilizate

Vânzări	1.155.626	= 3,21	1.120.601	= 4,21
Active imobilizate	360.124		266.433	

Note: Valori anualizate, bazate pe metodologia ASF.

EVENIMENTE CHEIE ÎN T4 2025 ȘI DUPĂ PERIOADA DE RAPORTARE

ACTUALIZARE PRIVIND INVESTALIM

În anul 2025, Cris-Tim Family Holding a inițiat implementarea programului de investiții Investalim, unul dintre cele mai ambițioase proiecte din istoria Companiei și fundamentul strategiei sale de creștere pe termen mediu și lung. Programul, derulat între 2025 și 2028, presupune construirea unei noi fabrici de mezeluri în Filipeștii de Pădure, concepută pentru a crește semnificativ eficiența producției, nivelul de automatizare și integrarea logistică la nivelul operațiunilor Companiei.

Principalele obiective urmărite în cadrul programului Investalim includ:

1. Construirea unei noi facilități de depozitare pentru materii prime congelate;
2. Înființarea unui hub logistic centralizat în Filipeștii de Pădure, care să deservească atât categoria Mezeluri, cât și categoria Ready Meals;
3. Optimizarea fluxurilor de producție printr-o configurație a fabricii complet reproiectată, eliminând ineficiențele infrastructurii existente, extinse în timp;
4. Instalarea de echipamente de producție noi, de ultimă generație, care vor crește nivelul de automatizare în procesul de producție, peste 40% din utilajele actuale urmând a fi înlocuite.

La finalizarea proiectului, noua unitate va crește capacitatea de producție a Companiei cu aproximativ 120 de tone pe zi, raportat la media anului 2024. Această capacitate suplimentară va fi alocată în principal producției de produse sub marcă proprie pentru marile lanțuri internaționale de retail. Proiectul include, de asemenea, dezvoltarea unui nou sistem de gestionare a apei, cu o capacitate de 1.000 m³, precum și crearea a 124 de noi locuri de muncă pe parcursul unei perioade de patru ani, pentru a susține volumul extins de producție.

Investiția totală aferentă segmentului Mezeluri se ridică la 768 de milioane de lei, din care 505 milioane de lei sunt reprezentate de programul Investalim. Proiectul a fost aprobat și este deja în derulare, beneficiind de un ajutor de stat acordat de Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale (AFIR), în valoare de 227 de milioane de lei. Contribuția proprie a Companiei este de 279 de milioane de lei, reprezentând aproximativ 55% din valoarea totală a investiției.

În 2025, Cris-Tim a finalizat faza de planificare și achiziții a proiectului Investalim. Lucrările pentru Obiectivul 1, privind noile facilități de depozitare, încep în luna noiembrie 2025, iar Obiectivul 2, extinderea depozitului logistic, este programat să înceapă la finalul lui T1 2026. Punerea în funcțiune a ambelor componente este estimată pentru finalul anului 2026.

DEBUTUL PE BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

În urma IPO-ului realizat cu succes în luna octombrie 2025, în data de 26 noiembrie 2025, Cris-Tim Family Holding S.A. a fost admisă la tranzacționare pe Piața Principală a Bursei de Valori București, Categorie Premium, sub simbolul bursier CFH, devenind astfel prima companie antreprenorială

românească de anvergură din industria alimentară listată la BVB. [Mai multe informații sunt disponibile AICI.](#)

CONTRACTAREA SERVICIILOR DE MARKET MAKER

În data de 2 decembrie 2025, Compania a informat piața cu privire la încheierea unui acord cu BRK Financial Group pentru furnizarea serviciilor de Market Maker al Emitentului, în scopul creșterii lichidității acțiunilor Companiei tranzacționate pe Bursa de Valori București. Contractul are o durată de un an, începând cu data de 2 decembrie 2025, cu reînnoire automată pentru perioade de un an, cu excepția cazului în care este denunțat de oricare dintre părți. [Mai multe informații sunt disponibile AICI.](#)

CONVOCAREA ADUNĂRII GENERALE ORDINARE A ACȚIONARILOR

În data de 30 ianuarie 2026, Compania a informat piața în legătură cu decizia Consiliului de Administrație de convocare a Adunării Generale Ordinare a Acționarilor (AGOA) pentru data de 9 martie 2026 (prima convocare), respectiv 10 martie 2026 (a doua convocare), în cazul în care nu va fi îndeplinit cvorumul de prezență pentru prima ședință. În cadrul AGOA, acționarii vor vota, printre altele, bugetul de venituri și cheltuieli pentru exercițiul financiar 2026, alegerea a trei membri ai Consiliului de Administrație, precum și politica de remunerare a Companiei. [Mai multe informații sunt disponibile AICI.](#)

ESTIMARE BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI 2026

În data de 6 februarie 2026, Compania a informat piața cu privire la publicarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli pentru exercițiul financiar 2026. Bugetul a fost aprobat de Consiliul de Administrație și va fi supus aprobării în cadrul Adunării Generale Ordinare a Acționarilor, care va avea loc în data de 9 martie 2026. Pentru anul 2026, Compania vizează venituri totale de 1.227 de milioane de lei și un profit brut de 146,6 milioane de lei. Bugetul pentru 2026 al Cris-Tim Family Holding S.A. reflectă perspectiva pozitivă a conducerii privind creșterea estimată a volumelor vândute pe parcursul anului. Se anticipează că majorarea vânzărilor și, implicit, a veniturilor va fi susținută de lansarea unor noi categorii premium de produse. [Mai multe informații sunt disponibile AICI.](#)



DECLARAȚIA CONDUCERII

26 februarie 2026

Subsemnatul, pe baza celor mai bune informații disponibile, confirm prin prezenta că raportul preliminar, întocmit în conformitate cu art. 67 din Legea nr. 24/2017 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, pentru perioada de douăsprezece luni încheiată în data de 31 decembrie 2025, oferă o imagine fidelă și corectă, sub toate aspectele semnificative, asupra dezvoltării și performanței companiei Cris-Tim Family Holding S.A..

Radu-Junior Timiș

Director General Executiv

Răzvan Furtună

Director Financiar Executiv

