



Christian Tour

CHRISTIAN '76 TOUR S.A.

(societate pe acțiuni constituită conform legislației din România)

Ofertă pentru un număr de până la 83.500.000 Acțiuni Oferite

la un interval de preț cuprins între 1,875 RON și 2,135 RON per Acțiune Oferită („Intervalul Prețului de Ofertă”)

și admiterea la tranzacționare pe piața reglementată a Bursei de Valori București

Prezentul document a fost aprobat de Autoritatea de Supraveghere Financiară („ASF”) prin Decizia nr. 5251/20 mai 2026, ASF fiind autoritatea română competentă conform dispozițiilor Regulamentului (UE) 2017/1129 din 14 iunie 2017 privind prospectul care trebuie publicat în cazul unei oferte publice de valori mobiliare sau al admiterii de valori mobiliare la tranzacționare pe o piață reglementată, cu modificările ulterioare („Regulamentul privind Prospectul”), ca prospect („Prospectul”) în conformitate cu dispozițiile Legii nr. 24/2017 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, republicată („Legea 24/2017”), cu Regulamentul ASF nr. 5/2018 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, cu modificările și completările ulterioare („Regulamentul ASF nr. 5/2018”), cu Regulamentul privind Prospectul și cu prevederile altor acte normative incidente. ASF aprobă prezentul Prospect exclusiv în ceea ce privește îndeplinirea standardelor privind caracterul exhaustiv, inteligibil și coerent impuse de Regulamentul privind Prospectul, iar respectiva aprobare nu trebuie considerată o recomandare referitoare la societatea care face obiectul prezentului Prospect. Prezentul Prospect nu a fost și nu va fi aprobat de către nicio altă autoritate competentă din Spațiul Economic European („SEE”), cu excepția ASF.

Prezentul Prospect se referă la o ofertă („Oferta”) de (i) subscriere a unui număr de maxim 69.500.000 acțiuni ordinare nou emise („Acțiunile Noi”) de către Christian '76 Tour S.A., o societate pe acțiuni constituită conform legislației din România, înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului București cu nr. J1997005529405, cod unic de înregistrare 9617078 („Societatea”, „Christian Tour” sau „Emitentul”) și (ii) vânzare a unui număr de maxim 14.000.000 acțiuni ordinare existente din capitalul social al Societății („Acțiunile Existente”) de către CPM Cambridge Holding S.R.L. în calitate de acționar vânzător („Acționarul Vânzător”) (împreună „Acțiunile Oferite”).

Prețul per Acțiune Oferită în cadrul Ofertei („Prețul Final de Ofertă”) se va încadra în Intervalul Prețului de Ofertă, se va stabili conform mecanismului prevăzut în secțiunea „Subscriere și vânzare” și se estimează că va fi adus la cunoștința publicului la data de 29 mai 2026 sau în jurul acestei date. Perioada de Ofertă pentru Acțiunile Oferite va începe la data de 21 mai 2026 și se va încheia la data de 28 mai 2026 („Perioada de Ofertă”). Perioada de ofertă poate fi prelungită sau modificată cu condiția obținerii aprobării din partea ASF și a publicării unui supliment la prezentul Prospect în conformitate cu legislația incidentă. Pentru informații suplimentare, a se vedea secțiunea „Subscriere și vânzare”.

În legătură cu Oferta, BT Capital Partners S.A. în calitate de manager de stabilizare („Managerul de Stabilizare”) poate (dar nu va avea nicio obligație în acest sens), în măsura permisă de lege, să supraalocare Acțiuni Oferite sau să efectueze alte tranzacții de stabilizare cu scopul de a menține prețul de piață al Acțiunilor Oferite la un nivel mai ridicat decât cel care ar putea să prevaleze în condițiile pieței libere. Managerul de Stabilizare nu este obligat să încheie astfel de tranzacții și asemenea tranzacții pot avea loc pe Bursa de Valori București și pot fi realizate la orice moment după începerea tranzacționării Acțiunilor Oferite pe Piața Reglementată la vedere a Bursei de Valori București și se vor încheia la 30 de zile după această dată. Cu toate acestea, nu va exista nicio obligație în sarcina Managerului de Stabilizare să efectueze tranzacțiile de stabilizare și nu se dă nicio asigurare că asemenea tranzacții de stabilizare vor avea loc. În niciun caz nu se vor lua măsuri de stabilizare a prețului de piață al Acțiunilor Oferite la un preț mai mare decât Prețul Final de Ofertă. Aceste tranzacții de stabilizare, dacă sunt întreprinse, pot fi sistate în orice moment, fără o notificare prealabilă. Cu excepția cerințelor impuse de legi și regulamente, Managerul de Stabilizare nu intenționează să dezvăluie măsura în care orice supraalocare și/sau tranzacție de stabilizare va fi întreprinsă în cadrul Ofertei.

În legătură cu Oferta, Managerul de Stabilizare poate, pentru scopuri de stabilizare, să supraalocare Acțiuni, până la maxim 10% din numărul total de Acțiuni Oferite în cadrul Ofertei. Pentru a permite Managerului de Stabilizare să acopere pozițiile scurte ce rezultă din asemenea supraalocări și/sau vânzări de Acțiuni Oferite ce sunt întreprinse de acesta în cadrul perioadei de stabilizare, se preconizează că Societatea va oferi Intermediarului opțiunea de a achiziționa, în cadrul perioadei de stabilizare, Acțiuni Oferite suplimentare până la maxim 10% din numărul total de Acțiuni Oferite în cadrul Ofertei („Acțiunile Supraalocate”) la Prețul Final de Ofertă („Opțiunea de Supraalocare”). Opțiunea de Supraalocare va putea fi exercitată, în întregime sau în parte, prin transmiterea unei notificări de către Managerul de Stabilizare, în orice moment la sau înaintea celei de-a 30-a zi calendaristică după începerea tranzacționării Acțiunilor Oferite pe Piața Reglementată la Vedere a Bursei de Valori București. Orice Acțiuni Supraalocate puse la dispoziție ca urmare a exercitării Opțiunii de Supraalocare vor avea un rang *pari passu* cu Acțiunile Oferite, cu privire la toate aspectele, inclusiv în ce privește toate dividendele și toate celelalte distribuții ce au fost declarate, făcute sau plătite cu privire la Acțiunile Oferite, vor fi cumpărate în aceiași termeni și condiții precum Acțiunile Oferite și vor face parte din aceeași clasă cu Acțiunile Oferite, din toate punctele de vedere.

În contextul Ofertei se va depune o solicitare pentru admiterea tuturor Acțiunilor la tranzacționare („Admiterea”) pe Piața Reglementată la Vedere administrată de Bursa de Valori București S.A. („Bursa de Valori București” sau „BVV”). Bursa de Valori București este o piață reglementată din cadrul SEE în sensul prevăzut de Directiva 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 15 mai 2014 privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE („Directiva privind Piețele Instrumentelor Financiare”). Anterior Ofertei, nu a existat nicio piață deschisă pentru Acțiuni. Admiterea tuturor Acțiunilor la tranzacționare pe piața reglementată a Bursei de Valori București este preconizată să aibă loc la data de 22 iunie 2026 sau în jurul acestei date („Data Listării”). Se preconizează că Acțiunile vor fi tranzacționate având simbolul „TRIP”.

Plățile pentru Acțiunile Oferite urmează să fie efectuate în RON prin sistemul RoClear (sistemul român de compensare, decontare, custodie, depozitare și registru), care este administrat de Depozitarul Central din România. Transferul Acțiunilor în cadrul Ofertei și vânzările de Acțiuni pe piața secundară vor fi decontate și compensate prin intermediul sistemului de decontare administrat de către Depozitarul Central din România, în conformitate cu regulamentele și legile române aplicabile.

Oferta este structurată ca o ofertă de Acțiuni Oferite în afara Statelor Unite ale Americii („SUA” sau „Statele Unite”) în cadrul unor tranzacții de tip „offshore” în baza Regulamentului S din Legea SUA privind Valorile Mobiliare din 1933 (în limba engleză: „U.S. Securities Act of 1933”), cu modificările ulterioare („Legea Valorilor Mobiliare”), inclusiv publicului din România. Distribuirea acestui Prospect și oferta și vânzarea Acțiunilor



Oferite ar putea fi restricționate prin lege în anumite jurisdicții. Prin urmare, nici acest Prospect, nici orice anunț cu caracter publicitar sau orice alt material de Ofertă nu pot fi distribuite sau publicate în nicio jurisdicție decât în circumstanțe care au drept rezultat respectarea oricăror legi sau regulamente aplicabile. Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul solicită persoanelor aflate în posesia prezentului Prospect să se informeze cu privire la orice astfel de restricții și să le respecte. Orice nerespectare a acestor reglementări poate reprezenta o încălcare a legilor care reglementează valorile mobiliare din orice astfel de jurisdicție. A se vedea secțiunea „Restricții de vânzare și transfer”.

Prezenta Ofertă nu reprezintă o ofertă de vânzare sau o solicitare a unei oferte de cumpărare de valori mobiliare în nicio jurisdicție în care o astfel de ofertă sau solicitare de ofertă ar fi ilegală. Acțiunile nu au fost și nu vor fi înregistrate potrivit Legii privind Valorile Mobiliare sau la o autoritate de reglementare în domeniul valorilor mobiliare din orice stat sau jurisdicție din Statele Unite și nu pot fi oferite sau vândute în Statele Unite. Pentru o prezentare a anumitor alte restricții referitoare la oferte, vânzări și transferuri ale Acțiunilor și distribuirea prezentului Prospect, a se vedea secțiunea „Informații importante privitoare la prezentul Prospect” și „Restricții de vânzare și transfer”.

Citiți prezentul Prospect înainte de a subscrie. O investiție în Acțiunile Oferite presupune un grad ridicat de risc și incertitudine. Potențialilor investitori li se recomandă să citească întregul document și, în special, să consulte secțiunea „Factori de risc”, care începe la pagina 12 și care prezintă anumiți factori pe care investitorii ar trebui să îi aibă în vedere înainte de a face o investiție în Acțiuni. Potențialii investitori trebuie să își permită asumarea riscului economic al unei investiții în Acțiunile Oferite și să poată susține o pierdere totală sau parțială a investiției lor.

PREZENTUL PROSPECT A FOST APROBAT DE ASF. APROBAREA ACESTUI PROSPECT NU CONSTITUIE O GARANȚIE SAU O ALTĂ FORMĂ DE APRECIERE DE CĂTRE ASF CU PRIVIRE LA OPORTUNITATEA, AVANTAJELE SAU DEZAVANTAJELE, PROFITUL SAU RISURILE PRESUPUSE DE TRANZACȚIILE ÎNCHEIATE DUPĂ ACCEPTAREA OFERTEI CARE FACE OBIECTUL DECIZIEI DE APROBARE; DECIZIA DE APROBARE CERTIFICĂ NUMAI CONFORMITATEA PROSPECTULUI CU CERINȚELE LEGII ȘI ALE NORMELOR ADOPTATE PENTRU APLICAREA ACESTEIA.



INTERMEDIAR:

BT CAPITAL PARTNERS S.A.



Data prezentului Prospect este: 19.05 2026

CUPRINS

REZUMAT	- 1 -
FACTORI DE RISC	- 12 -
INFORMAȚII IMPORTANTE PRIVITOARE LA PREZENTUL PROSPECT	29 -
PREZENTAREA INFORMAȚIILOR FINANCIARE ȘI A ALTOR INFORMAȚII	35
INFORMAȚII PRIVIND CURSUL DE SCHIMB VALUTAR	38
OFERTA	39
MOTIVELE OFERTEI ȘI UTILIZAREA FONDURILOR OBȚINUTE	44
POLITICA PRIVIND DIVIDENDELE	46
CAPITALIZARE ȘI ÎNDATORARE	47
SELECȚIE DE INFORMAȚII FINANCIARE ȘI OPERAȚIONALE	49
PREZENTAREA ȘI ANALIZA CONDUCERII ASUPRA SITUAȚIEI FINANCIARE ȘI REZULTATELOR OPERAȚIUNILOR	53
PREZENTAREA SECTORULUI DE ACTIVITATE ȘI PRINCIPALELE TENDINȚE	73
CADRUL DE REGLEMENTARE	91
ACTIVITATEA SOCIETĂȚII	95
CONDUCEREA	136
ACȚIONARI	144
DILUAREA	145
DESCRIEREA CAPITALULUI SOCIAL ȘI A STRUCTURII SOCIETĂȚII	146
TRANZACȚII CU PĂRȚILE AFILIATE	155
REGIMUL FISCAL	160
SUBSCRIERE ȘI VÂNZARE	165
RESTRICȚII DE VÂNZARE ȘI TRANSFER	185
DECONTARE ȘI TRANSFER	187
RECUNOAȘTEREA ȘI EXECUTAREA HOTĂRĂRILOR JUDECĂTOREȘTI PRONUNȚATE ÎN MATERIE CIVILĂ ȘI COMERCIALĂ	189
AUDITORII INDEPENDENȚI	191
INFORMAȚII GENERALE	192
DEFINIȚII ȘI GLOSAR SELECTIV DE TERMENI	194
INDEX LA SITUAȚIILE FINANCIARE	199



REZUMAT

Secțiunea A – Introducere și atenționări
A.1. Introducere
1.1 Denumirea și numărul internațional de identificare a valorilor mobiliare (ISIN)
Oferta cuprinde o ofertă de subscriere a până la 69.500.000 acțiuni ordinare nou emise ale Societății (“Acțiunile Noi”) și vânzarea de către Acționarul Vanzător a până la 14.000.000 acțiuni ordinare existente din capitalul social al Societății (“Acțiunile Existente” și, împreună cu Acțiunile Noi, “Acțiunile Oferite”) și până la 8.350.000 Acțiuni Supraalocate în legătură cu care Managerului de Stabilizare i s-a acordat o Opțiune de Supraalocare pentru a permite măsuri de stabilizare, dacă este cazul. Toate Acțiunile au primit codul ISIN ROEIN5GQPH38.
1.2 Identitatea și datele de contact ale Emitentului, Identificatorul de Persoană Juridică (LEI)
Emitentul este Christian '76 Tour S.A., o societate pe acțiuni constituită conform legislației din România. Societatea a fost înființată în anul 1997, constituită conform legislației din România, înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului București cu nr. J1997005529405 și având codul unic de înregistrare 9617078. Sediul social al Societății este situat în România, B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1, București. Denumirea legală și comercială a Societății este Christian '76 Tour S.A. Numărul de telefon de la sediul social al Societății este + 0219247. Codul de identificare a entității juridice (“LEI”) al Societății este 787200DDRYJHPSKKBH42.
1.3 Identitatea și informațiile de contact ale ofertanților
Acționarul Vanzător
CPM Cambridge Holding S.R.L., o societate organizată și care funcționează în conformitate cu Legea Societăților din România. Acționarul Vanzător a fost înregistrat în 2025 la Oficiul Registrului Comerțului București cu numărul de înregistrare J2025088681004 și având codul unic de înregistrare 52929427. Sediul Acționarului Vanzător este situat în Strada Alba Iulia, Nr. 5, mezanin, lot 3 Bloc I4, Sector 3, București, România. Numărul de telefon de la sediul social al Acționarului Vanzător este +0219247.
Emitentul
Christian'76 Tour S.A., o societate pe acțiuni constituită conform legislației din România. Societatea a fost înființată în anul 1997, constituită conform legislației din România, fiind înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului București cu nr. J1997005529405 și având codul unic de înregistrare 9617078. Sediul social al Societății este situat în România, B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1, București. Denumirea legală și comercială a Societății este Christian '76 Tour S.A. Numărul de telefon de la sediul social al Societății este + 0219247.
1.4 Identitatea și informațiile de contact ale autorității competente care a aprobat Prospectul
Acest Prospect a fost aprobat de ASF, cu sediul în Splaiul Independenței nr. 15, Sector 5, cod poștal 050092, București, România. Numărul de fax al ASF este 021.659.60.51, numărul de telefon este 021.659.64.36, iar adresa de e-mail este office@asfromania.ro.
1.5 Data aprobării Prospectului
Acest Prospect a fost aprobat de ASF la data de <u>19.05.</u> 2026.
A.2. Avertismente și informații privind utilizarea ulterioară a Prospectului
Acest rezumat a fost elaborat în conformitate cu articolul 7 din Regulamentul privind Prospectul și ar trebui interpretat ca o introducere la prospect (“Prospectul”). Orice decizie de a investi în cadrul Ofertei ar trebui să se bazeze pe examinarea Prospectului în ansamblu de către investitor. Investiția în Acțiunile Oferite presupune o serie de riscuri, iar investitorii pot pierde în totalitate sau parțial investiția lor ca urmare a achiziționării Acțiunilor Oferite. În cazul în care se introduce o acțiune în fața unei instanțe judecătorești cu privire la informațiile conținute în Prospect, este posibil ca investitorul reclamant, în



temeiul legislației naționale, să fie obligat să suporte costurile traducerii Prospectului înainte de inițierea unei proceduri judiciare. Răspunderea civilă în legătură cu prezentul rezumat, inclusiv orice traducere a acestuia, revine numai persoanelor care au prezentat rezumatul, dar numai în cazul în care rezumatul este înșelător, inexact sau contradictoriu în raport cu celelalte părți ale Prospectului, sau atunci când acesta nu oferă, în raport cu celelalte părți ale Prospectului, informații esențiale pentru a ajuta investitorii în luarea unei decizii de a investi în Acțiunile Oferite.

Secțiunea B – Informații esențiale privind Emitentul

B.1. Cine este Emitentul valorilor mobiliare?

a) Sediul social, forma juridică, codul LEI, legislația care reglementează activitatea acestuia și țara de constituire

Emitentul este Christian'76 Tour S.A., o societate pe acțiuni constituită conform legislației din România. Societatea a fost înființată în anul 1997, constituită conform legislației din România, fiind înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului București cu nr. J1997005529405 și având codul unic de înregistrare 9617078. Sediul social al Societății este situat în România, B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1, București. Denumirea legală și comercială a Societății este Christian'76 Tour S.A. Numărul de telefon de la sediul social al Societății este +0219247.

b) Activități principale

Potrivit Actului Constitutiv al Societății, principalul său domeniu de activitate este codul CAEN 7912 – Activități ale tour-operatorilor.

c) Acționarii principali, inclusiv dacă Emitentul este controlat direct sau indirect și de către cine

Tabelul de mai jos prezintă anumite informații referitoare la dreptul de proprietate asupra Acțiunilor înainte de Ofertă și dreptul de proprietate asupra Acțiunilor al acționarilor existenți în prezent, imediat după finalizarea Ofertei, presupunând că toate Acțiunile Oferite (inclusiv Acțiunile Supraalocate) sunt vândute în cadrul Ofertei și că fondurile aferente stabilizării nu sunt utilizate de Managerul de Stabilizare pentru a achiziționa Acțiuni de pe piață:

Acționar	Acțiuni deținute înainte de Ofertă		Acțiuni deținute după Ofertă*	
	(Număr)	%	(Număr)	%
CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L.	148.500.000	99,00	126.150.000	57,47
OXFORD INVESTMENT ALLIANCE SRL	1.500.000	1,00	1.500.000	0,68
Altele (în circulație liberă)	-	-	91.850.000	41,85
Total	150.000.000	100%	219.500.000	100%

* Sub rezerva Închiderii cu Succes a Ofertei și cu condiția ca toate Acțiunile Oferite (inclusiv Acțiunile Supraalocate) să fie subscribe în mod valabil de către investitori în Ofertă

Societatea este controlată indirect de către domnul Pandel Ion Cristian, acesta deținând 100% din capitalul social al CPM Cambridge Holding S.R.L. și, respectiv, 100% din capitalul social al Oxford Investment Alliance S.R.L.

d) Identitatea principalilor administratori

La data prezentului Prospect, consiliul de administrație al Societății („Consiliul de Administrație”) este format din 5 (cinci) membri. Membrii Consiliului de Administrație („Administratorii”) sunt desemnați prin hotărârea a adunării generale a acționarilor Societății, de regulă, pentru un mandat de 4 (patru) ani, cu posibilitatea realegerii pentru mandate succesive.

La data prezentului Prospect, membrii Consiliului de Administrație sunt următorii:

Nume	Data nașterii	Poziția	Durata mandatului	Data numirii pentru funcția actuală
Cristian Ion Pandel	1976	Administrator executiv (director general și președintele Consiliului de Administrație)	4 ani	11 mai 2026
Nina Petruta Seretean	1967	Administrator executiv	4 ani	11 mai 2026
Alin-Mihai Rato	1985	Administrator neexecutiv	4 ani	11 mai 2026
Vlad-Alexandru Deliu	1981	Administrator neexecutiv (independent)	4 ani	11 mai 2026
Miruna Andreea Antonescu	1983	Administrator neexecutiv (independent)	4 ani	11 mai 2026

Membrii cheie ai conducerii executive ai Societății sunt următorii:

<u>Nume</u>	<u>Data nașterii</u>	<u>Poziția</u>	<u>Durata mandatului</u>	<u>Data numirii pentru funcția actuală</u>
Cristian Ion Pandel.....	1976	CEO	4 ani	11 mai 2026
Nina Petruta Seretean.....	1967	CFO	4 ani	11 mai 2026
Ionuț-Bogdan Bunea.....	1985	COO	4 ani	11 mai 2026



e) Identitatea auditorului statutar

Auditorul statutar este PricewaterhouseCoopers Audit S.R.L., cu sediul în România, Ana Tower, Blvd. Poligrafiei nr. 1A, Sector 1, București, număr de înregistrare la Registrul Comerțului J1993017223405, cod unic de înregistrare 4282940, autorizată de Camera Auditorilor Financiar din România în baza autorizației 6/25.06.2001 ("PWC").

B.2. Care sunt informațiile financiare esențiale referitoare la Emitent?**a) Selecție de informații esențiale istorice****(a) Situația profitului sau pierderii și a altor elemente ale rezultatului global**

RON	2025	2024	2023
Profit înainte de impozitare	36.441.917	28.346.358	33.555.546
Cheltuială cu impozitul pe profit	(4.573.915)	(2.189.854)	(3.559.935)
Profit aferent exercițiului financiar	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Rezultatul global total aferent exercițiului financiar	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Profit atribuibil acționarilor Companiei	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Rezultatul global total atribuibil acționarilor Companiei	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Căștigul pe acțiune de bază și diluat	0,21	0,17	0,20

**(b) Situația poziției financiare**

RON	31-Dec-25	31-Dec-24	31-Dec-23
Total active immobilizate	72.239.973	38.931.031	22.055.976
Total active curente	122.334.388	157.630.615	126.091.907
Total active	194.574.361	196.561.646	148.147.883
Total capitaluri proprii	62.608.377	66.188.523	47.401.232
Total datorii pe termen lung	34.195.491	28.734.419	11.986.041
Total datorii curente	97.770.493	101.638.704	88.760.610
Total datorii	131.965.984	130.373.123	100.746.651
Total capitaluri proprii și datorii	194.574.361	196.561.646	148.147.883

(c) Situația fluxurilor de numerar

RON	2025	2024	2023
Flux net de numerar din activitățile de exploatare	5.863.780	16.332.196	34.904.903
Flux net de numerar (utilizat) / generat în / din activitățile de investiții	23.935.431	(17.656.724)	(8.136.539)
Flux net de numerar (ieșire) din activitățile de finanțare	(32.184.947)	(6.801.963)	(9.181.534)
Creștere/(descreștere) netă a numerarului și echivalentelor de numerar	(2.385.733)	(8.126.491)	17.586.830

Numerar și echivalente de numerar la 1 ianuarie	16.494.189	24.620.680	7.033.850
Numerar și echivalente de numerar la 31 decembrie	14.108.453	16.494.189	24.620.680



b) Scurtă descriere a oricăror calificări din raportul de audit referitoare la informațiile financiare istorice

Raportul de audit aferent situațiilor financiare ale Christian '76 Tour S.A. pentru exercițiile financiare încheiate la 31 decembrie 2025, 31 decembrie 2024, 31 decembrie 2023, întocmite în conformitate cu Standardele de Contabilitate IFRS ("IFRS"), astfel cum au fost adoptate de Uniunea Europeană ("IFRS UE"), nu conține calificări.

B.3. Care sunt principalele riscuri specifice Emitentului?

Prezentăm mai jos principalele riscuri specifice Emitentului:

- *Ne desfășurăm activitatea într-un mediu din ce în ce mai competitiv și suntem supuși unor riscuri legate de concurență care pot afecta negativ performanța noastră*
- *Dacă Societatea nu continuă să inoveze și să ofere instrumente digitale eficiente călătorilor, aceasta ar putea să nu mai rămână competitivă, iar veniturile și rezultatele sale operaționale ar putea fi afectate negativ*
- *Societatea se poate confrunta cu creșteri ale costurilor cu forța de muncă și cu ocuparea forței de muncă*
- *Este posibil ca Societatea să nu poată angaja sau reține personal calificat suficient, inclusiv membri ai echipei de conducere superioară*
- *Eforturile Societății de a păstra clienții existenți și de a atrage noi clienți ar putea să nu fie la fel de eficiente ca până în prezent sau aceasta ar putea fi supusă unor daune reputaționale determinate de factori interni sau externi*
- *Este posibil ca Societatea să nu poată pune în aplicare cu succes strategia sa de afaceri și planurile sale de investiții de capital*
- *Societatea este expusă riscurilor pe care le presupune utilizarea sistemelor de tehnologie a informației (IT) în operațiunile sale*

Secțiunea C – Informații esențiale privind valorile mobiliare

C.1. Care sunt principalele caracteristici ale valorilor mobiliare?

a) Tipul, clasa și codul ISIN

Toate Acțiunile Oferite sunt ordinare, nominative și emise în formă dematerializată și au codul ISIN ROE1N5GQPH38.

b) Moneda, valoarea nominală și numărul valorilor mobiliare emise

Oferta cuprinde o ofertă de până la 83.500.000 Acțiuni Oferite pentru subscrierea a până la 69.500.000 Acțiuni Noi oferite de către Societate și vânzarea de către Acționarul Vanzător a până la 14.000.000 Acțiuni Existente.

Managerului de Stabilizare i s-a acordat o Opțiune de Supraalocare de către Acționarul Vanzător pentru a permite măsuri de stabilizare, dacă este cazul, în temeiul căreia acesta poate să supraalocă până la 8.350.000 Acțiuni Supraalocate. Fiecare acțiune are o valoare nominală de 0,10 RON și, în cazul unui vot al acționarilor, acordă dreptul la un vot în cadrul adunărilor acționarilor. Acțiunile sunt vărsate în întregime.

c) Drepturi conferite de valorile mobiliare

Fiecare Acțiune conferă dreptul la un vot în cadrul adunărilor acționarilor. Toate Acțiunile conferă drepturi egale și depline privind distribuirea de dividende și acordă fiecărui deținător de Acțiuni dreptul de a participa la profitul Societății. Acționarii Societății au drept de preferință la subscrierea acțiunilor noi emise de Societate proporțional cu participațiile lor la data de înregistrare stabilită de adunarea generală a acționarilor pentru respectiva majorare de capital social. Acționarii au dreptul la o corectă și completă informare asupra situației societății în adunarea generală a acționarilor Societății.

d) Rangul relativ al valorilor mobiliare în structura capitalului Emitentului în caz de insolvență

Capitalul social al Societății este alcătuit dintr-o singură clasă de acțiuni ordinare cu rang egal. În conformitate cu legislația privind insolvența, în caz de insolvență, urmată de faliment și lichidare, lichidatorii nu pot plăti acționarilor nicio sumă de bani pe care ar fi îndreptățiți să o primească conform cotelor de participare la capitalul social, înainte de a achita creanțele creditorilor Societății.

e) Restricții impuse asupra liberei transferabilități a valorilor mobiliare

Acțiunile vor fi liber transferabile, sub rezerva anumitor restricții. Societatea a convenit că începând cu Data Decontării și până la data care survine în termen de 360 de zile de la Data Decontării, fără acordul



prealabil scris al Intermediarului (acord care nu va fi refuzat în mod nejustificat), în mod direct sau indirect, nu va emite, oferi, împrumuta, ceda, vinde sau încheia contracte de vânzare sau emite, vinde orice opțiune sau contract de cumpărare, cumpăra orice opțiune, acorda orice opțiune, drept sau mandat de cumpărare, împrumuta sau achiziționa/transfera sau dispune în alt mod, direct sau indirect, de Acțiuni, sau anunța vreo ofertă sau vreo emisiune privind orice Acțiuni sau alte titluri de capital ale Societății (sau orice interes legat de acestea sau în legătură cu acestea) sau orice instrumente financiare care pot fi schimbate cu sau convertite în sau în mod semnificativ similare cu Acțiunile sau cu alte titluri de capital ale Societății, și nici nu vor încheia nicio tranzacție care să aibă același efect economic, nici nu vor conveni să ia oricare dintre măsurile de mai sus. Conform Contractului de Intermediere, Acționarul Vanzător a convenit că începând cu Data Decontării și până la data care survine în termen de 360 de zile de la Data Decontării, acesta, fără acordul prealabil scris al Intermediarului (acord care nu va fi refuzat în mod nejustificat), în mod direct sau indirect, nu va oferi, vinde, împrumuta, ceda, ipoteca sau încheia contracte de vânzare sau de cumpărare sau să transfere/achiziționeze sau dispune în altă manieră, în mod direct sau indirect, sau anunța vreo ofertă sau vreo emisiune privind orice Acțiuni sau alte titluri de capital ale Societății (sau orice interes legat de acestea sau în legătură cu acestea) sau orice instrumente financiare care pot fi schimbate cu sau convertite în sau în mod semnificativ similare cu Acțiunile sau cu alte titluri de capital ale Societății, și nici nu va încheia nicio tranzacție care să aibă același efect economic, nici nu va conveni să ia oricare dintre măsurile de mai sus. Restricționarea Societății și a Acționarului Vanzător este supusă anumitor excepții uzuale.

f) Politica privind dividendele

Potrivit politicii Societății privind dividendele, Societatea intenționează să distribuie dividende, sub rezerva respectării dispozițiilor legale aplicabile și a evaluării considerentelor comerciale relevante, incluzând, fără a se limita la, cadrul de reglementare aplicabil, eventualele restricții legale sau contractuale, rezultatele operaționale, poziția financiară, necesarul de lichiditate, gradul de îndatorare, precum și proiectele și planurile de dezvoltare viitoare ale Societății.

În acest context, Consiliul de Administrație are în vedere, ca principiu, distribuirea cu titlu de dividende ordinare a până la 50% din profitul net anual distribuibil al Societății, începând cu exercițiile financiare ulterioare, cu respectarea prevederilor legale. Dividendele vor fi propuse pe baza situațiilor financiare anuale individuale întocmite în conformitate cu IFRS și vor fi supuse aprobării Adunării Generale Ordinare a Acționarilor.

C.2. Unde vor fi tranzacționate valorile mobiliare?

Bursa de Valori București a emis acordul de principiu pentru admiterea Acțiunilor la tranzacționare pe Piața Reglementată a Bursei de Valori București ("Admiterea"). După finalizarea Ofertei, Societatea intenționează să se adreseze Bursei de Valori București pentru obținerea aprobării finale pentru Admitere. În cazul în care sunt admise și atunci când vor fi admise la tranzacționare la Bursa de Valori București, Acțiunile vor fi înregistrate cu ISIN ROE1N5GQPH38 și se vor tranzacționa sub simbolul TRIP.

C.3. Există vreo garanție aferentă valorilor mobiliare?

Nu.

C.4. Care sunt principalele riscuri specifice valorilor mobiliare?

Mai jos se regăsesc principalele riscuri specifice valorilor mobiliare:

- În prezent, nu există o piață secundară de tranzacționare pentru Acțiuni și este posibil să nu se dezvolte sau să nu fie sustenabilă o piață de tranzacționare secundară activă pentru Acțiuni
- Volatilitatea prețurilor Acțiunilor și lichiditatea pot afecta performanța investițiilor în Societate
- Interesele acționarilor semnificativi ai Emitentului pot intra în conflict cu interesele altor acționari
- Este posibil ca Societatea să întâmpine dificultăți în respectarea cerințelor de informare permanentă care le revin societăților listate sau ar putea să suporte costuri suplimentare
- Riscul unei posibile anulări a Majorării de Capital Social și/sau a Ofertei
- Acțiunile Oferite ar putea să nu fie o investiție corespunzătoare pentru toți investitorii
- Acțiunile pot fi suspendate sau retrase de la tranzacționare pe Bursa de Valori București
- Acțiunile pot fi afectate de volatilitatea prețului de piață, iar prețul de piață al acestora poate

scădea în mod disproporționat, ca urmare a unor evenimente care nu au legătură cu performanța activității Societății

- *Acționarii Societății ar putea decide să nu distribuie dividende în viitor*
- *Deținătorii de Acțiuni pot fi afectați de riscul de schimb valutar*


Secțiunea D – Informații esențiale privind oferta publică de valori mobiliare și/sau admiterea la tranzacționare pe o piață reglementată

D.1. Care sunt condițiile și calendarul pentru a investi în această valoare mobilă?

a) Clauzele și condițiile generale

Oferta cuprinde o ofertă de până la 83.500.000 Acțiuni Oferite pentru subscrierea a până la 69.500.000 Acțiuni Noi de către Societate și vânzarea de către Acționarul Vânzător a până la 14.000.000 Acțiuni Existente. Managerului de Stabilizare i s-a acordat o Opțiune de Supra-Alocare de către Acționarul Vânzător pentru a permite măsuri de stabilizare, dacă este cazul, în temeiul căreia acesta poate să supra-aloce până la 8.350.000 Acțiuni Supra-Alocate. Oferta este împărțită în două Tranșe ale Ofertei, după cum urmează: (i) o Tranșă a Ofertei constând într-un număr inițial de până la 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul inițial de Acțiuni Oferite) adresată prin intermediul unei oferte publice în România Investitorilor de Retail („Tranșa Investitorilor de Retail”); și (ii) o Tranșă a Ofertei care constă într-un număr inițial de până la 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul de Acțiuni Oferite) adresată Investitorilor Instituționali din afara Statelor Unite ale Americii în baza Regulamentului S („Tranșa Investitorilor Instituționali”). „Investitor Instituțional” înseamnă (a) un „investitor calificat”, conform definiției din Articolul 2(e) din Regulamentul privind Prospectul sau (b) o „contraparte eligibilă” în sensul Directivei 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE (reformare), sau (c) un „investitor calificat” astfel cum este definit în Articolul 2(e) din Regulamentul privind Prospectul, întrucât face parte din dreptul intern al Regatului Unit în virtutea Legii privind (Retragerea din) Uniunea Europeană din 2018, astfel cum a fost modificat, sau (d) o instituție echivalentă a cărei subscriere în Ofertă nu ar constitui o încălcare a legii sau regulamentelor aplicabile și care nu este localizată în nicio jurisdicție în care extinderea sau disponibilitatea Ofertei (și orice altă tranzacție preconizată prin aceasta) ar încălca orice lege sau reglementare aplicabilă; și „Investitor Retail” înseamnă orice persoană fizică sau juridică (cu sau fără personalitate juridică) care nu întrunește criteriile de mai sus pentru a fi calificată drept Investitor Instituțional. Acțiunile Oferite sunt oferite la Intervalul Prețului de Ofertă de 1,875 RON – 2,135 RON per Acțiune Oferită. Investitorii de Retail trebuie să subscrie pentru Acțiunile Oferite la prețul fix de 2,135 RON per Acțiune Oferită (adică limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă). Investitorii Instituționali pot subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite la orice preț din cadrul Intervalului Prețului de Ofertă (inclusiv la limita inferioară și cea superioară a Intervalului Prețului de Ofertă). Pasul de preț (i.e., valoarea minimă cu care poate varia Prețul de Ofertă) aferent subscrierilor pentru Acțiunile Oferite realizate de către Investitorii Instituționali este de 0,010 RON. Prețul Final de Ofertă la care Acțiunile Oferite vor fi alocate Investitorilor Instituționali va fi stabilit de Societate și Acționarul Vânzător în urma consultării cu Intermediarul după închiderea Perioadei de Ofertă și va fi făcut public la Data Alocării. Investitorii de Retail au dreptul la o reducere de 5% din Prețul Final de Ofertă („Prețul Final de Ofertă Redus”) pentru cererile depuse în mod valabil în primele trei (3) Zile Lucrătoare ale Perioadei de Ofertă (respectiv până la 25 mai 2026 inclusiv); pentru evitarea oricăror neclarități, în funcție de nivelul Prețului Final de Ofertă, Prețul Final de Ofertă Redus poate fi sub nivelul inferior al Intervalului Prețului de Ofertă. Dimensiunea finală a fiecărei Tranșe a Ofertei va fi stabilită de Acționarul Vânzător împreună cu Societatea, la recomandarea Intermediarului, în temeiul nivelului de subscrieri primite de la investitori, după încheierea Perioadei de Ofertă, și va fi făcută publică la Data Alocării. Acțiunile Oferite subscribe vor fi alocate investitorilor la Data Alocării în baza deciziei comune a Societății și a Acționarului Vânzător, la recomandarea Intermediarului. La recomandarea Intermediarului, Societatea și Acționarul Vânzător pot decide în comun să realoce Acțiunile Oferite din oricare Tranșă a Ofertei în cealaltă Tranșă a Ofertei – ceea ce poate conduce ca Tranșa Investitorilor de Retail să reprezinte fie (1) mai mult de 50% (însă nu mai mult de 70%) din Acțiunile Oferite vândute sau, dimpotrivă, (2) mai puțin de 50% din Acțiunile Oferite vândute (însă nu mai puțin de 30% din Acțiunile Oferite) (însă o asemenea realocare din Tranșa Investitorilor de Retail în Tranșa Investitorilor Instituționali va avea loc doar în cazul în care nivelul de subscriere în Tranșa Investitorilor de Retail este sub 100%).



b) Calendar
Subscrierile se pot face începând cu data de 21 mai 2026 până la data de 28 mai 2026 inclusiv (“ Perioada de Ofertă ”). Alte date cheie referitoare la Ofertă includ: Data Alocării (29 mai 2026); Data Tranzacției (2 iunie 2026); Data Decontării (4 iunie 2026). Toate aceste date se bazează pe ora locală a Bucureștiului și pot suporta modificări, conform prevederilor din prezentul Prospect.
c) Admiterea la tranzacționare
Bursa de Valori București a emis acordul de principiu pentru admiterea Acțiunilor la tranzacționare pe Piața Reglementată a Bursei de Valori București (“ Admiterea ”). După finalizarea Ofertei, Societatea intenționează să se adreseze Bursei de Valori București pentru obținerea aprobării finale pentru Admitere. În cazul în care sunt admise și atunci când vor fi admise la tranzacționare la Bursa de Valori București, Acțiunile vor fi înregistrate cu ISIN ROE1N5GQPH38 și se vor tranzacționa sub simbolul TRIPF . 
d) Distribuirea Ofertei
Investitorii Instituționali pot subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite prin intermediul Intermediarului Ofertei, cu care a încheiat un contract de servicii de investiții financiare, pe baza ordinelor emise în cadrul serviciilor de investiții uzuale și prin orice mijloace de comunicare stabilite printr-un astfel de contract, fără a fi obligați să depună niciun Formular de Subscriere sau documente de identificare. Investitorii Instituționali care nu au încheiat un contract de servicii de investiții financiare cu Intermediarul pot subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite numai dacă depun un Formular de Subscriere și documentele de identificare aplicabile la Intermediar. Investitorii de Retail pot subscrie pentru Acțiunile Oferite pe parcursul întregii Perioade de Ofertă, în timpul programului normal de lucru al Intermediarului/Participanților Eligibili/Grupului de Distribuție cu excepția ultimei Zile Lucrătoare a Perioadei de Ofertă (respectiv 28 mai 2026), când subscrierile vor fi acceptate doar până la 12:00 (ora României). Investitorii de Retail pot subscrie pentru Acțiunile Oferite prin intermediul BT Capital Partners S.A. - la sediul său din Bulevardul 21 Decembrie 1989, Nr. 77, Et. 2, Cluj-Napoca 400603, Cluj, România și prin rețeaua sa de agenții; la unitățile Băncii Transilvania S.A. sau ale oricărui Participant Eligibil din lista publicată pe pagina de internet a Bursei de Valori București, la sediul său autorizat respectiv sau astfel cum este convenit prin contractul de servicii de investiții financiare încheiat între respectivul Investitor de Retail și Intermediarul/ Participantul Eligibil relevant, dacă este cazul.
e) Cuantumul și diluarea imediată rezultate în urma Ofertei
În cazul în care sunt subscribe toate Acțiunile Noi, capitalul social al Societății va fi majorat cu un număr de 69.500.000 acțiuni ordinare, cu o valoare nominală de 0,1 RON fiecare și o valoare nominală totală de 6.950.000 RON, reprezentând o majorare de aproximativ 46,33% față de nivelul capitalului social al Societății la data prezentului Prospect. Sub rezerva Încheierii cu Succes a Ofertei și cu condiția ca toate Acțiunile Oferite (și toate Acțiunile Supraalocate) să fie subscribe în mod valabil de către investitori în Ofertă, în urma Ofertei, participația Acționarului Vanzător se va reduce de la 148.500.000 Acțiuni (reprezentând 99% din capitalul social al Societății) la 126.150.000 Acțiuni (reprezentând 57,47% din capitalul social al Societății), reflectând atât diluarea rezultată ca urmare a emisiunii Acțiunilor Noi, cât și efectul vânzării Acțiunilor Existente și Acțiunilor Supra-Alocate în Ofertă. În cazul OXFORD INVESTMENT ALLIANCE S.R.L., diluarea imediată rezultată ca urmare a emisiunii Acțiunilor Noi, aplicată Acțiunilor deținute direct în Societate, în număr de 1.500.000 Acțiuni, va fi egală cu 31,66% (deținerea de 1.500.000 Acțiuni reprezentând 0,68% din capitalul social majorat al Societății, față de 1% din capitalul social al Societății de la data prezentului Prospect).
f) Estimarea costurilor totale ale Ofertei
Cheltuielile totale în legătură cu Oferta și Admiterea (inclusiv acordarea comisionului de bază și a comisionului discreționar către Intermediar) vor fi suportate de Societate și Acționarul Vanzător și totalul acestora este estimat la 4,43 milioane RON, prezumând plasarea tuturor Acțiunilor Oferite și un Preț de Ofertă la limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă, fiind repartizat astfel: suma de 3,36 milioane RON va fi suportată de Societate, iar suma de 1,07 milioane RON de către Acționarul Vanzător.
D.2. Cine este ofertantul?
Christian'76 Tour S.A., o societate pe acțiuni constituită conform legislației din România. Societatea a

fost înființată în anul 1997, constituită conform legislației din România, fiind înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului București cu nr. J1997005529405 și având codul unic de înregistrare 9617078. Sediul social al Societății este situat în România, B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1, București. Denumirea legală și comercială a Societății este Christian '76 Tour S.A. Numărul de telefon de la sediul social al Societății este +0219247.

CPM Cambridge Holding S.R.L., o societate organizată și care funcționează în conformitate cu Legea Societăților din România. Acționarul Vanzător a fost înregistrat în 2025 la Oficiul Național al Registrului Comerțului cu numărul de înregistrare J2025088681004 și având codul unic de înregistrare 52929427. Sediul Acționarului Vanzător este situat în Strada Alba Iulia, Nr. 5, mezanin, lot 3, Bloc I4, Sector 3, București, România. Numărul de telefon de la sediul social al Acționarului Vanzător este +0219247.

D.3. De ce a fost elaborat acest prospect?

a) Utilizarea și cuantumul net estimat al veniturilor

Prezumând plasarea tuturor Acțiunilor Oferite, Societatea estimează că, la limita inferioară și la limita superioară a Intervalului de Preț al Ofertei, veniturile nete pentru Societate s-ar ridica la aproximativ 127,36 milioane RON și, respectiv, la aproximativ 145,03 milioane RON. Societatea nu va încasa niciun fel de fonduri din vânzarea Acțiunilor Oferite de către Acționarul Vanzător în cadrul Ofertei.

Societatea va folosi fondurile obținute din Ofertă, respectiv cele obținute în urma subscrierii de Acțiuni Noi pentru scopuri precum fuziuni și achiziții, investiții în tehnologie și digitalizare, investiții în capacități operaționale și optimizarea capitalului de lucru, consolidarea brandului Christian Tour prin dezvoltarea programelor de fidelizare și întărirea distribuției prin mai multe canale. Utilizarea fondurilor va fi realizată în acord cu obiectivele strategice și cu prioritățile de investiții aprobate de organele de conducere ale Emitentului.

b) Oferta face sau nu obiectul unui contract de plasament sau subscriere

Oferta nu face obiectul unui contract de plasament sau subscriere din partea Intermediarului în baza unui angajament ferm; prin urmare, nicio parte a Ofertei nu intră sub incidența unui astfel de acord.

c) Indicație a conflictelor de interese referitoare la Ofertă sau la Admiterea la tranzacționare

Intermediarul este o societate de servicii de investiții financiare care oferă servicii complete, implicată în diverse activități, care pot include furnizarea de servicii de tip investment banking și de consultanță financiară. În cursul obișnuit al activității, este posibil ca Intermediarul și afiliații săi să se fi implicat în trecut în tranzacții cu, și au furnizat o serie de servicii de tip investment banking, servicii bancare comerciale, servicii de consultanță financiară și/sau de altă natură pentru Societate, Acționarul Vanzător și afiliații acestora în mod periodic, în schimbul cărora au încasat onorariile obișnuite și rambursarea cheltuielilor. Intermediarul și afiliații acestuia pot furniza în viitor, în mod periodic, astfel de servicii Societății și Acționarului Vanzător, precum și afiliaților acestora în cursul obișnuit al activității, în schimbul cărora pot încasa onorariile obișnuite și rambursarea cheltuielilor. În cursul obișnuit al diferitelor lor activități comerciale, Intermediarul și afiliații acestuia pot deține o gamă largă de investiții și pot tranzacționa în mod activ titluri de creanță și de capital (sau valori mobiliare derivate conexe) și instrumente financiare (care pot include swap-uri pe riscul de credit) în cadrul Societății, Acționarului Vanzător și afiliaților respectivi ai acestora în nume propriu și pe seama clienților acestora și pot deține în orice moment poziții lungi și scurte pentru astfel de valori mobiliare și instrumente financiare. În plus, afiliații Intermediarului sunt sau pot fi în viitor creditori și, în unele cazuri, agenți sau manageri pentru creditori, în cadrul anumitor facilități de credit și altor acorduri de credit ale Societății, Acționarului Vanzător sau afiliaților acestora. În calitatea lor de creditori, acești creditori pot, în viitor, să solicite o reducere a unui angajament de împrumut față de Societate, Acționarul Vanzător sau afiliații respectivi ai acestora sau să impună cerințe incrementale de stabilire a prețurilor sau de garantare privind astfel de facilități sau acorduri de credit, în cursul obișnuit al activității. În plus, în cazul existenței unei relații de creditare cu Societatea, Acționarul Vanzător sau afiliații respectivi ai acestora, afiliații Intermediarului își pot acoperi în mod obișnuit expunerea la credit față de Societate, Acționarul Vanzător sau afiliații respectivi ai acestora în conformitate cu politicile lor obișnuite de gestionare a riscurilor; o astfel de strategie tipică de acoperire împotriva riscurilor ar include afiliații respectivi care acoperă o astfel de expunere prin încheierea de tranzacții care constau fie în achiziționarea de swap-uri pe riscul de credit, fie în crearea de poziții scurte pentru valorile mobiliare ale Societății, ale Acționarului Vanzător sau ale afiliaților acestora. Intermediarul și afiliații respectivi ai acestuia pot, de asemenea, să facă recomandări de investiții și/sau să publice sau să exprime opinii de cercetare independente cu privire la astfel de valori

mobiliare sau instrumente financiare și pot deține sau recomanda clienților să achiziționeze poziții lungi și/sau scurte pentru astfel de valori mobiliare și instrumente financiare. În plus, Intermediarul și afiliații acestuia pot încheia acorduri de finanțare (inclusiv acorduri swap, warrante sau contracte pentru diferențe) cu investitorii, în legătură cu care Intermediarul (sau afiliații respectivi ai acestuia) pot, în mod periodic, să achiziționeze, să dețină sau să cedeze Acțiuni. Intermediarul nu intenționează să dezvăluie dimensiunea oricărei astfel de investiții sau tranzacții, altfel decât în conformitate cu orice obligație legală sau de reglementare în acest sens.



FACTORI DE RISC

Oferța și o investiție în Acțiunile Oferite presupun un grad ridicat de risc. Înainte de a lua decizia de a investi în Acțiunile Oferite trebuie să analizați cu atenție următoarele informații referitoare la aceste riscuri, împreună cu celelalte informații incluse în acest Prospect, inclusiv în Situațiile Financiare Auditate. Oricare dintre următoarele riscuri ar putea avea, individual sau împreună, un efect negativ semnificativ asupra activității, situației financiare și rezultatelor operaționale sau perspectiveilor Societății, ceea ce ar putea conduce la scăderea prețului de tranzacționare al Acțiunilor, iar dumneavoastră ați putea pierde investiția în totalitate sau parțial.

Societatea a descris riscurile și incertitudinile pe care conducerea sa le consideră semnificative la data prezentului Prospect, însă este posibil ca aceste riscuri și incertitudini să nu fie singurele cu care se confruntă Societatea. Riscuri și incertitudini suplimentare, inclusiv cele despre care Emitentul nu are cunoștință în prezent sau pe care le consideră ne semnificative, ar putea avea efecte prezentate mai sus. Potențialii investitori trebuie să aibă în vedere că valoarea Acțiunilor Oferite și orice venituri din acestea (dacă există) pot scădea sau pot crește și că este posibil ca investitorii să nu-și recupereze investiția inițială. Astfel, potențialii investitori trebuie să acorde o atenție specială evaluării riscurilor implicate și trebuie să decidă individual dacă o astfel de investiție este oportună, având în vedere aceste riscuri.

Factorii de risc prezentați în acest document sunt organizați în categorii în funcție de natura lor (cel mai semnificativ factor de risc fiind menționat primul în fiecare categorie în funcție de evaluarea actuală a Emitentului privind probabilitatea apariției sale și magnitudinea preconizată a impactului negativ al acestuia). Ordinea în care sunt prezentate celelalte riscuri nu reflectă neapărat măsura în care acestea se pot manifesta sau magnitudinea relativă a potențialului impact negativ semnificativ al acestora asupra activității, rezultatelor operaționale, situației financiare și perspectiveilor Societății.

Riscuri referitoare la industria în care activează Societatea și impactul pe care acestea le pot avea asupra acesteia

Cererea pentru produsele noastre depinde de industria turismului, care poate fi afectată în mod semnificativ de condițiile economice generale și de alți factori care nu se află sub controlul nostru. Scăderea sau perturbarea activității din industria turismului ar putea afecta în mod negativ activitatea, situația financiară și rezultatele operaționale ale companiei noastre.

Veniturile noastre sunt direct corelate cu nivelul general al activității turistice, care, la rândul său, depinde în mare măsură de nivelul cheltuielilor discreționare ale consumatorilor. Cheltuielile discreționare tind să scadă în perioade de recesiune economică sau în alte situații în care veniturile disponibile sunt afectate negativ. Având în vedere că o parte semnificativă a cheltuielilor pentru călătorii, atât de agrement (care reprezintă piața noastră principală), cât și de afaceri, este discreționară, aceste cheltuieli pot scădea sau pot crește într-un ritm mai lent în perioadele de dificultăți economice.

Recesiunile economice, volatilitatea piețelor financiare, creșterea șomajului, inflația, instabilitatea geopolitică sau alte evoluții macroeconomice nefavorabile, la nivel global sau regional, pot reduce capacitatea financiară a turiștilor și a clienților corporativi și pot conduce la diminuarea cererii pentru produsele noastre. Astfel de condiții au afectat în trecut și ar putea afecta și în viitor cererea pe piețele pe care ne desfășurăm activitatea.

Deși ne așteptăm ca piața turismului și a călătoriilor să înregistreze o creștere pe termen lung, în anumite perioade pot apărea încetiniri ale creșterii sau scăderi ale cererii, determinate de slăbiciuni economice sau de incertitudini financiare. O reducere a cheltuielilor pentru călătorii și servicii turistice, fie în Europa, fie pe alte piețe relevante pentru activitatea noastră, ar putea avea un impact negativ semnificativ asupra activității, situației financiare și rezultatelor operaționale ale companiei noastre.

Activitatea noastră ar putea fi afectată negativ de evenimente care influențează siguranța și libertatea de circulație a călătorilor și care se află în afara controlului nostru, precum pandemii, dezastru naturale, instabilitatea politică și socială, conflictele armate, incidentele de securitate sau crizele sanitare.

Industria turismului este deosebit de sensibilă la riscurile legate de siguranță, sănătate și mobilitate. Activitatea noastră ar putea fi afectată negativ de producerea unor evenimente precum accidente legate de

transport (inclusiv prăbușiri de aeronave cauzate de erori umane sau tehnice), incidente de terorism reale sau potențiale, instabilitate politică sau socială, conflicte regionale, condiții meteorologice extreme sau dezastre naturale (precum uragane, cutremure, tsunami sau nori de cenușă vulcanică), precum și de apariția unor epidemii sau pandemii.

În acest sens, pandemia de COVID-19 a avut un impact sever și fără precedent asupra industriei turismului la nivel global, inclusiv în Europa și în România. În contextul pandemiei COVID-19, autoritățile naționale și internaționale au impus, pentru perioade îndelungate, măsuri restrictive precum închiderea temporară a frontierelor, suspendarea sau reducerea semnificativă a zborurilor, restricții de circulație, carantină obligatorie, cerințe de testare sau vaccinare, precum și măsuri de distanțare socială. Aceste măsuri au condus la o reducere drastică a mobilității internaționale și interne, la anulări masive de rezervări, la amânarea sau anularea vacanțelor planificate și la scăderea semnificativă a cererii pentru servicii turistice.

Pandemia de COVID-19 a afectat, de asemenea, lanțul de furnizare a serviciilor turistice, inclusiv activitatea companiilor aeriene, a unităților de cazare, a operatorilor de transport și a altor furnizori de servicii, generând perturbări operaționale, costuri suplimentare și presiuni asupra lichidității operatorilor din industrie. În anumite perioade, activitatea turistică a fost parțial sau total suspendată, ceea ce a avut un impact negativ semnificativ asupra veniturilor și rezultatelor operaționale ale companiei noastre.

În contextul pandemiei de COVID-19, volumul de vânzări al produselor Emitentului a scăzut în anul 2020 la aprox. 153 mil. lei, față de 520 mil. lei în 2019.

Deși restricțiile impuse în contextul pandemiei COVID-19 au fost ulterior relaxate, iar cererea pentru servicii turistice s-a redresat, nu există nicio garanție că nu vor apărea în viitor noi valuri de infecție, variante ale virusului sau alte crize sanitare similare, care ar putea determina reintroducerea unor măsuri restrictive sau alte limitări privind călătoriile.

Apariția unor evenimente similare în viitor, aflate în afara controlului nostru, ar putea conduce la o scădere semnificativă a cererii pentru produsele noastre de călătorie. În funcție de amploarea, severitatea și durata acestora, precum și de momentul în care se produc, astfel de evenimente, individual sau cumulate cu alți factori care afectează siguranța călătoriilor, ar putea avea un impact negativ semnificativ asupra activității, situației financiare și rezultatelor noastre operaționale, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung.

În plus, având în vedere caracterul sezonier al activității noastre, apariția oricăruia dintre evenimentele descrise mai sus în perioadele de vârf ale sezonului turistic sau în momentele în care clienții iau decizii privind rezervarea vacanțelor ar putea amplifica în mod disproporționat efectele negative ale unor astfel de evenimente și, în consecință, ar putea afecta în mod semnificativ și negativ activitatea sau performanța noastră financiară.

Conflictul militar izbucnit la sfârșitul lunii februarie 2026 între Statele Unite ale Americii, Israel și Republica Islamică Iran, în urma unei campanii de lovituri aeriene asupra Iranului, s-a extins rapid la o confruntare regională de amploare, implicând și state din Golful Persic, inclusiv Emiratele Arabe Unite și orașul-globul Dubai. În primele zile ale conflictului, Iranul a lansat rachete balistice și drone asupra teritoriului Emiratelor, iar pentru protecția infrastructurii civile și militare, sistemele antiaeriene ale UAE au interceptat un număr mare de proiectile; deși majoritatea au fost neutralizate, resturile și atacurile au cauzat pagube materiale și victime civile.

Aceste evoluții au generat volatilitate accentuată pe piețele financiare, creșteri ale prețurilor la energie și perturbări în transportul aerian și lanțurile de aprovizionare, afectând, de asemenea, hub-urile logistice și financiare din Dubai și regiune. Instabilitatea geopolitică și riscul de extindere a ostilităților către alte state din Golf sau către rute comerciale cheie creează un mediu de incertitudine economică și de percepție de risc sporită pentru investitori, ceea ce poate influența negativ activitatea economică și perspectivele de dezvoltare ale companiei.

De asemenea, conflictul armat declanșat în Ucraina în februarie 2022 a generat și continuă să genereze un nivel ridicat de instabilitate geopolitică și incertitudine economică în regiune, cu efecte negative asupra industriei turismului din Europa Centrală și de Est, inclusiv din România. Războiul din Ucraina a determinat creșteri semnificative ale prețurilor la energie și combustibili, majorarea costurilor de transport și operare pentru furnizorii din industria turismului, perturbări ale lanțurilor de aprovizionare, precum și o

creștere a inflației, toate acestea afectând puterea de cumpărare a consumatorilor și nivelul cheltuielilor discreționare pentru călătorii. De asemenea, percepția sporită de risc de securitate în regiune, precum și proximitatea geografică a României față de zona de conflict, pot influența negativ deciziile de călătorie ale turiștilor, în special ale celor internaționali, ceea ce poate conduce la o scădere a cererii pentru serviciile oferite de Emitent. Aceste evoluții au afectat și pot continua să afecteze activitatea, situația financiară și rezultatele operaționale ale Emitentului, atât direct, prin reducerea volumului de rezervări și creșterea costurilor, cât și indirect, prin impactul asupra partenerilor și furnizorilor săi din industria turismului.

Activitatea, situația financiară și rezultatele noastre operaționale ar putea fi afectate negativ dacă unul sau mai mulți dintre furnizorii noștri principali, cum ar fi companiile aeriene, suferă o deteriorare a situației financiare sau își restructurează operațiunile.

O parte semnificativă a veniturilor noastre este influențată de tarifele, prețurile și disponibilitatea produselor oferite de furnizorii noștri, inclusiv companiile aeriene, hotelurile și furnizorii de servicii de închiriere auto. Deși Societatea beneficiază de parteneriate solide cu diverși furnizori de servicii care fac parte din ecosistemul integrat al Societății, orice schimbare nefavorabilă în condițiile comerciale practicate de acești furnizori sau de alți furnizori sau orice perturbare a activității acestora (de exemplu, supraz rezervări, neconformități în serviciile livrate la destinație), ar putea avea un impact negativ asupra activității, situației financiare și rezultatelor noastre operaționale. Activitatea noastră este, în consecință, expusă riscurilor asociate evoluțiilor economice și operaționale din piețele pe care își desfășoară activitatea furnizorii noștri.

O parte substanțială a veniturilor noastre depinde de vânzarea produselor de transport aerian, ceea ce ne expune riscurilor specifice industriei aviatice. Industria transportului aerian continuă să fie caracterizată de un grad ridicat de volatilitate și de procese de consolidare, fiind afectată de factori precum creșterea costurilor cu combustibilul și energia, probleme ce țin de indisponibilitatea aeronavelor (defecțiuni, întârzieri în livrare, lipsa echipajelor, etc.), majorarea taxelor aeroportuare și a tarifelor de utilizare a spațiului aerian, constrângeri de capacitate, modificări ale rețelelor de rute, lipsa personalului calificat, greve sau conflicte de muncă, precum și de intervenții sau reglementări impuse de autorități. Multe dintre aceste evoluții se află în afara controlului nostru.

În mod particular, industria aviației este expusă riscurilor geopolitice care afectează deja lanțurile globale de aprovizionare cu combustibil și stabilitatea operațională a transportului aerian. Escaladarea conflictelor din Orientul Mijlociu, inclusiv tensiunile din zona Golfului Persic și riscurile asociate securității rutelor maritime strategice (precum Strâmtoarea Ormuz), a contribuit la creșteri semnificative și la o volatilitate accentuată a prețurilor petrolului și, implicit, ale combustibilului pentru aviație. Aceste evoluții au determinat deja majorarea costurilor operaționale pentru companiile aeriene și pot continua să exercite presiuni suplimentare asupra acestora.

În același timp, contextul geopolitic actual a generat și continuă să genereze perturbări operaționale, inclusiv restricții de spațiu aerian, modificări sau ocoliri ale rutelor de zbor, creșterea duratei curselor și reducerea capacității disponibile. Aceste aspecte au condus, în anumite cazuri, la ajustarea frecvenței zborurilor, suspendarea unor rute și creșterea tarifelor biletelor de avion. În consecință, aceste evoluții au avut și pot continua să aibă un impact negativ asupra cererii pentru produsele de călătorie comercializate de Societate, precum și asupra activității, situației financiare și rezultatelor operaționale ale acesteia. Fluctuațiile prețurilor biletelor de avion și ale altor servicii de călătorie pot avea efecte mixte asupra activității noastre. Deși scăderile de preț pot stimula cererea, acestea pot conduce, în același timp, la reducerea nivelului comisioanelor obținute de Emitent. În mod similar, creșterile semnificative ale prețurilor pot reduce cererea pentru produse de călătorie. Efectul net al acestor evoluții asupra veniturilor și profitabilității noastre este dificil de anticipat.

În ultimii ani, industria aviației a fost afectată de restructurări, consolidări, reduceri de capacitate și, în anumite cazuri, de insolvențe sau încetări ale activității unor operatori aeriene, în special în rândul companiilor de dimensiuni mici și medii. În cazul în care unul sau mai mulți dintre furnizorii noștri importanți de servicii aeriene ar înceta să opereze, ar intra în insolvență sau ar reduce semnificativ capacitatea disponibilă, iar noi nu am putea identifica furnizori alternativi în condiții comerciale comparabile, activitatea noastră ar putea fi afectată negativ. Consolidarea suplimentară a industriei aviatice ar putea conduce, de asemenea, la o reducere a concurenței, la limitarea opțiunilor disponibile pentru consumatori și la creșterea tarifelor, cu un impact negativ asupra cererii pentru produsele de călătorie și, implicit, asupra activității Societății.

Activitatea noastră prezintă fluctuații sezoniere semnificative, astfel încât comparațiile între rezultatele trimestriale consecutive pot să nu reflecte corect performanța companiei.

Veniturile și rezultatele noastre operaționale au variat în trecut și este probabil să continue să varieze de la un trimestru la altul, ca urmare a sezonității specifice turismului organizat.

În mod tipic, trimestrul trei al anului (iulie–septembrie) reprezintă vârful de sezon, corespunzător sejururilor charter de vară în destinații populare. În restul anului, trimestrul 1 și trimestrul 4 reflectă sezonitatea secundară, cu programe de tip „Winter Sun” și destinații exotice (de exemplu Maldive, Dubai, Kenya, Thailanda), programe de iarnă și sporturi de iarnă (Snow Mission, ski), city break-uri și circuite de primăvară sau toamnă, precum și programul Senior Voyage în extrasezon. O proporție substanțială a veniturilor noastre nete provine din rezervările de zboruri, recunoscute în general la momentul rezervării, accentuând impactul sezonității asupra rezultatelor.

Sezonalitatea influențează și aspectele operaționale ale Societății, inclusiv:

- cash-flow-ul, întrucât încasările sunt concentrate în perioadele de „early booking” și în lunile de vârf, în timp ce plățile către furnizori sunt eșalonate;
- nivelul stocurilor de produs, cum ar fi locurile charter și alocațiile hoteliere contractate, care trebuie vândute într-o fereastră de timp limitată;
- dimensionarea resurselor umane, cu necesarul de personal suplimentar în vânzări, operațiuni și suport pe durata sezonului de vârf;
- riscul de neutilizare a capacității, în cazul în care cererea este mai scăzută decât estimările, ceea ce poate conduce la locuri goale pe zboruri sau în hoteluri.

Deși Societatea abordează sezonalitatea prin mai multe strategii (de exemplu, diversificarea portofoliului de produse în extrasezon, campanii de early booking, promoții last minute pentru a valorifica locurile rămase aproape de data plecării, linia de credit de tip revolving etc.), acest caracter al industriei turismului în care operează Societatea o expune la o serie de riscuri, precum:

- veniturile și marjele pot fi mai mici decât previziunile în perioadele de cerere scăzută;
- fluxurile de numerar pot fi insuficiente pentru a acoperi obligațiile către furnizori în perioadele de vârf, dacă rezervările nu se realizează conform estimărilor;
- resursele umane suplimentare angajate pentru sezonul de vârf pot genera costuri fixe semnificative, care nu sunt compensate în cazul cererii mai reduse;
- capacitatea nevândută (locuri goale pe zboruri sau camere hotel) poate determina pierderi financiare directe;
- comparabilitatea rezultatelor trimestriale și anuale poate fi limitată, afectând evaluarea performanței și planificarea strategică.

Riscuri juridice și de reglementare

Activitatea noastră este strict reglementată, iar nerespectarea legislației aplicabile, modificările legislative sau incertitudinile de natură juridică pot avea un impact negativ semnificativ asupra activității, situației financiare, rezultatelor operaționale și reputației noastre.

Operăm într-un sector puternic reglementat, fiind supuși unui ansamblu complex de reglementări, inclusiv legislației din domeniul turismului, normelor de protecție a consumatorilor, reglementărilor fiscale, regulilor de concurență, precum și cerințelor aplicabile comerțului electronic și prelucrării datelor cu caracter personal. Activitatea și performanța noastră financiară pot fi afectate negativ de modificări nefavorabile ale cadrului legislativ și de reglementare existent, de interpretarea sau aplicarea acestuia de către autorități, precum și de adoptarea unor noi reglementări aplicabile activităților noastre.

În special, modificările sau înăsprirea legislației europene și naționale privind pachetele de servicii turistice, protecția consumatorilor, transparența prețurilor, rambursările, obligațiile de informare și

răspunderea față de clienți pot conduce la creșterea costurilor de conformare, la impunerea unor obligații suplimentare sau la limitarea anumitor modele comerciale, inclusiv a celor digitale sau de tip OTA (Online Travel Agency). De asemenea, modificările regulilor sau politicilor IATA (International Air Transport Association (Asociația Internațională a Transportului Aerian)) ori ale altor organisme relevante din industrie pot afecta condițiile în care ne desfășurăm activitatea.

Activitatea noastră online este, de asemenea, supusă unui număr în creștere de legi, reglementări și decizii ale autorităților sau instanțelor, care vizează, printre altele, protecția datelor cu caracter personal, securitatea plăților, utilizarea instrumentelor de plată, publicitatea online, conținutul digital, responsabilitatea pentru activitățile terților, precum și impozitarea comerțului electronic. În anumite jurisdicții în care operăm sau în care ne extindem, pot exista restricții privind procesarea plăților cu cardul sau cerințe suplimentare legate de securitatea și localizarea datelor, ceea ce poate limita flexibilitatea operațională și poate genera costuri suplimentare.

Creșterea atenției autorităților de reglementare asupra protecției consumatorilor și intensificarea controalelor și a măsurilor de aplicare a legii pot conduce la investigații, proceduri administrative sau judiciare, inclusiv din partea autorităților de concurență, a autorităților de protecție a consumatorilor sau a altor organisme de reglementare. Rezultatul unor astfel de proceduri poate include amenzi, sancțiuni, obligații de despăgubire, restricții operaționale sau măsuri corective, precum și un impact reputațional negativ, care ar putea afecta încrederea clienților și a partenerilor comerciali.

Nerespectarea legislației aplicabile sau percepția publică negativă privind modul în care gestionăm relația cu consumatorii ne poate expune, pe lângă sancțiuni financiare, și unui risc reputațional semnificativ, care poate avea efecte adverse asupra cererii pentru produsele și serviciile noastre. În plus, în situația în care legislația nu este aplicată în mod uniform tuturor participanților din piață, costurile noastre de conformare ne pot plasa într-o poziție competitivă dezavantajoasă față de alți operatori.

Datorită operațiunilor noastre internaționale și strategiei de extindere în noi piețe geografice, suntem supuși unor regimuri de reglementare diferite, care pot fi complexe sau chiar conflictuale. Respectarea cerințelor legale dintr-o jurisdicție poate genera obligații suplimentare sau dificultăți de conformare în alta, crescând complexitatea operațională și costurile asociate. În plus, intrarea pe noi piețe poate presupune obținerea de licențe, autorizații sau îndeplinirea unor cerințe fiscale și de reglementare cu care nu suntem familiarizați, existând riscul apariției unor obligații sau consecințe juridice neprevăzute.

Pentru a gestiona aceste riscuri, am implementat și dezvoltăm în mod continuu o structură dedicată de Quality & Compliance, precum și politici și proceduri interne menite să asigure conformitatea cu legislația aplicabilă. Totuși, nu poate exista nicio garanție că aceste măsuri vor fi suficiente pentru a preveni toate riscurile de conformitate sau impactul negativ al unor modificări legislative viitoare.

Este posibil ca Societatea să nu poată menține sau obține licențele, permisele și aprobările necesare pentru activitatea sa

Operațiunile Societății necesită anumite licențe, permise și aprobări de reglementare, care pot fi supuse anumitor condiții. Deși Societatea a reușit în trecut să obțină și să mențină aceste licențe, permise și aprobări atunci când a fost necesar, este posibil ca în viitor autoritățile relevante să nu mai emită deloc sau să nu mai extindă aceste licențe, permise sau aprobări sau să nu le mai poată emite sau extinde în timp util sau în condiții acceptabile pentru Societate. Pierderea oricăreia dintre licențele sale, o suspendare temporară a acestora, o încălcare a termenilor unei licențe de către Societate sau neobținerea oricăror licențe suplimentare necesare în viitor din orice motiv ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra activității, rezultatelor operațiunilor și/sau situației financiare a Societății.

Societatea ar putea fi expusă la scurgeri de date cu caracter personal și la încălcări ale securității datelor cu caracter personal

Societatea colectează, stochează și utilizează date cu caracter comercial sau personal referitoare la clienți sau angajați și parteneri contractuali, care se află sub protecție contractuală sau legală la nivel național și european. Deși Societatea își propune să aplice măsuri de prevenire în vederea protejării datelor clienților și angajaților în conformitate cu cerințele legale aplicabile, posibile scurgeri de informații, încălcări sau alte nerespectări ale legislației privind protecția datelor cu caracter personal pot avea loc în viitor sau este posibil să fi avut loc deja.

Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date ("GDPR") nu prevede concret ce măsuri tehnice și organizatorice ar trebui puse în aplicare de către un operator, dar stabilește un standard relativ ridicat pentru măsurile de securitate care ar trebui să fie concepute și implementate în vederea evitării încălcărilor securității datelor cu caracter personal. GDPR prevede că un operator poate fi sancționat cu amendă nu numai pentru existența unei încălcări a securității datelor, ci și pentru nerespectarea obligației sale de a pune în aplicare măsuri adecvate în legătură cu gestionarea riscurilor de securitate.

În cazul în care apar încălcări ale legislației privind protecția datelor, acestea pot atrage amenzi asupra Societății (care pot fi chiar egale cu cea mai mare valoare dintre 4% din cifra de afaceri anuală și 20 milioane EUR), cereri de despăgubire, urmărirea penală a angajaților și a managerilor, daune aduse reputației și pierderea clienților, cu un potențial efect negativ semnificativ asupra activității, perspectivelor, rezultatelor operațiunilor și poziției financiare ale Societății.

Societatea poate fi afectată de modificări negative ale sistemelor fiscale sau de decizii nefavorabile ale autorităților fiscale sau de modificări ale tratatelor, legilor sau interpretărilor fiscale

Societatea este subiectul unor diferite taxe, impozite și alte impuneri guvernamentale, precum impozitul pe profit, taxa pe valoare adăugată sau contribuții sociale. În România, perioadele fiscale durează 5 ani. Ultima inspecție fiscală la nivelul Societății a avut loc în anul 2025, aceasta fiind o inspecție generală pentru perioada 2019 - 2024.

Legile și reglementările fiscale pot fi supuse unor modificări, iar interpretarea și aplicarea legii fiscale pot fi, de asemenea, modificate.

În România au avut loc schimbări semnificative relativ frecvente în sistemul de impozitare, ceea ce generează incertitudini fiscale semnificative. Modificările frecvente ale legislației fiscale și interpretările contradictorii sau ambigue și care se schimbă frecvent de către autoritățile fiscale sunt dificil de prevăzut pentru Societate și, prin urmare, Societatea poate fi nepregătită pentru aceste modificări. Diferențele dintre rezultatele interpretărilor date de autoritățile fiscale și interpretările sau ipoteze de la nivelul Societății, sau modificările viitoare ale unor astfel de interpretări sau ipoteze ar putea determina ajustări viitoare ale veniturilor și cheltuielilor impozabile înregistrate și ar putea genera dobânzi și penalități pentru plăți întârziate.

Societatea se poate confrunta cu creșteri ale taxelor de plătit în cazul în care ratele de impozitare cresc sau în cazul în care legile sau reglementările fiscale sunt modificate de către autoritățile competente într-un mod negativ.

Astfel de modificări ale impozitelor sau impunerea de penalități ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra fluxurilor de numerar, activităților, perspectivelor, rezultatelor operațiunilor și poziției financiare ale Societății, pentru orice perioadă de raportare afectată.

Cadrul legal din România este în continuă dezvoltare, ceea ce ar putea crea un mediu nesigur pentru activitatea economică și pentru investiții

Incertitudinile referitoare la sistemul juridic și judiciar din România ar putea avea un efect negativ asupra economiei și, astfel, ar putea crea un mediu nesigur pentru investiții și pentru activitatea economică. Sistemul juridic din România a suferit schimbări dramatice în ultimii ani, ca urmare a aderării sale la Uniunea Europeană ("UE") și, în general, pentru a fi armonizat cu cel al țărilor cu sisteme juridice mai dezvoltate. În multe cazuri, interpretarea și aspectele procedurale ale noilor sisteme juridice și de reglementare sunt încă în curs de elaborare, ceea ce poate duce la promulgarea de noi legi, la modificări ale legilor existente, la aplicarea neunitară a legilor și reglementărilor existente și la incertitudine în ceea ce privește aplicarea și efectul noilor legi și reglementări. În general, în jurisdicțiile precum cea de la nivelul României, hotărârile judecătorești nu au efect de precedent sau au un efect de precedent limitat și, prin urmare, instanțele nu sunt ținute de hotărârile judecătorești anterioare pronunțate în situații identice sau similare, ceea ce poate duce la o aplicare neunitară a legislației în soluționarea unor litigii identice sau similare. În plus, în anumite circumstanțe, este posibil să nu poată fi obținute în timp util sau să nu poată fi obținute deloc remediile legale prevăzute de legile și reglementările relevante.

Credibilitatea sistemului poate fi periclitată de problemele ridicate cu privire la integritatea funcționarilor și demnitarilor publici, precum și de cazurile de corupție la nivel înalt. Lipsa de certitudine juridică sau imposibilitatea de a obține remedii legale eficiente în timp util, precum și oricare dintre problemele de mai sus care afectează sistemul juridic din România pot avea un efect negativ semnificativ asupra activității, poziției financiare, perspectivelor și rezultatelor operațiunilor Societății.

Societatea face sau ar putea face în viitor obiectul unor proceduri judiciare, iar deciziile judecătorești nefavorabile pot conduce la amenzi, obligații de despăgubire sau alte sancțiuni, ceea ce poate genera publicitate negativă Societății și poate avea un efect negativ semnificativ asupra poziției financiare a Societății

Societatea este implicată și ar putea fi implicată și în viitor în litigii în cursul normal al activității, ceea ce poate duce la cereri de despăgubire, amenzi sau alte sancțiuni asupra acesteia. Societatea poate fi grav afectată de alte revendicări, reclamații și litigii contractuale sau necontractuale (inclusiv de drept administrativ și alte aspecte de drept public), inclusiv din partea partenerilor contractuali, de clienți, concurenți sau autorități de reglementare, precum și de alte tipuri de publicitate negativă pe care le pot atrage.

Rezultatele procedurilor juridice, administrative și de reglementare nu pot fi prevăzute cu certitudine. Chiar dacă astfel de proceduri sunt soluționate în cele din urmă în favoarea Societății, acestea pot deturna un volum semnificativ din resursele și timpul angajaților Societății sau pot conduce la publicitate negativă, în detrimentul activității și reputației Societății. În plus față de expunerea financiară potențială cu care se poate confrunta Societatea în legătură cu astfel de proceduri, orice litigiu, indiferent dacă este sau nu de succes, ar putea afecta în mod semnificativ reputația Societății pe piață sau relațiile cu clienții sau furnizorii săi, iar procedurile sau tranzacțiile în legătură cu litigiile pot implica costuri interne și externe care pot, chiar și în cazul finalizării cu succes a unei proceduri relevante, să nu fie rambursabile integral, să deturneze timpul conducerii executive sau să utilizeze alte resurse care ar fi utilizate în alt scop în activitatea Societății. Fiecare dintre aceste consecințe suplimentare ale litigiilor ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra activității, situației financiare, rezultatelor operațiunilor, fluxurilor de numerar și perspectivelor Societății.

Este posibil ca Societatea să nu poată să detecteze sau să prevină conduita etică necorespunzătoare sau încălcările legislației aplicabile în materie de anticorupție comise de angajații săi, de partenerii săi contractuali sau de alți terți

Societatea a implementat politici, proceduri și sisteme proprii de monitorizare și control în ceea ce privește respectarea dispozițiilor privind combaterea corupției, spălarea banilor și sancțiunile economice, având la dispoziție la nivel intern și un cod de conduită în afaceri. Controalele interne puse în aplicare pentru a preveni și a identifica încălcările acestor politici și proceduri pot fi eludate de persoane în măsură să execute controalele interne atribuite. Nu există garanția că angajații, contrapărțile sau alți terți implicați în activitățile Societății nu vor încălca politicile și procedurile sale de conformitate sau orice alte legi aplicabile în viitor care ar putea implica Societatea, și este posibil ca Societatea să nu fie întotdeauna în măsură să detecteze sau să prevină orice astfel de abatere sau încălcare a legilor, inclusiv a legilor anticorupție.

Orice astfel de incidente de conduită etică necorespunzătoare sau de nerespectare a legilor aplicabile pot duce la pierderi semnificative suferite de Societate, pot supune Societatea la amenzi semnificative, pot împiedica Societatea să participe la anumite proiecte sau activități, pot duce la pierderea încrederii în Societate de către publicul larg și/sau contrapărțile contractuale sau pot conduce la alte consecințe, inclusiv, dar fără a se limita la, încetarea anumitor funcții comerciale sau a contractelor existente care, la rândul lor, pot determina un efect negativ semnificativ asupra activității Societății, a rezultatelor operațiunilor și a situației financiare.

Riscuri privind activitatea Societății

Ne desfășurăm activitatea într-un mediu din ce în ce mai competitiv și suntem supuși unor riscuri legate de concurență care pot afecta negativ performanța noastră.

Ne desfășurăm activitatea într-un mediu extrem de competitiv, iar performanța noastră poate fi afectată negativ de presiuni concurențiale din partea diverselor categorii de participanți pe piața turismului (a se

vedea *Activitatea Societății. Poziționare Concurențială*). Afacerile noastre se desfășoară într-o industrie caracterizată de schimbări rapide, digitalizare accelerată și așteptări ridicate ale consumatorilor.

Factorii care influențează succesul competitiv al afacerilor noastre includ prețurile și ofertele pentru clienți, disponibilitatea produselor turistice, recunoașterea și reputația mărcii, eficiența achiziției de clienți, calitatea serviciului clienți, ușurința utilizării platformelor noastre, taxele percepute călătorilor, accesibilitatea și fiabilitatea serviciilor.

Concurența include, printre altele:

- agenții de turism online („OTA”): ne confruntăm cu competiție directă din partea unor agenții de turism online consacrate sau emergente, care pot oferi produse mai atractive pentru clienți și furnizori, inclusiv prin prețuri mai reduse, pachete all-inclusive, oferte exclusive, programe proprii de loialitate sau acces preferențial la inventar. În zona serviciilor digitale și a produselor individuale (în special bilete de avion, city-break-uri dinamice și cazare), concurența este reprezentată de agenții online cu model predominant de agregare și distribuție digitală, precum Vola.ro, eSky și Direct Booking. Pe piețele noi în care intenționăm să ne extindem, pot exista deja OTA cu poziții consolidate și notorietate ridicată. În acest context, deși Emitentul are în vedere extinderea activității către un model de tip OTA, ca parte a strategiei sale de digitalizare, nu există nicio garanție că Emitentul va putea concura în mod eficient cu operatorii OTA deja stabiliți, ceea ce ar putea afecta negativ capacitatea sa de a atrage clienți, cota de piață și rezultatele operaționale.
- furnizori de servicii turistice: companii aeriene, hoteluri și furnizori de închirieri auto pot concentra vânzările pe propriile site-uri web, limitând disponibilitatea produselor prin intermediul platformelor noastre. Acești furnizori pot oferi prețuri mai mici sau pachete atractive direct clienților, ceea ce poate redirectiona cererea de la site-urile noastre.
- companii care operează platforme de agregare și comparare a ofertelor, portaluri online și motoare de căutare.
- site-uri de socializare și aplicații mobile: platformele precum Facebook sau aplicațiile mobile pentru smartphone și tabletă au crescut importanța căutărilor și rezervărilor de călătorii pe dispozitive mobile. Orice întârziere în adaptarea tehnologică sau în adoptarea de soluții mobile poate afecta competitivitatea noastră.

Pe măsură ce piața evoluează, tendințele de digitalizare, convergența metasearch – OTA și adoptarea rapidă a aplicațiilor mobile pot amplifica presiunea concurențială și pot determina scăderea cererii pentru produsele noastre, afectând negativ veniturile, marjele și rezultatele operaționale ale Societății.

Dacă Societatea nu continuă să inoveze și să ofere instrumente digitale eficiente călătorilor, aceasta ar putea să nu mai rămână competitivă, iar veniturile și rezultatele sale operaționale ar putea fi afectate negativ.

Succesul Societății depinde în mod semnificativ de capacitatea sa de a inova continuu și de a oferi instrumente digitale eficiente, intuitive și relevante pentru călători, atât prin intermediul platformelor online, cât și al aplicațiilor mobile. Industria turismului este caracterizată de un ritm accelerat al inovației tehnologice, iar principalii concurenți – inclusiv agenții de turism online consacrate și furnizori direcți de servicii turistice – investesc constant în dezvoltarea de funcționalități avansate, experiențe personalizate, soluții bazate pe date și automatizare, precum și în integrarea inteligenței artificiale în procesele de căutare, ofertare și rezervare.

În plus, creșterea accelerată a utilizării dispozitivelor mobile pentru căutarea și rezervarea serviciilor de călătorie intensifică presiunea concurențială. Companii care controlează ecosisteme tehnologice dominante dispun de resurse financiare și tehnologice semnificativ superioare și de acces privilegiat la utilizatori prin intermediul sistemelor de operare, magazinelor de aplicații și canalelor proprii de distribuție. În măsura în care aceste companii sau alte platforme tehnologice majore își extind sau favorizează propriile servicii de călătorie, vizibilitatea și competitivitatea Societății ar putea fi afectate negativ.

Pentru a rămâne competitivă, Societatea trebuie să dezvolte și să mențină aplicații mobile performante pentru principalele sisteme de operare, care să ofere funcționalități comparabile cu cele disponibile pe

platformele desktop și care să răspundă așteptărilor tot mai ridicate ale utilizatorilor în materie de viteză, ușurință în utilizare și personalizare. În acest sens, parte din strategia Societății vizează extinderea și consolidarea vânzărilor Societății în mediul online, prin implementarea modelului de tip OTA, ceea ce presupune o dependență tot mai crescută de platformele digitale (de exemplu, platforma internă Sphinx, portalul de rezervări b2b.christiantour.ro, Abuela.ro). Acest proces implică investiții semnificative, resurse specializate și riscuri de implementare. În cazul în care Societatea nu reușește să dezvolte, să lanseze sau să îmbunătățească în mod eficient aceste soluții digitale, există riscul pierderii cotei de piață în favoarea concurenților mai avansați din punct de vedere tehnologic.

Ca urmare, Societatea este nevoită să aloce în mod constant resurse importante pentru cercetare și dezvoltare, modernizarea infrastructurii IT și securitatea sistemelor informatice. Nicio garanție nu poate fi oferită că aceste investiții vor genera rezultatele scontate. În cazul în care Societatea nu va reuși să inoveze într-un ritm adecvat sau să răspundă eficient schimbărilor tehnologice și preferințelor consumatorilor, activitatea, rezultatele operaționale și situația sa financiară ar putea fi afectate negativ.

Societatea se poate confrunta cu creșteri ale costurilor cu forța de muncă și cu ocuparea forței de muncă

Costurile cu forța de muncă și ocuparea forței de muncă ale Societății pot crește în viitor sau pot crește mai rapid decât se așteaptă, ca urmare a majorărilor salariului minim, a activismului sporit al forței de muncă, decrete guvernamentale și modificări ale normelor privind contribuțiile sociale și de pensii menite să reducă deficitele bugetare guvernamentale sau să sporească beneficiile sociale pentru angajați. Este posibil ca Societatea să nu poată compensa creșterile costurilor forței de muncă și ale ocupării forței de muncă prin creșterea productivității sau prin transferarea acestor creșteri către clienții săi. În cazul în care costurile forței de muncă și ale ocupării forței de muncă vor crește în viitor, costurile operaționale ale Societății vor crește, ceea ce ar putea, în cazul în care Societatea nu poate recupera aceste costuri de la clienții săi prin creșterea prețurilor de vânzare sau compensarea acestora prin câștiguri de productivitate sau alte măsuri, să aibă un efect negativ semnificativ asupra activității, poziției financiare și rezultatelor operațiunilor Societății.

Este posibil ca Societatea să nu poată angaja sau reține personal calificat suficient, inclusiv membri ai echipei de conducere superioară

Succesul operațional al Societății și capacitatea acesteia de a-și realiza planul de dezvoltare depind de abilitățile, competențele și experiența conducerii superioare și ale altor salariați esențiali (de exemplu, agenți de vânzări, ghizi sau personal operativ). Conducerea superioară de la nivelul Societății are un grad de implicare semnificativă în operațiunile zilnice și sunt, în același timp, obligați să ia decizii strategice, să asigure implementarea lor, să gestioneze și să supravegheze dezvoltarea Societății. Personalul experimentat și competent este greu de găsit, iar Societatea se confruntă cu o concurență semnificativă în ceea ce privește recrutarea de astfel de personal. Pierderea sau plecarea oricărui membru al echipei de conducere a Societății ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra activității, perspectivelor, poziției financiare și rezultatelor operațiunilor și Societatea este posibil să nu fie în măsură să atragă și să păstreze persoane cu un nivel similar de experiență sau expertiză.

Deși Societatea a implementat măsuri de natură a reține personalul său, precum adoptarea de programe dedicate în cadrul Christian Academy pentru ghizi, agenți, însoțitori de grup și personal operațional, cu componentă de formare continuă, respectiv politici de HR și programe de dezvoltare menite să consolideze retenția, nu există nicio garanție că aceste măsuri se vor dovedi eficiente pe termen lung. Orice imposibilitate a Societății de a angaja sau reține un număr suficient de angajați experimentați, capabili și de încredere, în special cei în funcții de conducere cu calificări profesionale corespunzătoare, sau de a recruta sau reține personal tehnic și profesional calificat în ritmul dezvoltării Societății ar putea avea drept rezultat o diminuare a atenției acordate priorităților organizaționale, o execuție deficitară a operațiunilor, o incapacitate de a identifica și executa potențiale inițiative strategice ca, de exemplu, extinderea capacităților sau chiar costuri mai ridicate, în cazul în care Societatea este nevoită să externalizeze o parte dintre activitățile sale. Materializarea oricăruia dintre aceste evenimente ar putea avea efecte negative semnificative asupra activității, situației financiare și rezultatelor operațiunilor Societății.

Eforturile Societății de a păstra clienții existenți și de a atrage noi clienți ar putea să nu fie la fel de eficiente ca până în prezent sau aceasta ar putea fi supusă unor daune reputaționale determinate de factori interni sau externi

Societatea a investit semnificativ în dezvoltarea și comercializarea mărcii sale, notorietatea mărcii sale fiind în strânsă legătură cu percepția pieței asupra calității produselor și serviciilor Societății.

Dacă Societatea nu își promovează și nu își susține marca prin marketing și alte instrumente, este posibil să nu reușească să păstreze clienții existenți sau să atragă clienți noi pentru a menține sau dezvolta afacerea Societății.

În cazul în care clienții Societății sunt nemulțumiți de serviciul pentru clienți pe care îl primesc și de experiența lor generală, aceștia pot reduce sau înceta achiziționarea produselor Societății, ceea ce ar avea un efect negativ semnificativ asupra afacerii, situației financiare, rezultatelor operațiunilor și perspectivelor Societății.

Mai mult, în cazul în care Societatea nu ar aborda în mod corespunzător orice cerere de răspundere pentru serviciile sale pentru clienți, atunci marca sa ar putea suferi daune reputaționale (cum ar fi publicitate, evaluări și recenzii negative sau comentarii negative pe rețelele sociale).

Incapacitatea de a gestiona riscurile legate de reputația sa din orice motiv ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra afacerii, perspectivelor, situației financiare și rezultatelor operațiunilor Societății, relațiilor comerciale cu partenerii săi și ar putea afecta implementarea cu succes a planului său de afaceri.

Este posibil ca Societatea să nu poată pune în aplicare cu succes strategia sa de afaceri și planurile sale de investiții de capital

Performanța financiară viitoare și succesul Societății depind de capacitatea sa de a-și implementa strategia de afaceri și de a gestiona cu succes creșterea și extinderea. Acest lucru se bazează pe anumite ipoteze de management și estimări ale evoluțiilor preconizate. De asemenea, realizarea unei astfel de creșteri și extinderi necesită resurse manageriale, financiare și operaționale semnificative. Rezultatele operaționale viitoare ale Societății depind în mod semnificativ de capacitatea sa de a continua să implementeze, să dezvolte și să îmbunătățească în timp util sistemele operaționale, financiare și informatice, de a implementa un control intern adecvat asupra raportării financiare și a controalelor și procedurilor privind furnizarea de informații și de a extinde, instrui, stimula și gestiona personalul cheie de conducere și forța de muncă. Cu toate acestea, nu pot fi acordate asigurări conform cărora Societatea va fi capabilă să-și implementeze cu succes strategia sau că acest lucru va susține sau va îmbunătăți și nu va afecta rezultatele operațiunilor Societății. În același timp, creșterea istorică a veniturilor sau extinderea operațiunilor ar putea să nu indice performanța viitoare, iar Societatea ar putea să nu își atingă obiectivele de creștere.

Incapacitatea de a gestiona cu succes proiectele de creștere și extindere din cauza oricărui dintre acești factori sau a altor factori poate duce la creșterea costurilor, la scăderea calității serviciilor oferite, având ca rezultat o profitabilitate scăzută, care poate afecta semnificativ perspectivele, activitatea, poziția financiară și rezultatele operațiunilor Societății.

Societatea este expusă riscurilor pe care le presupune utilizarea sistemelor de tehnologie a informației (IT) în operațiunile sale

Eficiența activității Societății depinde într-o măsură semnificativă de sistemele sale IT, deoarece Societatea se bazează din ce în ce mai mult pe astfel de sisteme pentru a gestiona eficient operațiunile sale, dar și pentru comunicare internă și externă. Mai mult, parte din strategia Societății vizează extinderea și consolidarea vânzărilor Societății în mediul online, prin implementarea modelului de tip OTA, ceea ce presupune o dependență tot mai crescută de platformele digitale (de exemplu, platforma internă Sphinx, portalul de rezervări b2b.christiantour.ro, Abuela.ro). Prin urmare, Societatea este din ce în ce mai expusă riscurilor de întrerupere a rețelei sau altor defecțiuni IT, încălcărilor privind securitatea cibernetică, publicarea neautorizată sau neintenționată a datelor din cauze precum criminalitatea informatică și defectele generale ale sistemelor IT, care pot afecta semnificativ operațiunile Societății și capacitatea de a genera venituri.

Problemele IT neanticipate, defectele de sistem, programele malware, utilizarea inadecvată intenționată/neintenționată a rețelelor Societății sau alte defecțiuni, precum și expirarea, încetarea sau anularea acordurilor cu furnizorii IT cheie ai Societății pot conduce la incapacitatea de a menține și proteja datele (inclusiv cele referitoare la clienții Societății) în conformitate cu cerințele și reglementările aplicabile și pot afecta calitatea serviciilor Societății, pot compromite confidențialitatea datelor sale (inclusiv cele referitoare la clienții Societății) sau pot cauza încetarea serviciilor, ceea ce poate duce la

amenzi și alte sancțiuni. În măsura în care orice defecțiuni ale sistemelor IT ale Societății compromit capacitatea sa de a satisface nevoile clienților, acest lucru ar putea duce la pierderea clienților.

Riscurile la adresa securității informațiilor au crescut, în general, în ultimii ani, parțial din cauza proliferării noilor tehnologii, creșterii gradului de complexitate și a activităților autorilor atacurilor cibernetice. Pe măsură ce amenințările cibernetice continuă să evolueze, Societatea cheltuiește fonduri suplimentare pentru a continua să-și îmbunătățească măsurile de securitate a informațiilor și pentru a putea investiga și remedia prompt orice vulnerabilități de securitate a informațiilor. În acest sens, Societatea dispune de o echipă de IT și tehnologie (Development, Admin și Help Desk), precum și de planuri de continuitate și recuperare în caz de incidente cibernetice (Business Continuity Plans (BCP) și Disaster Recovery Plans (DRP)). Cu toate acestea, este posibil ca Societatea să nu reușească să implementeze actualizările/îmbunătățirile necesare în timp util sau actualizările/îmbunătățirile pot să nu funcționeze așa cum a fost planificat. O defecțiune tehnologică poate determina un risc privind integritatea, calitatea sau competitivitatea produselor sau serviciilor Societății.

Relația Societății cu alte entități afiliate poate duce la conflicte de interese și riscuri de guvernare

Domnul Ion Cristian Pandel, în calitate de beneficiar real care controlează indirect Societatea, este, de asemenea, asociat sau acționar direct sau indirect în alte entități, precum AC United Travel S.R.L., Helolymp Construct S.R.L., Memento Air S.R.L., Memento Bus Company S.R.L., Memento International S.R.L. și Memento Management & Logistics S.R.L. Această structură de deținere poate genera potențiale conflicte de interese între Societate și respectivele entități afiliate Societății, în special în situațiile în care sunt încheiate tranzacții intra-grup sau sunt adoptate decizii comerciale, strategice ori operaționale care pot avea efecte diferite asupra acestor entități.

În acest context, există riscul ca anumite decizii să fie influențate de interesele beneficiarului real sau ale altor entități afiliate, și nu exclusiv de interesul Societății sau al acționarilor săi minoritari.

De asemenea, relațiile comerciale dintre părțile afiliate sunt reglementate prin contracte care stabilesc, printre altele, mecanisme de remunerare bazate pe comisioane (fără adaos comercial, deși sunt percepute anumite comisioane de intermediere), durata și termenii de plată.

La finalul anului 2025, valoarea tranzacțiilor dintre Societate și părțile afiliate s-a ridicat la 831,5 milioane RON, nivel determinat în principal de faptul că serviciile și produsele comercializate de Societate sunt facturate de anumite entități afiliate Societății (precum Memento Air S.R.L. și Memento International S.R.L.) și ulterior revândute de către Societate. Societatea și-a asumat angajamentul ferm ca, până la sfârșitul anului financiar 2027, toate activitățile strâns legate de activitatea sa de tour-operator și agenție de turism, desfășurate în prezent de către părțile afiliate ale Societății, să fie transferate în perimetrul de consolidare al Societății. Acest angajament acoperă, fără a se limita la, următoarele categorii de activități: (a) activitățile de intermediere a serviciilor de cazare; (b) activitățile de intermediere a serviciilor de transport aerian; (c) activitățile de revânzare de pachete și servicii turistice furnizate de alți operatori turistici și de Emitent; precum și (d) activitățile de închiriere de spații destinate agențiilor fizice sau altor puncte de lucru aferente activității turistice. Transferul acestor activități se va realiza fie în mod direct către Societate, fie prin intermediul unor filiale deținute și controlate de Societate, astfel încât respectivele activități să fie pe deplin consolidate în cadrul grupului coordonat de Societate. Obiectivul acestui proces de reorganizare îl constituie asigurarea transparenței operaționale și financiare a Emitentului, reducerea dependenței de tranzacțiile cu părțile afiliate, precum și alinierea structurii corporative a grupului la cele mai bune practici de guvernare corporativă. A se vedea și *Activitatea Societății. Integrare operațională și control asupra componentelor critice ale lanțului valoric.*

Deși odată cu admiterea Societății la tranzacționare, tranzacțiile semnificative ale Societății încheiate cu părțile afiliate (și anume, tranzacțiile a căror valoare individuală sau cumulată reprezintă mai mult de 5% din activele nete ale Societății, potrivit ultimelor raportări financiare individuale publicate de Societate) vor face obiectul atât unui raport ce va fi publicat de Societate, cât și unui raport întocmit de către auditorul financiar, nu poate fi exclusă posibilitatea ca aceste tranzacții să nu fie întotdeauna încheiate în condiții echivalente celor de piață (*arm's length*) sau că eventualele conflicte de interese să nu fie identificate și gestionate în mod adecvat.

Materializarea acestor riscuri ar putea avea un impact negativ asupra activității, situației financiare și rezultatelor operaționale ale Societății, precum și asupra percepției investitorilor privind standardele de guvernare corporativă ale acesteia.

Riscuri macroeconomice și geopolitice cu impact asupra Societății

Condițiile de afaceri și economia generală

Performanța financiară și operațională a Societății este strâns legată de condițiile economice generale și de climatul de afaceri, atât la nivel național, cât și internațional. În calitate de tur-operator, Societatea este expusă la fluctuațiile economice care pot influența comportamentul de consum al clienților.

Evenimentele recente de pe plan internațional au condus la o creștere a riscului de deteriorare rapidă a încrederii investitorilor în economiile emergente (precum România), cele mai importante fiind: (i) accentuarea tensiunilor geopolitice la nivel global, (ii) părăsirea UE de către Marea Britanie, (iii) pandemia COVID-19, (iv) conflictul armat în curs din Ucraina și (v) noul conflict dintre Israel și Hamas, respectiv Iran. În acest context, evoluțiile economice din principalele țări emergente (în special din China) și persistența problemelor întâmpinate de statele avansate în reluarea creșterii economice, contribuie la majorarea incertitudinilor privind evoluțiile viitoare ale economiei globale, cu implicații asupra volatilității fluxurilor de capital. Toate aceste condiții economice pot afecta puterea de cumpărare a consumatorilor și pot determina o scădere a cererii pentru serviciile Societății.

După o perioadă cu niveluri scăzute istorice ale ratelor dobânzilor (deoarece guvernele din întreaga lume au urmărit politici monetare expansioniste pentru a atenua impactul economic și social al pandemiei de COVID-19), trendul s-a inversat pe fondul creșterii ratelor inflației la nivel mondial care a declanșat o creștere rapidă a ratelor dobânzilor, ce ar putea avea un impact negativ asupra economiei.

În cazul unei deteriorări semnificative a condițiilor de afaceri sau a economiei generale, rezultatele financiare ale Societății, perspectivele de creștere și valoarea acțiunilor acestuia ar putea fi afectate, cu un impact direct asupra rentabilității și atractivității Societății pentru investitori.

Ostilitățile din țările vecine, cum ar fi acțiunea militară a Federației Ruse ("Rusia") în Ucraina sau din alte state din Europa de Est pot avea efecte negative asupra economiei României

Unele țări din Europa de Est au experimentat situații ostile cu țările vecine (cum ar fi războiul dintre Rusia și Ucraina). Instabilitatea politică și militară din regiune cauzată de invazia rusă a Ucrainei în februarie 2022, precedată de pierderea controlului asupra Peninsulei Crimeea în favoarea Rusiei și de conflictul din estul Ucrainei cu separatiștii prorusi în 2014, pot duce la condiții economice semnificativ nefavorabile, tulburări sociale sau confruntări militare pe scară largă în regiune sau în alte zone. Acțiunile forțelor militare ruse în Ucraina au escaladat tensiunile dintre Rusia și SUA, Organizația Tratatului Atlanticului de Nord ("NATO"), Uniunea Europeană ("UE") și Regatul Unit la un nivel fără precedent. SUA, UE și Regatul Unit au impus și este probabil să impună sancțiuni financiare și economice suplimentare semnificative și controale la export împotriva anumitor organizații și persoane din Rusia. Efectele acestor acțiuni au provocat și pot continua să provoace perturbări negative semnificative.

Efectele sunt în mare măsură imprevizibile și printre acestea se poate număra un efect negativ semnificativ asupra stabilității economice și financiare a României, fie direct, fie indirect. Efectele unui conflict militar sunt extrem de imprevizibile și pot avea efecte adverse extrem de semnificative asupra operațiunilor Societății, asupra întregii economii a României sau a Europei în ansamblu și printre acestea se pot număra diminuarea investițiilor din cauza incertitudinilor, sancțiuni economice suplimentare care pot avea un impact negativ asupra economiilor în care își desfășoară activitatea Societății, fluctuațiile valutare semnificative, fluxurile comerciale și de capital.

Alte conflicte politice, embargouri și interdicții reciproce sau unilaterale, activități militare, activități separatiste sau atacuri teroriste în viitor ar putea influența și mai mult economiile țărilor din Europa de Est prin perturbarea comunicațiilor, îngreunarea călătoriilor și descurajarea investițiilor străine. Astfel de tensiuni politice ar putea amplifica percepția că investițiile în companiile din regiunea Europei de Est implică un grad mai mare de risc. Acestea și alte efecte negative neprevăzute ale situațiilor de criză din regiune ar putea avea consecințe negative semnificative asupra activității, perspectivei, rezultatelor operaționale și situației financiare ale Societății.

Societatea este dependentă de evoluțiile economice, demografice și de piață din România, dar și din celelalte piețe internaționale relevante pentru activitatea sa de tur-operator

Societatea își desfășoară activitatea în principal în România, organizând și comercializând pachete turistice atât pe piața internă, cât și pe piețe externe. Prin natura activității sale, Societatea poate fi afectată

de evoluțiile economice, sociale, politice sau de piață din România sau din țările care reprezintă destinații turistice ori piețe sursă de turiști. Fluctuațiile în activitatea economică din România, precum și modificările privind puterea de cumpărare, nivelul veniturilor reale sau gradul de ocupare a forței de muncă pot afecta cererea pentru servicii turistice și, în consecință, veniturile Societății.

Creșterea datoriei suverane și/sau a deficitelor fiscale, precum și stagnarea sau scăderea nivelului Produsului Intern Brut ("PIB") în România pot conduce la retrogradări ale ratingurilor de credit ale țării sau pot genera riscul intrării în incapacitate de plată. Astfel de evoluții pot afecta indirect capacitatea Societății, a agențiilor parteneri, furnizorilor sau clienților să își îndeplinească obligațiile financiare, cu potențial impact negativ asupra fluxurilor de numerar și poziției financiare ale Societății.

Aspectele ce afectează Uniunea Europeană, precum presiunile migraționiste, instabilitatea geopolitică, posibilitatea ieșirii unor state membre din UE sau efectele continue ale ieșirii Regatului Unit din Uniunea Europeană pot avea impact asupra pieței muncii din regiune, asupra puterii de cumpărare, precum și asupra fluxurilor turistice, influențând indirect industria turismului din România și potențial activitatea Societății.

Factorii care afectează economia globală – precum crizele sanitare (ex. pandemia de COVID-19), creșterea cheltuielilor bugetare, inflația ridicată, majorările ratelor dobânzilor sau crizele de prețuri la energie și alte resurse – au afectat în trecut și pot afecta în viitor perspectivele economice din România, puterea de cumpărare a consumatorilor, disponibilitatea de a cheltui pe călătorii și accesul la finanțare. În lipsa unui sprijin adecvat din partea autorităților, ratele șomajului pot crește, iar companiile, inclusiv furnizorii din sectorul turismului (hoteluri, companii aeriene, transportatori, parteneri locali), s-ar putea confrunta cu dificultăți financiare sau insolvențe, ceea ce poate afecta disponibilitatea și calitatea serviciilor incluse în pachetele turistice ale Societății.

Deteriorarea condițiilor economice din România sau la nivel global, materializată prin creșterea șomajului sau diminuarea veniturilor reale, poate afecta capacitatea clienților și partenerilor contractuali de a-și respecta obligațiile către Societate, inclusiv de a achita pachetele turistice contractate. Oricare dintre aceste evoluții ar putea avea un impact negativ semnificativ asupra activității, rezultatelor operaționale, situației financiare și perspectivei Societății.

Incertitudinea politică și economică ar putea afecta negativ valoarea investițiilor în Acțiuni

În cursul istoriei sale recente, România a trecut prin schimbări majore. Au avut loc numeroase reforme politice și economice, însă economia României are în continuare slăbiciuni de natură structurală. Acestea includ dependența de exporturile din sectorul industrial, o populație îmbătrânită care va necesita cheltuieli guvernamentale mai mari pentru serviciile sociale în viitor și, din punct de vedere istoric, soldul deficitar al contului curent, precum și absorbția întârziată a fondurilor UE și lipsa anumitor reforme esențiale, fiecare dintre acestea putând afecta bonitatea României.

Mai mult, România a trecut prin perioade de instabilitate politică semnificativă. În special în ultimii ani, mediul politic din România a fost instabil, dominat de conflicte politice și sub presiunea semnificativă a protestelor masive de stradă. Conflictele dintre Guvern, Parlament și Președintele țării pot duce la tulburări politice și sociale, care ar putea împiedica elaborarea politicilor și duce la încetinirea dezvoltării economice și a reformelor instituționale.

În plus, economia românească este unul dintre cei mai mari beneficiari ai Mecanismului de Redresare și Reziliență al UE ("MRR"). Țările beneficiare ale MRR vor asista la creșterea proiectelor de investiții, la stimularea directă și indirectă a activității de creditare, care vor duce la creștere economică. Succesul dezvoltării în baza MRR depinde de reformele realizate la timp și de utilizarea fondurilor disponibile în cadrul programului. O stagnare a reformelor și lipsa absorbției sau suspendarea fondurilor din MRR pot duce la rezultate sub nivelul optim de creștere pentru economia românească, comparativ cu ceea ce se preconizează a fi realizabil pe termen mediu.

Țările din Europa de Est sunt supuse unor riscuri mai mari decât piețele mai dezvoltate, cu posibile efecte negative provocate de evoluțiile juridice, economice, fiscale și politice

Investitorii pe piețele emergente și de frontieră, precum România, trebuie să cunoască faptul că aceste piețe sunt supuse unor riscuri juridice, economice, fiscale și politice mai mari decât piețele mature, precum și unor schimbări rapide și uneori imprevizibile. În general, investiția în valori mobiliare ale

emitenților cu operațiuni substanțiale pe piețe emergente sau de frontieră, cum ar fi regiunea Europei de Est, implică un grad mai mare de risc decât investiția în valori mobiliare ale emitenților cu operațiuni substanțiale în țările din Europa de Vest sau în alte jurisdicții similare.

Schimbările în situația economică și politică dintr-o țară cu piață emergentă sau de frontieră pot avea un impact negativ direct sau indirect asupra altor economii similare. În contextul recent, România s-a confruntat cu o accentuare a instabilității politice, marcată de tensiuni între principalele partide, dificultăți în implementarea reformelor asumate prin Comisia Europeană și întâzieri în adoptarea unor măsuri fiscale structurale, pe fondul presiunilor legate de deficitul bugetar excesiv. Aceste evoluții sporesc incertitudinea privind direcția politicilor economice și fiscale pe termen mediu și lung.

Modificările frecvente ale cadrului fiscal din România continuă să reprezinte un factor de risc semnificativ. După schimbările majore introduse în 2024 (inclusiv obligativitatea generalizată a sistemului național de facturare electronică e-Factura), autoritățile au continuat în 2025–2026 procesul de consolidare fiscală prin majorări de taxe, extinderea bazei de impozitare și eliminarea unor facilități fiscale (inclusiv în sectoare precum IT, construcții sau agricultură). De asemenea, au fost intensificate controalele fiscale și digitalizarea raportărilor (e-Transport, SAF-T), ceea ce a crescut sarcina administrativă și costurile de conformare pentru companii. Astfel de modificări pot afecta capacitatea Societății de a-și menține planurile de afaceri pe termen lung și pot genera presiuni suplimentare asupra fluxurilor de numerar.

Volatilitatea piețelor financiare internaționale, combinată cu dezechilibrele macroeconomice interne (inflație persistentă, deficit bugetar ridicat și costuri crescute de finanțare), contribuie la creșterea percepției de risc asociate investițiilor în România. În acest context, există riscul reducerii investițiilor străine directe, ceea ce ar putea afecta lichiditatea economiei și ar putea determina autoritățile să adopte noi măsuri fiscale, inclusiv creșteri de impozite sau introducerea de taxe suplimentare.

Operațiunile Societății sunt expuse la riscuri comune tuturor regiunilor care au cunoscut sau înregistrează schimbări politice, economice și sociale semnificative, inclusiv fluctuații ale cursului de schimb, un mediu de reglementare în continuă schimbare, inflație, încetinire economică sau recesiune, perturbări ale pieței locale, conflicte de muncă, modificări ale veniturilor disponibile sau ale produsului intern brut, precum și fluctuații ale ratelor dobânzii. În plus, instabilitatea politică recentă poate afecta încrederea investitorilor și consumatorilor, amplificând volatilitatea economică.

Astfel de evoluții pot avea un impact negativ asupra industriei turismului din regiunea Europei de Est și, implicit, asupra activității Societății. Scăderea cererii, creșterea costurilor operaționale și incertitudinea economică pot diminua veniturile Societății, afectând în mod semnificativ activitatea, poziția financiară, perspectivele și rezultatele operațiunilor acesteia.

Corupția ar putea crea un climat de afaceri dificil în România

Corupția este unul dintre principalele riscuri cu care se confruntă companiile care desfășoară operațiuni comerciale în România. Mass-media internațională și locală, precum și organizațiile internaționale, au emis numeroase rapoarte de alertă cu privire la nivelurile de corupție. De exemplu, Indicele de percepție a corupției 2024 comunicat de Transparency International, care evaluează datele privind corupția în țările din întreaga lume și clasifică țările de la 1 (cel mai puțin corupt) la 180 (cel mai corupt), a clasat România pe locul 65 (2023: 63 pentru România).

În contextul acestei raportări, corupția afectează sistemele judiciare și unele dintre organele de reglementare și administrative din România, care pot fi relevante pentru activitatea Societății și ar putea avea un efect negativ asupra activității, perspectivelor, rezultatelor operațiunilor și situației financiare ale Societății.

Riscuri referitoare la Acțiunile Oferite

În prezent, nu există o piață secundară de tranzacționare pentru Acțiuni și este posibil să nu se dezvolte sau să nu fie sustenabilă o piață de tranzacționare secundară activă pentru Acțiuni

Anterior Ofertei, nu a existat nicio piață secundară de tranzacționare pentru Acțiuni. Nu pot fi acordate asigurări conform cărora se va dezvolta sau menține o piață secundară de tranzacționare lichidă pentru Acțiunile Oferite sau că prețul la care se vor tranzacționa Acțiunile Oferite pe piața reglementată

administrată de Bursa de Valori București ulterior Ofertei nu va fi mai mic decât Prețul Final de Ofertă sau, după caz, Prețul Final de Ofertă Redus.

Volatilitatea prețurilor Acțiunilor și lichiditatea pot afecta performanța investițiilor în Societate

Prețul acțiunilor societăților cotate la bursă poate fi foarte volatil, iar acțiunile acestora pot avea lichiditate limitată. Este posibil ca o piață activă de tranzacționare a Acțiunilor să nu se dezvolte, iar prețul de tranzacționare al Acțiunilor poate fluctua semnificativ. Este posibil ca investitorii să nu își poată recupera investiția inițială.

În afara faptului că poate fi afectat de rezultatele operaționale efective sau previzionate ale Societății, prețul de piață al Acțiunilor poate fluctua semnificativ ca urmare a unor factori independenți de voința Societății, inclusiv, printre altele: (i) rezultatele operațiunilor și rezultatele financiare ale acesteia sau cele ale altor companii din cadrul sectoarelor în care aceasta operează; (ii) modificări ale recomandărilor analiștilor de piață de capital cu privire la Acțiunile Societății, sau estimărilor privind câștigurile sau performanța financiară a Societății, a sectorului, sau neîndeplinirea așteptărilor analiștilor de piață de capital; (iii) fluctuații ale prețurilor și volumelor de pe piață și volatilitate generală a pieței; (iv) anunțuri făcute de către Societate sau clienții, furnizorii sau concurenții acesteia; (v) modificări ale legilor, normelor și regulamentelor aplicabile Societății, operațiunilor acesteia și operațiunilor în care Societatea are interese și implicarea în litigii; și (vi) condițiile economice și politice generale din România și la nivel global.

Condițiile pieței de capital sunt, de asemenea, afectate de mulți factori, precum perspectivele generale economice, politice sau legislative, evoluțiile sau perspectivele ratelor dobânzii și ale ratelor inflației, fluctuațiile cursului de schimb, prețurile mărfurilor, modificările atitudinii investitorilor față de anumite sectoare ale pieței și cererea și oferta de capital. Tranzacționarea Acțiunilor de către alți investitori, precum cumpărări sau vânzări de pachete mari de Acțiuni, poate afecta, de asemenea, prețul Acțiunilor. În consecință, este posibil ca prețul de piață al Acțiunilor să nu reflecte valoarea de bază a investițiilor Societății. Prețul la care investitorii pot dispune de Acțiunile lor în orice moment poate fi influențat de mai mulți factori, dintre care doar unii pot avea legătură cu Societatea, în timp ce alții ar putea fi independenți de controlul Societății. Investitorii nu trebuie să se aștepte că vor putea neapărat să obțină profit din investiția în Acțiuni, într-o perioadă de timp pe care o consideră rezonabilă. Rezultatele și perspectivele Societății pot fi, din când în când, sub nivelul așteptărilor analiștilor pieței și investitorilor, ceea ce ar putea avea un efect negativ asupra prețului de tranzacționare a Acțiunilor.

Interesele acționarilor semnificativi ai Emitentului pot intra în conflict cu interesele altor acționari.

Ca urmare a dreptului său de proprietate asupra Acțiunilor și a reprezentării sale în Consiliul de Administrație al Emitentului, Acționarul Vânzător are și va continua să aibă, direct sau indirect, capacitatea de a influența structura juridică și de capital a Emitentului, rezultatul votului în adunările generale ale acționarilor și alte decizii majore privind operațiunile Societății, inclusiv din perspectiva distribuirii de dividende sau a aprobării tranzacțiilor corporative importante.

Acționarul Vânzător poate avea alte interese de afaceri și societăți de portofoliu care pot intra în conflict cu interesele investitorilor în calitate de acționari (sau pot concura cu Societatea) și pot intra în conflict cu tranzacțiile potențiale pe care Societatea ar putea dori să le întreprindă. Nu pot fi acordate asigurări că interesele Acționarului Vânzător vor fi în concordanță cu interesele celorlalți acționari sau ale Societății sau că Acționarul Vânzător își va exercita drepturile în beneficiul tuturor acționarilor.

Este posibil ca Societatea să întâmpine dificultăți în respectarea cerințelor de informare permanentă care le revin societăților listate sau ar putea să suporte costuri suplimentare

Ca urmare a Admiterii la tranzacționare a Acțiunilor la Bursa de Valori București ("BVB"), Societatea are obligația de a menține controale interne eficiente și de a respecta obligații financiare și alte obligații de raportare suplimentare, precum elaborarea de situații financiare și alte rapoarte în temeiul normelor BVB și, respectiv, ale Autorității de Supraveghere Financiară ("ASF") privind obligațiile permanente. Capacitatea Societății de a raporta la timp necesită ca aceasta să aibă implementate controale și proceduri de raportare internă eficiente. Conducerea Societății nu are niciun fel de experiență în conducerea și operarea unei societăți listate care trebuie să respecte obligații permanente de raportare și de informare. Orice nerespectare sau respectare necorespunzătoare a obligațiilor permanente de raportare și de

informare ar putea determina aplicarea de amenzi sau alte sancțiuni de reglementare împotriva Societății, ceea ce ar putea afecta semnificativ activitatea, rezultatele operațiunilor și situația financiară ale Societății.

Societatea poate suporta, de asemenea, costuri semnificative pentru a asigura respectarea dispozițiilor privind guvernanta corporativă, obligațiile de transparență și cerințele contabile din România. În plus, este posibil ca Societatea să nu poată îndeplini la timp sau să nu poată îndeplini în totalitate cerințele de depunere și de raportare impuse de către ASF și de către BVB, ceea ce ar putea declanșa o scădere a prețului de tranzacționare al Acțiunilor.

Riscul unei posibile anulări a Majorării de Capital Social și/sau a Ofertei.

Hotărârile adoptate de AGA unei societăți pe acțiuni pot fi atacate în instanță de terți care justifică un interes. În plus, ofertele publice de acțiuni, precum Oferta, pot fi anulate în cazul în care condițiile de aprobare a Prospectului nu au fost respectate ori dacă decizia de aprobare emisă de ASF cu privire la Prospect este anulată.

În consecință, dacă hotărârea adoptată de AGEA pentru aprobarea Majorării de Capital Social sau actele subsecvente acesteia (inclusiv, dar fără a se limita la, decizia Consiliului de Administrație care constată finalizarea Ofertei) este declarată nulă sau dacă Oferta este anulată, Acțiunile Noi vor fi anulate, iar deținătorii acestora au dreptul să le fie rambursat prețul de subscriere de către Societate. Deținătorii Acțiunilor Noi anulate, care au achiziționat respectivele Acțiuni Noi în urma unei tranzacții pe piață la un preț mai mare decât prețul de subscriere vor suporta o pierdere echivalentă diferenței dintre prețul de achiziție al Acțiunilor Noi și prețul de subscriere al acestora. În plus, în cazul în care o instanță dispune suspendarea hotărârii AGEA care aprobă Majorarea de Capital Social, precum și orice hotărâri subsecvente acesteia ca urmare a unei cereri de anulare, indiferent că o astfel de anulare este sau nu dispusă, perioada de timp în care Acțiunile Noi nu vor fi livrate investitorilor și admise la tranzacționare se va extinde în mod corespunzător.

Acțiunile Oferite ar putea să nu fie o investiție corespunzătoare pentru toți investitorii.

Fiecare potențial investitor în Acțiunile Oferite trebuie să stabilească în ce măsură investiția respectivă este una corespunzătoare pentru propriile circumstanțe. În mod specific, fiecare potențial investitor ar trebui:

- să aibă cunoștințe și experiență suficiente pentru a face o evaluare proprie adecvată a avantajelor și beneficiilor de a face o investiție în Acțiunile Oferite;
- să aibă acces la, precum și cunoștințe despre instrumentele analitice adecvate pentru a evalua, în contextul situației sale financiare specifice, o investiție în Acțiunile Oferite precum și impactul pe care respectiva investiție îl va avea asupra portofoliului său investițional;
- să aibă resurse financiare și lichidități suficiente pentru a suporta toate riscurile unei investiții în Acțiunile Oferite; și
- să poată să evalueze (singur, sau cu ajutorul unui consultant specializat) posibile scenarii cu privire la factorii care ar putea afecta investiția și capacitatea sa de a suporta riscurile aferente.

Nu este recomandat potențialilor investitori să investească în Acțiunile Oferite decât dacă au experiență în a evalua (singuri sau cu ajutorul unui consultant specializat) modul în care Acțiunile Noi se vor comporta în contextul unor modificări de circumstanțe, care sunt efectele acestor modificări asupra valorii respectivelor Acțiuni Oferite și care este impactul pe care această investiție l-ar putea avea asupra portofoliului investițional general al potențialului investitor. Activitățile de investiții sunt supuse legilor și regulamentelor aplicabile privind investițiile și/sau analizei sau reglementărilor emise de anumite autorități, și fiecare potențial investitor ar trebui să discute cu consultantii săi specializați sau cu autoritățile de reglementare relevante.

Acțiunile pot fi suspendate sau retrase de la tranzacționare pe Bursa de Valori București

ASF dispune de autoritatea de a suspenda de la tranzacționare sau, de a solicita pieței reglementate să le suspende de la tranzacționare dacă situația emitentului respectiv este de asemenea natură încât continuarea tranzacționării ar afecta interesele investitorilor sau în măsura în care emitentul relevant și-ar încălca obligațiile care îi revin potrivit legilor și reglementărilor relevante privind valorile mobiliare. ASF dispune de autoritatea de a solicita BVB să suspende tranzacționarea valorilor mobiliare ale unui emitent, pe baza măsurilor luate împotriva manipulării pieței și a tranzacțiilor efectuate pe baza informațiilor privilegiate. BVB trebuie să suspende tranzacționarea valorilor mobiliare care nu îndeplinesc cerințele pieței reglementate, cu excepția cazului în care aceste acțiuni ar putea impacta negativ și semnificativ interesele investitorilor sau funcționarea corespunzătoare a pieței. Operatorul unei piețe reglementate are,

de asemenea, dreptul de a suspenda acțiuni de la tranzacționare în alte circumstanțe, în conformitate cu regulamentele sale. Orice suspendare ar putea afecta condițiile de tranzacționare a Acțiunilor.

De asemenea, în cazul în care Societatea nu îndeplinește anumite cerințe sau obligații potrivit legilor și reglementărilor aplicabile companiilor ale căror acțiuni sunt listate la BVB sau dacă sunt puse în pericol tranzacționarea obișnuită la bursă, siguranța tranzacționării pe aceasta sau interesele investitorilor, atunci, sub rezerva îndeplinirii anumitor condiții, Acțiunile pot fi retrase de la tranzacționare la BVB. Nu poate exista nicio garanție că asemenea evenimente nu vor avea loc în legătură cu Acțiunile. În cazul în care se materializează, toate aceste riscuri ar avea un efect negativ semnificativ asupra prețului Acțiunilor și asupra capacității investitorilor de a-și vinde Acțiunile la BVB.

Acțiunile pot fi afectate de volatilitatea prețului de piață, iar prețul de piață al acestora poate scădea în mod disproporționat, ca urmare a unor evenimente care nu au legătură cu performanța activității Societății.

Prețul de Ofertă nu indică prețul de piață al Acțiunilor după Admitere. Prețul de piață al Acțiunilor (inclusiv Acțiunile Oferite) poate fi volatil și poate fi afectat de fluctuații mari. Prețul de piață al Acțiunilor poate fluctua ca urmare a unui număr mare de factori, inclusiv, dar fără a se limita la, factorii menționați în acești "Factori de Risc", precum și ca urmare a unor variații de la o perioadă la alta a rezultatelor operaționale sau a modificărilor veniturilor sau ale oricăror estimări de profit realizate de Societate, participanții la industrie sau analiștii financiari. De asemenea, prețul de piață ar putea fi afectat în mod negativ de evenimente care nu au legătură cu performanța activității Societății, cum ar fi, de exemplu, performanța și prețul acțiunilor altor companii pe care investitorii le pot considera comparabile cu Societatea, speculații în presă sau în comunitatea investitorilor referitoare la Societate, articole de presă nefavorabile, acțiuni strategice ale concurenților (inclusiv achiziții și restructurări), modificări ale condițiilor de piață și legislative. Oricare dintre acești factori poate determina fluctuații semnificative ale prețului Acțiunilor (inclusiv Acțiunile Oferite), care ar putea duce la un randament negativ pentru investitori.

Acționarii Societății ar putea decide să nu distribuie dividende în viitor

Distribuția dividendelor, dacă este cazul, de către Societate către acționarii săi va depinde (în plus față de cerințele legislative aplicabile), printre alte lucruri, de profiturile viitoare ale Societății, de situația financiară și de cerințele de capital, de caracterul suficient al rezervelor distribuibile ale Societății, de alte restricții legale și contractuale, condiții de credit, condiții economice generale și alți factori pe care administratorii și/sau acționarii le consideră importante în momentul respectiv. Acționarii Societății pot decide să nu distribuie dividende în viitor, cu excepția procentajului de plată a dividendelor conform legii, iar acționarii străini pot fi afectați de restricții sau întâzieri în repatrierea câștigurilor lor din distribuțiile efectuate în contul Acțiunilor.

Deținătorii de Acțiuni pot fi afectați de riscul de schimb valutar

Prețul Acțiunilor pe piața BVB și orice posibil dividend pe care Societatea este posibil să îl distribuie sunt exprimate în RON. Investițiile efectuate de investitori care utilizează ca monedă de referință o valută diferită de RON sunt expuse la riscul de schimb valutar. Orice depreciere a RON în raport cu respectivele valute va reduce valoarea investițiilor în Acțiuni sau a oricărui posibil dividend distribuit de Societate.

INFORMAȚII IMPORTANTE PRIVITOARE LA PREZENTUL PROSPECT

Prezentul document este un prospect în sensul Regulamentului privind Prospectul.

Prezenta Ofertă nu constituie o ofertă de vânzare ori o solicitare a unei oferte de a cumpăra valori mobiliare în nicio jurisdicție în care o astfel de ofertă sau solicitare de ofertă ar fi ilegală. Acțiunile Oferite nu au fost și nu vor fi înregistrate potrivit Legii Valorilor Mobiliare sau la o altă autoritate de reglementare în domeniul valorilor mobiliare din orice stat sau jurisdicție din Statele Unite și nu pot fi oferite sau vândute în Statele Unite. Societatea și, după caz, Acționarul Vanzător (exclusiv în legătură cu informațiile referitoare la acesta) își asumă responsabilitatea pentru informațiile pe care prezentul Prospect le cuprinde. Potrivit cunoștințelor Societății și (exclusiv pentru informațiile referitoare la acesta) ale Acționarului Vanzător, prezentul Prospect conține toate informațiile cu privire la Societate și Acțiunile Oferite care sunt semnificative în contextul Ofertei și informațiile conținute în prezentul Prospect sunt în conformitate cu realitatea și nu omit nimic care poate afecta sensul acestor informații. Opiniile, ipotezele, intențiile, estimările și previziunile exprimate în prezentul Prospect cu privire la Societate sunt deținute în mod onest de către Societate, au fost obținute după examinarea tuturor circumstanțelor relevante și se bazează pe ipoteze rezonabile. Unele informații din prezentul Prospect au fost extrase din surse publice, inclusiv publicații independente din domeniu, cercetări și estimări interne, precum și din alte informații publice și Societatea nu a verificat în mod independent corectitudinea acestor informații și date și nu acceptă nicio responsabilitate cu privire la acestea.

Intermediarul nu își asumă nicio responsabilitate de niciun fel pentru conținutul prezentului Prospect, inclusiv pentru acuratețea, integralitatea și verificarea acestuia sau pentru orice altă declarație dată sau presupusă a fi dată de către aceștia sau în numele lor în legătură cu Societatea, Acționarul Vanzător, Acțiunile Oferite sau Oferta. Prin urmare, Intermediarul respinge, în măsura maximum permisă de legea aplicabilă, orice răspundere delictuală sau contractuală sau pe care ar putea să o aibă altfel în legătură cu prezentul Prospect sau cu orice asemenea declarație.

Nicio persoană nu este autorizată să ofere nicio informație sau să facă orice declarație cu privire la Societate, la Oferta sau la vânzarea Acțiunilor Oferite, cu excepția celor din prezentul Prospect, și, dacă o astfel de informație a fost dată sau o astfel de declarație a fost făcută, acestea nu trebuie să fie considerate ca fiind autorizate de către Societate, de Acționarul Vanzător sau de Intermediar. În cazul în care orice persoană pune la dispoziția oricărui investitor informații diferite sau neconcordante, respectivul investitor nu trebuie să se bazeze pe astfel de informații.

Societatea și Acționarul Vanzător pun la dispoziție prezentul Prospect pentru a permite unui potențial investitor să analizeze subscrierea și cumpărarea Acțiunilor Oferite. Scopul prezentului Prospect nu este acela de a constitui baza vreunei evaluări de credit sau de altă natură și nu ar trebui să fie considerat o recomandare din partea Societății, a Acționarului Vanzător sau a Intermediarului potrivit căreia orice destinatar al acestui Prospect ar trebui să subscrie sau să achiziționeze Acțiunile Oferite. Nicio declarație sau garanție, explicită sau implicită, nu este făcută sau acordată de către Intermediar sau de consultanții Intermediarului cu privire la exactitatea, caracterul complet sau verificarea oricăror informații cuprinse în prezentul Prospect sau la situația corporativă, financiară sau comercială a Societății și nimic din prezentul Prospect nu este sau nu va fi invocat drept o promisiune sau declarație din partea Intermediarului cu privire la trecut sau la viitor. Este interzisă orice reproducere sau distribuție a acestui Prospect, în întregime sau parțială, precum și orice divulgare a conținutului acestuia, cu excepția cazului și în măsura în care conținutul acestuia este disponibil publicului în alt mod, și orice utilizare a oricăror informații din prezentul document în orice alt scop decât pentru analizarea unei investiții în Acțiunile Oferite. Prin primirea acestui Prospect, fiecare potențial investitor își exprimă acordul cu privire la cele de mai sus.

Fiecare potențial cumpărător al Acțiunilor Oferite trebuie să stabilească pentru sine însuși relevanța informațiilor cuprinse în prezentul Prospect și subscrierea sau cumpărarea Acțiunilor Oferite trebuie să se bazeze pe investigațiile pe care acesta le consideră necesare, inclusiv propria sa examinare, analiză și cercetare și termenii Ofertei, temeiul juridic și consecințele Ofertei și posibilele consecințe fiscale care ar putea fi aplicabile, precum și evaluarea riscurilor implicate și aprecierea de către acesta a oportunității oricărei asemenea investiții, în special în raport cu propriile obiective de investiții și cu propria experiență și cu orice alți factori care pot fi relevanți pentru respectivul investitor în legătură cu cumpărarea Acțiunilor Oferite.

Fără a aduce atingere vreunei obligații a Societății (în legătură cu care Intermediarul nu își asumă nicio responsabilitate de niciun fel) de a publica un supliment la prospect în temeiul Legii 24/2017, al

Regulamentului ASF nr. 5/2018 și al Regulamentului privind Prospectul, nici transmiterea prezentului Prospect, nici orice achiziție efectuată în legătură cu acesta nu va crea, în nicio situație, vreo implicație care să conducă la ideea că nu a existat nicio modificare a activității Societății de la data prezentului Prospect sau că informațiile din prezentul Prospect sunt corecte în orice moment ulterior datei prezentului Prospect.

Investitorii potențiali nu ar trebui să considere nicio informație din prezentul Prospect ca reprezentând consultanță de investiții, juridică sau fiscală. Este recomandabil ca fiecare potențial investitor să se consulte cu propriii consultanți juridici, financiari, contabili și cu alți consultanți pentru a obține consultanță juridică, fiscală, în afaceri, financiară și conexă în ceea ce privește subscrierea sau achiziția Acțiunilor Oferite. Nici Societatea și nici Acționarul Vanzător sau Intermediarul sau reprezentanții acestora nu formulează nicio declarație față de vreun destinatar al ofertei sau cumpărător al Acțiunilor Oferite în ceea ce privește legalitatea unei investiții în Acțiunile Oferite din partea respectivului destinatar al ofertei sau cumpărător în baza legislației relevante care reglementează investițiile sau a unei legislații similare. Orice persoană care decide să cumpere Acțiunile Oferite are obligația să cunoască și să respecte restricțiile și limitările Ofertei prevăzute în prezentul. Prin achiziționarea Acțiunilor Oferite, investitorii își asumă orice răspundere care ar putea fi atrasă în situația în care o asemenea achiziție este considerată ilegală în țara lor de reședință.

Societatea nu și-a dat și nu își dă consimțământul pentru ca Prospectul să fie folosit la revânzarea ulterioară sau plasamentul final al Acțiunilor de către intermediari financiari sau de către orice alt terț.

Intermediarul acționează exclusiv în interesul Societății și al Acționarului Vanzător și nu în interesul vreunei alte persoane în legătură cu Oferta. Aceștia nu vor considera nicio altă persoană (indiferent dacă aceasta este sau nu un destinatar al prezentului document) ca fiind clienții lor în legătură cu Oferta și nu vor fi răspunzători față de nicio altă persoană decât Societatea și Acționarul Vanzător pentru asigurarea protecției acordate clienților lor și nici pentru a oferi consultanță în legătură cu Oferta sau cu orice tranzacție sau aranjament la care se face referire în prezentul prospect.

Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul nu vor avea nicio răspundere pentru neefectuarea vânzării Acțiunilor Oferite în conformitate cu prezentul Prospect în caz de forță majoră (inclusiv, dar fără a se limita la, dezastre naturale, războaie, revolte, incendii, greve sau alte evenimente care pot restrânge funcționarea instituțiilor pieței de capital).

Informațiile de pe pagina de internet a Societății (<https://christiantour.ro/>), de pe orice altă pagină de internet menționată în prezentul Prospect sau de pe orice pagină de internet care are legătură directă sau indirectă cu paginile de internet ale Societății nu sunt incluse prin trimitere în prezentul Prospect și orice decizie de subscriere sau cumpărare a Acțiunilor nu trebuie luată pe baza acestor informații. Informațiile de pe respectivele pagini de internet nu au fost examinate sau aprobate de Societate, de Acționarul Vanzător, de Intermediar sau de ASF.

Prezentul Prospect și afișarea acestuia pe internet nu constituie o ofertă de vânzare sau o solicitare de către sau în numele Societății, al Acționarului Vanzător sau al Intermediarului către orice persoană de a subscrie sau de a cumpăra oricare dintre Acțiunile Oferite în orice jurisdicție în care este ilegal ca respectiva persoană să efectueze o asemenea ofertă sau solicitare. Distribuirea prezentului Prospect și a Ofertei poate fi restricționată prin lege (inclusiv prin impunerea obligativității sau necesității obținerii unei autorizații, aprobări sau notificării) în anumite jurisdicții. Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul nu au luat și nu vor lua niciun fel de măsuri care ar permite, altfel decât în România și în cadrul Ofertei, o ofertă a Acțiunilor Oferite sau posesia, emiterea sau distribuirea prezentului Prospect sau a oricăror alte materiale de ofertă sau formular de cerere în legătură cu Acțiunile în nicio jurisdicție în care ar fi obligatorie luarea de măsuri în acest sens. În mod corespunzător, nici Prezentul Prospect, nici orice publicitate sau alt material în legătură cu Oferta nu poate fi distribuit sau publicat sau utilizat pentru sau în legătură cu nicio ofertă către nicio persoană sau solicitare din partea niciunei persoane din nicio jurisdicție, decât în circumstanțe care vor duce la respectarea legilor și reglementărilor aplicabile. Persoanele în posesia cărora ajunge prezentul Prospect trebuie să se informeze cu privire la orice asemenea restricții și să le respecte. Orice nerespectare a acestor restricții poate constitui o încălcare a legislației privind valorile mobiliare a oricărei astfel de jurisdicții. Informații suplimentare privind restricțiile care se aplică ofertelor și vânzătorilor de Acțiuni Oferite sunt prevăzute în cele ce urmează și în capitolul „Restricții de vânzare și transfer”. Nici Societatea, nici Acționarul Vanzător și nici Intermediarul nu fac o ofertă de vânzare a Acțiunilor Oferite sau o solicitare a unei oferte de a cumpăra oricare dintre Acțiunile Oferite către nicio persoană din nicio jurisdicție, cu excepția cazului în care

asemenea ofertă sau solicitare este permisă.

În legătură cu Oferta, Managerul de Stabilizare poate (dar nu va avea nicio obligație în acest sens), în măsura permisă de legea aplicabilă, să supraalocare Acțiuni Oferite sau să efectueze alte tranzacții de stabilizare cu scopul de a menține prețul de piață al Acțiunilor Oferite la un nivel mai ridicat decât cel care ar putea să prevaleze în condițiile pieței libere. Managerul de Stabilizare nu este obligat să încheie astfel de tranzacții și asemenea tranzacții pot avea loc pe Bursa de Valori București și pot fi realizate la orice moment după începerea tranzacționării Acțiunilor Oferite pe Piața Reglementată la Vedere a Bursei de Valori București și nu mai târziu de 30 de zile calendaristice după acest moment. Cu toate acestea, nu va exista nicio obligație în sarcina Managerului de Stabilizare să efectueze tranzacțiile de stabilizare și nu se dă nicio asigurare că asemenea tranzacții de stabilizare vor avea loc. În niciun caz nu se vor lua măsuri de stabilizare a prețului de piață al Acțiunilor Oferite la un preț mai mare decât Prețul Final de Ofertă. Aceste tranzacții de stabilizare, dacă sunt efectuate, pot fi sistate în orice moment, fără o notificare prealabilă. Cu excepția cerințelor impuse de legi și regulamente, Managerul de Stabilizare nu intenționează să dezvăluie măsura în care orice supraalocare și/sau tranzacție de stabilizare va fi întreprinsă în cadrul Ofertei.

În legătură cu Oferta, Managerul de Stabilizare poate să supraalocare Acțiuni, până la maximum 8.350.000 din numărul total de Acțiuni Oferite în cadrul Ofertei. Pentru a permite Managerului de Stabilizare să acopere pozițiile scurte ce rezultă din asemenea supraalocări și/sau vânzări de Acțiuni Oferite ce sunt întreprinse de acesta în cadrul perioadei de stabilizare, este de așteptat că Societatea va oferi Intermediarului Opțiunea de Supraalocare, prin intermediul căreia Intermediarul are opțiunea de a achiziționa, în cadrul perioadei de stabilizare, Acțiunile Supraalocate la Prețul Final de Ofertă. Opțiunea de Supraalocare va putea fi exercitată, în întregime sau în parte, prin transmiterea unei notificări de către Managerul de Stabilizare, în orice moment la sau înaintea celei de-a 30-a zi calendaristică după începerea tranzacționării Acțiunilor Oferite pe Piața Reglementată la Vedere a Bursei de Valori București. Orice Acțiuni Supraalocate puse la dispoziție ca urmare a exercitării Opțiunii de Supraalocare vor avea un rang *pari passu* cu Acțiunile Oferite, cu privire la toate aspectele, inclusiv în ce privește toate dividendele și toate celelalte distribuții declarate, făcute sau plătite cu privire la Acțiunile Oferite, vor fi cumpărate în aceiași termeni și condiții precum Acțiunile Oferite și vor face parte din aceeași clasă cu Acțiunile Oferite din toate punctele de vedere.

Prezentul Prospect va fi disponibil în format electronic pe pagina de internet a Bursei de Valori București la adresa www.bvb.ro, pe pagina de internet a Societății la adresa <https://christiantour.ro/investitori>, pe pagina de internet a Intermediarului la <https://btcapitalpartners.ro>. Exemplare tipărite ale acestuia vor fi oferite gratuit la cerere în timpul programului normal de lucru la sediul Societății. Se preconizează că informații privitoare la preț, precum și orice alte informații relevante vor fi de asemenea publicate pe aceste pagini de internet. Informațiile cuprinse în prezentul Prospect sunt corecte numai la data menționată pe prima copertă a acestui Prospect. Este posibil ca situația comercială și financiară a Societății să se fi modificat de la data respectivă.

Prezentul Prospect nu conține nicio informație inclusă în acesta prin trimitere la informații cuprinse în alte documente sau surse disponibile publice, indiferent de forma în care au fost puse la dispoziție sau consemnate.

INFORMARE ADRESATĂ INVESTITORILOR DIN SEE

Nu se efectuează nicio ofertă către public în legătură cu Acțiunile Oferite în niciun stat membru al Uniunii Europene („Stat Membru”), cu excepția României. Cu toate acestea, este posibil ca Intermediarul să decidă să promoveze Oferta în alt Stat Membru în baza anumitor derogări de la obligația de a elabora un prospect în conformitate cu Regulamentul privind Prospectul, cu condiția ca orice astfel de ofertă de Acțiuni Oferite să nu aibă drept consecință o obligație a Societății, a Acționarului Vanzător sau a Intermediarului de a publica Prospectul în conformitate cu Articolul 3 din Regulamentul privind Prospectul.

În legătură cu fiecare stat membru al Spațiului Economic European (cu excepția României) (fiecare fiind denumit un „Stat Relevant”), nu va fi făcută către public nicio ofertă de Acțiuni Oferite în respectivul Stat Relevant, decât:

- către o persoană juridică care este un „investitor calificat” conform definiției din Regulamentul privind Prospectul;

- către un număr mai mic de 150 de persoane fizice sau juridice, altele decât investitorii calificați, așa cum sunt definiți aceștia în Articolul 2 litera (e) din Regulamentul privind Prospectul, cu condiția obținerii acordului prealabil al Intermediarului pentru orice asemenea ofertă; sau
- în orice alte circumstanțe care intră sub incidența Articolului 1 alineatul (4) din Regulamentul privind Prospectul,

cu condiția ca nicio astfel de ofertă de Acțiuni Oferite să nu impună publicarea de către Societate, Acționarul Vânzător sau Intermediar a unui prospect în conformitate cu Articolul 3 din Regulamentul privind Prospectul sau a unui supliment la prospect în conformitate cu Articolul 23 din Regulamentul privind Prospectul, pe teritoriul Statului Relevant și se va considera că fiecare persoană care cumpără inițial Acțiunile Oferite sau căreia i se efectuează o ofertă a declarat, garantat și convenit cu și față de Intermediar, Acționarul Vânzător și Societate că este un „investitor calificat” în înțelesul Regulamentului privind Prospectul.

În înțelesul prezentului Prospect, expresia „o ofertă de Acțiuni Oferite către public” în legătură cu oricare dintre Acțiunile Oferite în orice Stat Relevant înseamnă o comunicare către persoane, în orice formă și prin orice mijloace, prezentând informații suficiente cu privire la condițiile Ofertei și la Acțiunile Oferite care urmează a fi oferite, astfel încât să permită unui investitor să decidă să cumpere sau să subscrie Acțiunile Oferite.

Se va considera că fiecare cumpărător al Acțiunilor Oferite în cadrul Ofertei care se află într-un Stat Relevant al SEE (altul decât România) a declarat, confirmat și agreat că este un investitor calificat. Societatea, Acționarul Vânzător și Intermediarul și alții se vor baza pe realitatea și acuratețea declarației, confirmării și acordului de mai sus.

INFORMARE ADRESATĂ INVESTITORILOR DIN REGATUL UNIT

Prezentul Prospect și orice alt material în legătură cu Acțiunile Oferite descrise în acest Prospect sunt distribuite în Regatul Unit către și se adresează exclusiv persoanelor care sunt investitori calificați („investitori calificați”) în sensul Articolului 2 litera (e) din Regulamentul privind Prospectul și care, totodată: (i) au experiență profesională în domeniul investițiilor care se încadrează în prevederile articolului 19 alineatul (5) din Legea privind serviciile și piețele financiare din 2000 (Promovarea Financiară), Ordinul 2005 (în limba engleză: „*Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005*”), cu modificările ulterioare („Ordinul”) sau (ii) sunt persoane care se încadrează în prevederile articolului 49 alineatul (2) literele (a)-(d) din Ordin sau (iii) sunt persoane cărora este legal în orice alt mod să li se comunice (toate aceste persoane fiind denumite împreună „persoanele relevante”). Acțiunile Oferite sunt disponibile în Regatul Unit numai pentru persoanele relevante, iar orice invitație, ofertă sau acord de cumpărare sau de dobândire în alt mod a Acțiunilor Oferite va fi transmisă, respectiv încheiat numai cu persoanele relevante. Prezentul Prospect și conținutul acestuia sunt confidențiale și nu trebuie distribuite, publicate sau reproduse (nici integral, nici parțial) sau divulgate de către destinatari către nicio altă persoană din Regatul Unit. Orice persoană din Regatul Unit care nu este o persoană relevantă nu trebuie să acționeze în baza prezentului Prospect sau a oricărei părți din conținutul acestuia sau să invoce prezentul Prospect sau oricare parte din conținutul acestuia.

INFORMARE CĂTRE DISTRIBUITORI

Exclusiv în sensul cerințelor privind guvernanța produsului prevăzute în: (a) Directiva 2014/65/UE privind piețele instrumentelor financiare, cu modificările ulterioare („MiFID II”); (b) Articolele 9 și 10 din Directiva delegată (UE) 2017/593 a Comisiei de completare a MiFID II; și (c) măsurile de punere în aplicare la nivel național (denumite împreună „Cerințele MiFID II privind Guvernanța Produsului”), și declinand toate și orice răspundere delictuală, contractuală sau de altă natură pe care orice „firmă producătoare” (în înțelesul Cerințelor MiFID II privind Guvernanța Produsului) le poate avea în legătură cu acestea, Acțiunile Oferite au făcut obiectul unui proces de aprobare a produsului, prin care s-a stabilit că Acțiunile Oferite sunt: (i) compatibile cu o piață-țintă finală de investitori retail și investitori care îndeplinesc criteriile de clienți profesionali și contrapărți eligibile, fiecare dintre acești termeni având definiția prevăzută în MiFID II; și (ii) eligibile pentru distribuție prin toate canalele de distribuție permise de MiFID II („Evaluarea Pieței-Țintă”). Fără a aduce atingere Evaluării Pieței-Țintă, distribuitorii trebuie să rețină că: prețul Acțiunilor Oferite poate scădea și investitorii ar putea pierde investiția integral sau parțial; Acțiunile Oferite nu oferă niciun venit garantat și nicio protecție a capitalului; și o investiție în Acțiuni Oferite este compatibilă numai cu investitorii care nu necesită un venit garantat sau protecția

capitalului, care (fie individual, fie împreună cu un consultant financiar competent sau alt consultant) sunt capabili să evalueze avantajele și riscurile unei astfel de investiții și care dispun de suficiente resurse pentru a putea suporta orice pierdere rezultată în urma acesteia. Evaluarea Pieței-Țintă nu aduce atingere cerințelor oricăror restricții de vânzare contractuale, legale sau de reglementare în legătură cu Oferta. Totodată, trebuie reținut faptul că, indiferent de Evaluarea Pieței-Țintă, Intermediarul va procura exclusiv investitori care îndeplinesc criteriile de clienți profesionali și de retail și contrapărți eligibile.

Pentru evitarea oricărui dubiu, Evaluarea Pieței-Țintă nu constituie: (a) o evaluare a caracterului corespunzător sau adecvat în înțelesul MiFID II; sau (b) o recomandare către orice investitor sau grup de investitori de a investi sau cumpăra sau de a acționa în orice alt fel în legătură cu Acțiunile Oferite.

Fiecare distribuitor este responsabil, în cadrul Evaluării Pieței-Țintă, pentru realizarea evaluării pieței-țintă în legătură cu investitorii săi și stabilirea canalelor de distribuție corespunzătoare și categoriile de clienți cărora le vor fi distribuite Acțiunile Oferite.

NOTĂ DE AVERTIZARE REFERITOARE LA DECLARAȚIILE ANTICIPATIVE

Anumite declarații din acest Prospect nu constituie fapte istorice și reprezintă declarații „anticipative”. În unele cazuri, aceste declarații anticipative pot fi identificate prin folosirea terminologiei specifice prognozelor, inclusiv declarații care includ sau sunt precedate sau urmate de termenii „poate”, „va”, „ar urma”, „ar trebui”, „se așteaptă”, „intenționează”, „estimează”, „prevede”, „anticipează”, „are în proiect”, „crede”, „încearcă”, „plănuiește”, „previzionează”, „continuă”, „se angajează”, „consideră”, „vizează”, „are drept scop”, „ar putea”, „se obligă”, „este așteptată” și expresii similare sau formele negative ale acestora sau alte variații sau altă terminologie similară ori prin faptul că se referă la discutarea strategiilor, planurilor, obiectivelor, scopurilor, evenimentelor viitoare sau intențiilor. Aceste declarații anticipative apar în mai multe locuri în acest Prospect. Declarațiile anticipative includ enunțuri privind intențiile, convingerile sau așteptările actuale privitoare, printre altele, la rezultatele operațiunilor, perspectivele, creșterea, strategiile și sectorul în care Societatea își desfășoară activitatea. Astfel de declarații anticipative implică riscuri cunoscute și necunoscute, previzibile și imprevizibile, incertitudini și alți factori importanți care sunt independenți de voința Societății și care ar putea face ca rezultatele, performanțele sau realizările sale efective să difere semnificativ de rezultatele, performanțele sau realizările viitoare exprimate sau presupuse în astfel de declarații anticipative, care este posibil să nu se materializeze ulterior. În plus, prezentul Prospect include informații anticipative care au fost extrase din surse terțe. Declarațiile anticipative se bazează pe numeroase prezumții privitoare la strategiile comerciale prezente și viitoare ale Societății și pe mediul în care aceasta își va desfășura activitatea pe viitor. Aceste prezumții reflectă raționamentul Societății bazat pe condițiile de piață cunoscute în prezent și pe alți factori, unii dintre aceștia fiind prezentați mai jos. Cu toate acestea, presupunerile privind evenimente viitoare se pot dovedi inexacte. Societatea avertizează toți cititorii că declarațiile anticipative cuprinse în prezentul Prospect nu reprezintă garanții ale performanței viitoare și nu poate fi oferită nicio garanție niciunui cititor că aceste declarații se vor materializa sau că evenimentele și circumstanțele anticipate se vor produce. Prin chiar natura lor, declarațiile anticipative implică riscuri și incertitudini inerente, atât generale, cât și specifice, multe dintre acestea fiind independente de voința Societății și există riscul ca predicțiile, previziunile, proiecțiile și alte declarații anticipative să nu se materializeze. Printre factorii importanți care pot face ca rezultatele, performanțele sau realizările efective ale Societății să difere semnificativ de cele exprimate de aceste declarații anticipative se numără factorii descriși în secțiunile „Factori de risc”, „Prezentarea și analiza conducerii asupra situației financiare și rezultatelor operațiunilor”, „Activitatea Societății”, precum și în alte secțiuni ale prezentului Prospect. Investitorii trebuie să aibă cunoștință de faptul că mai mulți factori importanți ar putea face ca rezultatele efective să fie diferite în mod semnificativ de planurile, obiectivele, așteptările, estimările și intențiile exprimate în aceste declarații anticipative. Printre acești factori se numără inclusiv, dar fără a se limita la:

- condițiile economice generale;
- schimbări în cadrul de reglementare legal și fiscal;
- concurența; și
- riscul valutar.

Lista factorilor importanți de mai sus și a altor factori enumerați în secțiunea „Factori de risc” nu este exhaustivă. Alte secțiuni din acest Prospect descriu factori suplimentari care ar putea afecta rezultatele

operațiunilor, situația financiară, lichiditatea Societății și dezvoltarea industriei în care acesta își desfășoară activitatea. Pot apărea periodic noi riscuri care afectează operațiunile și activitatea Societății și nu este posibil să se prevadă toate aceste riscuri și nici să se evalueze impactul tuturor acestor riscuri asupra activității Societății sau măsura în care orice astfel de riscuri sau combinație de astfel de riscuri și alți factori poate face ca rezultatele efective să difere semnificativ de cele cuprinse în orice declarație anticipativă. Când analizează declarațiile anticipative, investitorii trebuie să ia în considerare cu atenție factorii de mai sus și alte incertitudini și evenimente, în special având în vedere mediul politic, economic, social și juridic în care își desfășoară activitatea Societatea. Date fiind aceste riscuri și incertitudini, investitorii nu trebuie să se bazeze pe declarațiile anticipative ca fiind o previziune a rezultatelor efective.

Declarațiile anticipative conținute în acest Prospect sunt valabile doar la data acestui Prospect. Societatea și Acționarul Vanzător își declină în mod explicit orice obligație sau angajament de a difuza orice actualizări sau revizuri aduse oricărei asemenea declarații anticipative incluse în acest Prospect pentru a reflecta orice schimbare în așteptările Societății privitoare la acestea sau orice modificare intervenită în ceea ce privește evenimentele, condițiile sau circumstanțele pe care se bazează oricare dintre aceste declarații, cu excepția cazului în care trebuie să procedeze astfel conform oricărui regim juridic aplicabil. Investitorii trebuie să interpreteze toate declarațiile anticipative ulterioare scrise sau verbale care pot fi atribuite Societății sau Acționarului Vanzător sau persoanelor care acționează în numele acestora ca fiind caracterizate de avertismentele din prezentul Prospect. Prin urmare, investitorii nu trebuie să se bazeze în mod nejustificat pe aceste declarații anticipative.

Investitorii trebuie să rețină faptul că conținutul acestor alineate referitoare la declarațiile anticipative nu are scopul de a restrânge sensul declarațiilor din prezentul Prospect în legătură cu suficiența capitalului circulant.

COMUNICAREA ACTELOR DE PROCEDURĂ ȘI EXECUTAREA OBLIGAȚIILOR CIVILE

Societatea este constituită conform legislației din România. Anumite persoane menționate în prezentul Prospect sunt rezidente în România și unele entități menționate în prezentul Prospect sunt înființate conform legislației din România. Toate activele sau o parte semnificativă din activele acestor persoane și entități sunt situate în România. Prin urmare, este posibil ca investitorilor să le fie imposibil:

- să efectueze comunicarea actelor de procedură în alte țări către Societate sau către oricare dintre administratorii și membrii conducerii superioare ai Societății menționați în prezentul Prospect; sau
- să pună în executare, în alte țări, hotărâri judecătorești obținute în instanțele respectivelor țări împotriva Societății sau a oricăruia dintre administratorii și membrii conducerii superioare menționați în prezentul Prospect în orice acțiune sau să obțină recunoașterea acestor hotărâri judecătorești.

Pentru mai multe detalii, a se vedea Secțiunea „*Recunoașterea și executarea hotărârilor judecătorești*”.

PREZENTAREA INFORMAȚIILOR FINANCIARE ȘI A ALTOR INFORMAȚII

Investitorii ar trebui să se bazeze numai pe informațiile din prezentul Prospect. Nicio persoană nu a fost autorizată să ofere nicio informație sau să facă alte declarații decât cele conținute în acest Prospect în legătură cu Oferta și, dacă sunt date sau făcute, astfel de informații sau declarații nu trebuie să se bazeze pe faptul că au fost autorizate de către sau în numele Societății, Acționarului Vanzător sau Intermediarului. Nimic din conținutul acestui Prospect nu este și nu va fi considerat o promisiune sau o reprezentare a Intermediarului sau a oricărui agent de vânzări cu privire la trecut, prezent sau viitor. Fără a aduce atingere niciunei obligații a Societății de a publica un supliment la prospect (în legătură cu care Intermediarul nu își asumă nicio responsabilitate), nici transmiterea prezentului prospect, nici orice subscriere sau vânzare efectuate în temeiul prezentului prospect nu vor crea, în niciun caz, nicio sugestie că nu a existat nicio schimbare în activitatea sau afacerile Societății de la data prezentului document sau că informațiile conținute în prezentul document sunt corecte în orice moment ulterior datei sale.

Generalități

Conținutul acestui Prospect nu trebuie interpretat ca fiind consultanță juridică, de afaceri sau fiscală. Fiecare investitor potențial ar trebui să consulte propriul avocat, consilier financiar sau consultant fiscal pentru consultanță juridică, financiară sau fiscală în legătură cu orice subscriere propusă sau cumpărare de acțiuni oferite.

Înainte de a lua orice decizie cu privire la subscrierea sau cumpărarea Acțiunilor Oferite, investitorii potențiali ar trebui să citească acest Prospect în întregime. În luarea unei decizii de investiții, investitorii potențiali trebuie să se bazeze pe propria lor examinare a Societății și a termenilor prezentului Prospect, inclusiv a riscurilor implicate.

Informații financiare și operaționale

Situațiile financiare ale Societății

Situațiile financiare auditate ale Societății pentru anii încheiați la 2025, 2024 și 2023 („Situațiile Financiare Auditate”) sunt incluse în prezentul Prospect. Situațiile Financiare Auditate incluse în prezentul Prospect au fost întocmite în conformitate cu Standardele de Contabilitate IFRS („IFRS”), astfel cum au fost adoptate de Uniunea Europeană („IFRS UE”). Situațiile Financiare Auditate sunt prezentate în RON, moneda funcțională a Societății. Exercițiul financiar al Societății începe la 1 ianuarie și se încheie la 31 decembrie.

Informațiile financiare publicate de Societate după admiterea acțiunilor la tranzacționare la BVB, în continuarea obligațiilor sale de informare în curs, vor include situațiile financiare ale Societății întocmite în conformitate cu IFRS-UE.

Măsuri care nu intră sub incidența IFRS

În prezentul Prospect, Societatea utilizează anumite măsuri, valori și rapoarte în analiza activității sale, a poziției financiare și a performanței care nu sunt măsuri definite de IFRS/IFRS UE („măsuri non-IFRS”), dintre care unele constituie măsuri alternative de performanță („APM”), astfel cum sunt definite în Orientările Autorității Europene pentru Valori Mobiliare și Piețe („ESMA”) privind măsurile alternative de performanță din data de 5 octombrie 2015 și orientări suplimentare publicate de ESMA până la data prezentului Prospect. Acești indicatori, cu excepția cazului în care se indică altfel, nu sunt prezentați în situațiile financiare auditate, ci au fost calculați pe baza informațiilor din situațiile financiare auditate sau pe baza conturilor de gestiune și a evidențelor contabile ale Societății. Astfel de APM-uri nu au fost auditate sau revizuite de către auditorul independent și, în consecință, auditorul independent nu exprimă o opinie sau orice altă formă de asigurare cu privire la aceste informații.

Mai jos este prezentat un rezumat al măsurilor non-IFRS utilizate, definiția, metoda de calcul și justificarea includerii unor astfel de valori.

Măsuri care nu intră sub incidența IFRS, incluse în prezentul Prospect includ Datorie Netă, Rata datoriei nete la capitaluri proprii, Venituri medii per produs turistic (rezervare).

Datorie netă

este definită ca (i) suma dintre împrumuturi de la bănci pe termen scurt și pe termen lung și (ii)

	datorii din contracte de leasing pe termen scurt și pe termen lung minus numerar și echivalente de numerar
Rata datoriei nete la capitaluri proprii	este definită ca raportul procentual dintre Datorie Netă împărțită la total capitaluri proprii
EBITDA	este definită ca profitul înainte de impozitare, înainte de impactul rezultatului financiar și al cheltuielilor cu deprecierea și amortizarea.
EBITDA Ajustată	reprezintă EBITDA, ajustată pentru impactul elementelor nerecurente sau non-operaționale
Vânzările la data rezervării	reprezintă valoarea totală a serviciilor turistice vândute de Companie într-un anumit exercițiu financiar, independent de momentul prestării efective a serviciilor și fără a ține cont de ajustările necesare pentru recunoașterea veniturilor conform Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS)
Venituri medii per produs turistic (rezervare)	este definit ca raport între valoarea totală a vânzărilor generate și numărul total de produse turistice (rezervări) efectuate într-o anumită perioadă de referință, determinate pe baza booking day (data rezervării)

Societatea consideră că prezentarea măsurilor care nu intră sub incidența IFRS este utilă pentru a oferi investitorilor și altor părți interesate o înțelegere adecvată a modelului de business, a dinamicii operaționale și a profilului financiar al Emitentului, dincolo de informațiile furnizate exclusiv prin situațiile financiare întocmite conform IFRS.

Într-un model de activitate specific industriei turismului, caracterizat prin sezonabilitate, angajamente de capacitate, volume ridicate de tranzacții și diferențe temporale între momentul vânzării și momentul prestării serviciilor, indicatorii IFRS nu surprind întotdeauna integral performanța comercială curentă sau intensitatea activității operaționale. În acest context, măsurile Non-IFRS completează informațiile financiare standardizate, facilitând o analiză mai nuanțată a evoluției afacerii.

A se vedea capitolele *“Prezentarea și analiza conducerii asupra situației financiare și rezultatelor operațiunilor”* și *“Activitatea societății”* pentru informații suplimentare cu privire la modul de calcul și informații suplimentare despre indicatorii prezentați.

Informații de piață

Datele de piață utilizate în acest Prospect sub titlurile *„Rezumat”*, *„Factori de risc”*, *„Prezentarea și analiza conducerii asupra situației financiare și rezultatelor operațiunilor”*, *„Prezentarea sectorului de activitate și principalele tendințe”* și *„Activitatea Societății”* au fost extrase din surse oficiale și din industrie și din alte surse pe care Compania le consideră fiabile. Sursele acestor informații, date și statistici includ publicații independente din industrie, studii de piață, anchete și estimări interne și alte informații disponibile publicului. În special, Societatea a citat următoarele surse terțe în acest Prospect: Eurostat, Banca Națională a României, publicații de profil din domeniul turismului și ale organizațiilor din domeniul turismului și Comisia Europeană. Aceste informații pot fi modificate și nu pot fi verificate cu certitudine completă. Estimările și concluziile analizelor pot varia semnificativ de la cifrele reale și, prin urmare, rapoartele lor pot subestima sau supraestima dimensiunea pieței, cota de piață, ratele de creștere și alte date importante din industrie. În plus, anumite date conținute în rapoartele disponibile ale analizelor pot diferi de cele conținute în înregistrările interne ale Societății și/sau pot diferi de înțelegerea Societății cu privire la piața relevantă și la concurenții săi. Societatea nu poate oferi nicio asigurare că datele referitoare la concurenții săi din astfel de rapoarte ale analizelor sunt corecte sau identice cu cele

conținute în înregistrările interne ale concurenților săi. Prin urmare, trebuie luate măsuri de precauție în analizarea acestor estimări și nu trebuie să se recurgă în mod nejustificat la acestea. Publicațiile din industrie afirmă, în general, că informațiile pe care le conțin au fost obținute din surse considerate a fi fiabile, dar acuratețea și caracterul complet al acestor informații nu sunt garantate. Societatea nu a verificat independent aceste date.

În cazul în care în prezentul prospect au fost utilizate informații ale unor terțe părți, a fost identificată sursa acestor informații. Sursele terțe pe care Societatea le-a utilizat, în general, afirmă că informațiile pe care le conțin au fost obținute din surse considerate a fi fiabile. Aceste surse terțe afirmă, de asemenea, că acuratețea și caracterul complet al acestor informații nu sunt garantate și că proiecțiile pe care le conțin se bazează pe ipoteze semnificative. Deoarece Societatea nu are acces la faptele și ipotezele care stau la baza acestor date de piață sau la informațiile statistice și indicatorii economici conținuți în aceste surse terțe, Societatea nu este în măsură să verifice astfel de informații. Astfel, în timp ce astfel de informații, date și statistici au fost reproduse cu exactitate și, în măsura în care Societatea are cunoștință și este în măsură să verifice din informațiile publicate sau furnizate de sursele menționate mai sus, nu au fost omise fapte care ar face ca informațiile, datele și statisticile reproduse să fie inexacte sau înșelătoare, Societatea nu poate garanta acuratețea sau caracterul complet al acestora.

Referințe juridice

Cu excepția cazului în care se menționează altfel în mod expres, o trimitere din prezentul Prospect la o dispoziție legală este considerată o trimitere la dispoziția respectivă, astfel cum a fost modificată și/sau republicată și în vigoare la data prezentului Prospect.

Țări

În acest Prospect, toate referirile la „SUA” se referă la Statele Unite, toate referirile la „UE” se referă la Uniunea Europeană și la statele sale membre de la data prezentului Prospect, iar toate referirile la „SEE” se referă la Spațiul Economic European și la statele sale membre de la data prezentului Prospect.

Valute

În prezentul prospect, toate trimiterile la „€”, „EUR” și „euro” se referă la moneda legală introdusă la începutul celei de-a treia etape a uniunii economice și monetare europene și, astfel cum este definită la articolul 2 din Regulamentul (CE) nr. 974/98 al Consiliului din 3 mai 1998 privind introducerea monedei euro, astfel cum a fost modificat și toate trimiterile la „RON” și „lei” se referă la moneda legală a României.

Conversiile unor sume în RON sau în euro provenite din surse terțe pot diferi de cursurile de schimb utilizate pentru conversiile utilizate în Situațiile Financiare Auditate. Societatea nu face nicio declarație că sumele în RON prevăzute în prezentul Prospect ar fi putut fi sau ar putea fi convertite în orice altă monedă sau la orice anumit curs de schimb valutar. Moneda de prezentare a Societății este RON, care este, de asemenea, moneda funcțională a Societății, deoarece reflectă substanța economică a evenimentelor și circumstanțelor subiacente ale Societății. A se vedea, de asemenea, secțiunea „*Informații privind cursul de schimb valutar*”.

Rotunjirea

Anumite cifre incluse în acest Prospect au fost supuse ajustărilor de rotunjire; în consecință, (i) cifrele prezentate pentru aceeași categorie prezentate în tabele diferite pot varia ușor; (ii) este posibil ca cifrele prezentate ca totaluri în anumite tabele să nu fie o agregare aritmetică a cifrelor care le preced; (iii) procentele din tabele au fost rotunjite și, în consecință, nu pot fi însumate până la 100%; și (iv) calculele, variațiile și alte procente pot diferi ușor de calculele lor reale din cauza rotunjirii informațiilor financiare, statistice și operaționale subiacente.

INFORMAȚII PRIVIND CURSUL DE SCHIMB VALUTAR

Următoarele tabele prezintă, pentru perioadele indicate, informații privind cursurile de schimb între RON și EUR, pe baza informațiilor obținute de la Banca Națională a României. Coloanele intitulate „Mediu” din tabelele de mai jos prezintă media cursurilor zilnice de referință pentru respectivele perioade, conform rapoartelor anuale ale Băncii Naționale a României.

	<u>Cursul de schimb valutar la final de perioadă</u>	<u>Mediu</u>
	(RON/EUR)	
2023.....	4.9746	4.9465
2024.....	4.9741	4.9746
2025.....	5.0985	5.0516

Sursă: Banca Națională a României

Societatea nu face nicio declarație potrivit căreia orice sumă exprimată într-o anumită monedă prevăzută în prezentul Prospect ar fi putut să fie sau ar putea fi convertită în oricare dintre celelalte monede prezentate în acest Prospect la cursurile de schimb de mai sus, la orice alt curs de schimb sau că ar fi putut să fie convertită în vreun fel.



OFERTA

Societatea

Christian'76 Tour S.A.

Acționarul Vanzător

CPM Cambridge Holding S.R.L.

Oferta

Oferta cuprinde o ofertă de vânzare a unui număr de până la 83.500.000 Acțiuni Oferite, din care (i) un număr de până la 69.500.000 Acțiuni Noi, reprezentând 83,23% din Acțiunile Oferite vor fi oferite spre subscriere de către Societate, respectiv (ii) un număr de până la 14.000.000 Acțiuni Existente, reprezentând 16,77% din Acțiunile Oferite vor fi oferite spre vânzare de către Acționarul Vanzător.

Managerului de Stabilizare i s-a acordat o Opțiune de Supraalocare de către Acționarul Vanzător pentru a permite măsuri de stabilizare, dacă este cazul, în temeiul căreia acesta poate să supraalocă până la 8.350.000 Acțiuni Supraalocate.

Numărul final de Acțiuni Oferite va fi decis de Societate și Acționarul Vanzător acționând împreună, la recomandarea Intermediarului, pe baza nivelului de subscrieri din Registrul.

Oferta este structurată ca o ofertă de Acțiuni Oferite în afara Statelor Unite în cadrul unor tranzacții de tip offshore în baza Regulamentului S din Legea Valorilor Mobiliare, inclusiv publicului din România.

Intermediarul

BT Capital Partners S.A.

Tranșele Ofertei

Oferta este împărțită în două Tranșe ale Ofertei (astfel cum sunt acestea definite în secțiunea "*Subscriere și vânzare*") după cum urmează: (i) o Tranșă a Ofertei constând într-un număr inițial de până la 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul inițial de Acțiuni Oferite) adresată prin intermediul unei oferte publice în România Investitorilor de Retail ("**Tranșa Investitorilor de Retail**"); și (ii) o Tranșă a Ofertei care constă într-un număr inițial de până la 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul de Acțiuni Oferite) adresată Investitorilor Instituționali din afara Statelor Unite ale Americii în baza Regulamentului S ("**Tranșa Investitorilor Instituționali**").

"**Investitor Instituțional**" înseamnă (a) un "investitor calificat", conform definiției din Articolul 2(e) din Regulamentul privind Prospectul sau (b) o "contraparte eligibilă" în sensul Directivei 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE (reformare), sau (c) un "investitor calificat" astfel cum este definit în Articolul 2(e) din Regulamentul privind Prospectul, întrucât face parte din dreptul intern al Regatului Unit în virtutea Legii privind (Retragerea din) Uniunea Europeană din 2018, astfel cum a fost modificat, sau (d) o instituție echivalentă a cărei subscriere în Ofertă nu ar constitui o încălcare a legii sau regulamentelor aplicabile și care nu este localizată în nicio jurisdicție în care extinderea sau disponibilitatea Ofertei (și orice altă tranzacție preconizată prin aceasta) ar încălca orice lege sau reglementare aplicabilă; și

"**Investitor Retail**" înseamnă orice persoană fizică sau juridică

(cu sau fără personalitate juridică) care nu întrunește criteriile de mai sus pentru a fi calificată drept Investitor Instituțional.

Dimensiunea finală a fiecărei Tranșe a Ofertei va fi stabilită de Acționarul Vânzător împreună cu Societatea, la recomandarea Intermediarului, în temeiul nivelului de subscrieri primite de la investitori, după încheierea Perioadei de Ofertă, și va fi făcută publică la Data Alocării (a se vedea "Alocarea Acțiunilor Oferite" din capitolul "Subscriere și vânzare").

Acțiunile Oferite subscribe vor fi alocate investitorilor la Data Alocării în baza deciziei comune a Societății și a Acționarului Vânzător, la recomandarea Intermediarului.

La recomandarea Intermediarului, Societatea și Acționarul Vânzător pot decide în comun să realoce Acțiunile Oferite din oricare Tranșă a Ofertei în cealaltă Tranșă a Ofertei – ceea ce poate conduce ca Tranșa Investitorilor de Retail să reprezinte fie (1) mai mult de 50% (însă nu mai mult de 70%) din Acțiunile Oferite vândute sau, dimpotrivă, (2) mai puțin de 50% din Acțiunile Oferite vândute (însă nu mai puțin de 30% din Acțiunile Oferite) (însă o asemenea realocare din Tranșa Investitorilor de Retail în Tranșa Investitorilor Instituționali va avea loc doar în cazul în care nivelul de subscriere în Tranșa Investitorilor de Retail este sub 100%). Pentru informații suplimentare, a se vedea capitolul "Subscriere și vânzare".

Toate Acțiunile au fost emise în conformitate cu legislația din România și respectă această legislație.

Acțiunile Oferite

Un număr de până la 83.500.000 Acțiuni ordinare cu o valoare nominală de 0,10 RON fiecare (din care un număr de până la 69.500.000 reprezintă Acțiuni ordinare nou-emise de către Societate și un număr de până la 14.000.000 reprezintă Acțiuni ordinare cu o valoare nominală de 0,10 RON existente).

Managerului de Stabilizare i s-a acordat o Opțiune de Supraalocare de către Acționarul Vânzător pentru a permite măsuri de stabilizare, dacă este cazul, în temeiul căreia acesta poate să supraalocare până la 8.350.000 Acțiuni Supraalocate

Perioada de Ofertă

6 (șase) Zile Lucrătoare, începând cu 21 mai 2026 și până la 28 mai 2026, inclusiv aceste date.

Data Alocării

29 mai 2026

Data Tranzacției

2 iunie 2026

Încheierea cu Succes a Ofertei

Încheierea cu succes a Ofertei va fi condiționată, printre altele, de (i) stabilirea Prețului Final de Ofertă și decizia fiecăruia dintre Societate, Acționarul Vânzător și Intermediar, de a continua/finaliza Oferta și (ii) îndeplinirea condițiilor cuprinse în Contractul de Intermediere și rămânerii în vigoare a Contractului de Intermediere. A se vedea capitolul "Subscriere și vânzare"

Intervalul Prețului de Ofertă

1,875 RON - 2,135 RON

Prețul Final de Ofertă

Prețul Final de Ofertă va fi stabilit în RON cel mai târziu la Data Alocării. A se vedea capitolul "Subscriere și vânzare".

Metoda de intermediere

Metoda celei mai bune execuții.

Grupul de Distribuție	Banca Transilvania S.A. și unitățile sale;
Registrul Acționarilor	Registrul acționarilor este în prezent ținut de Societate. Odată ce Acțiunile vor fi admise la tranzacționare pe Piața Reglementată administrată de Bursa de Valori București, registrul acționarilor va fi ținut de Depozitarul Central din România (Depozitarul Central S.A., cu sediul social la adresa Șoseaua Nicolae Titulescu nr. 4-8, Clădirea America House, Aripa de Est, etajul 1, sectorul 1, cod poștal 011141, București, România).
Listare și tranzacționare	Se va depune o cerere la Bursa de Valori București pentru Admiterea la tranzacționare a Acțiunilor pe Piața Reglementată administrată de aceasta. Bursa de Valori București este o piață reglementată în sensul Directivei privind Piețele de Instrumentelor Financiare. Admiterea Acțiunilor la tranzacționare a fost aprobată prin Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor ("AGEA") nr. 5 din 16 aprilie 2026, publicată în Monitorul Oficial al României, partea a IV-a, nr. 2672 din 6 mai 2026. Numerele de identificare ale valorilor mobiliare și simbolurile de tranzacționare ale Acțiunilor sunt următoarele: Cod ISIN: ROE1N5GQPH38 Cod FISN: CHRISTIAN TOUR REGSHS RON071 Cod CFI: ESVUFR Simbolul de tranzacționare la Bursa de Valori București: TRIP.
Decontare și transfer	Plata pentru Acțiunile Oferite urmează să fie efectuată în RON prin sistemul RoClear (sistemul român de compensare, decontare, custodie, depozitare și registru), care este administrat de Depozitarul Central din România. Transferul Acțiunilor în cadrul Ofertei și vânzările de Acțiuni pe piața secundară vor fi decontate și compensate prin intermediul sistemului de decontare administrat de către Depozitarul Central din România, în conformitate cu legislația română aplicabilă.
Manager de Stabilizare	BT Capital Partners S.A.
Interdicția de înstrăinare	Potrivit Contractului de Intermediere, Societatea a agreeat ca în perioada care începe la Data Decontării și se încheie în a 360-a zi calendaristică (inclusiv) de la Data Decontării, să nu efectueze, direct sau indirect, fără acordul prealabil scris al Intermediarului (acord care nu va fi refuzat sau întârziat în mod nejustificat), printre altele, niciuna dintre următoarele operațiuni cu privire la Acțiuni: să ofere, emită, vândă, să se oblighe să vândă, greveze cu garanții, acorde opțiuni sau să contracteze în vederea cumpărării, să exercite opțiuni de vânzare, să cumpere orice drepturi de opțiune sau să contracteze în vederea vânzării și să dispună în alt mod (sau să anunțe public orice astfel de emisiune, ofertă, vânzare sau transfer) de Acțiuni și să încheie vreo tranzacție cu același efect economic precum vreuna dintre cele enumerate mai sus.
	Potrivit Contractului de Intermediere, atât Acționarul Vanzător, cât și cel de-al doilea acționar al Emitentului, Oxford Investment Alliance S.R.L., sunt de acord, de asemenea, ca, pe durata unei



perioade de 360 de zile calendaristice de la Data Decontării, să nu efectueze, direct sau indirect, fără acordul prealabil scris al Intermediarului (acord care nu va fi refuzat sau întârziat în mod nejustificat), printre altele, niciuna dintre următoarele operațiuni cu privire la Acțiuni: să ofere, emită, vândă, să se oblighe să vândă, gajeze, acorde opțiuni asupra, sau să contracteze în vederea cumpărării, să exercite opțiuni de vânzare, să cumpere orice drepturi de opțiune sau să contracteze în vederea vânzării și să cedeze în alt mod (sau să anunțe public orice astfel de emisiune, ofertă, vânzare sau cedare) Acțiuni sau să încheie vreo tranzacție cu același efect economic ca oricare dintre cele de mai sus.

Intermediarul, în urma consultării (în măsura în care este posibil în circumstanțele respective) cu Societatea și cu Acționarul Vanzător, vor putea înceta Contractul de Intermediere în orice moment anterior Datei Decontării și, în ceea ce privește încetarea Opțiunii de Supra-Alocare (astfel cum este definită mai jos) doar până la finalizarea Opțiunii de Supra-Alocare (astfel cum este definită mai jos), în anumite condiții specifice care sunt uzuale într-un contract de acest tip.

Utilizarea fondurilor obținute

Valoarea veniturilor din cadrul Ofertei, precum și a costurilor aferente, depinde, printre altele, de Prețul Final de Ofertă, precum și de numărul de Acțiuni Oferite care vor fi subscribe sau, după caz, achiziționate.

Prezumând plasarea tuturor Acțiunilor Oferite, Societatea estimează că, la limita inferioară și la limita superioară a Intervalului de Preț al Ofertei, veniturile nete pentru Societate s-ar ridica la aproximativ 127,36 milioane RON și, respectiv, la aproximativ 145,03 milioane RON. Societatea nu va încasa niciun fel de fonduri din vânzarea Acțiunilor Oferite de către Acționarul Vanzător în cadrul Ofertei, cu excepția celor descrise mai jos.

Acționarul Vanzător va folosi sumele încasate în urma Ofertei pentru scopuri generale corporative.

Societatea va folosi fondurile obținute din Ofertă, respectiv cele obținute în urma subscrierii de Acțiuni Noi, pentru fuziuni și achiziții, investiții în tehnologie și digitalizare, investiții în capabilități operaționale și optimizarea capitalului de lucru, consolidarea brandului Christian Tour prin dezvoltarea programelor de fidelizare și întărirea distribuției prin mai multe canale. Pentru mai multe detalii cu privire la planurile de investiții ale Societății va rugăm să consultați secțiunea "Utilizarea și cuantumul net estimat al veniturilor".

Politica privind dividendele

Societatea intenționează să distribuie, cu titlu de dividende ordinare, până la 50% din profitul net anual individual distribuibil al Societății începând cu exercițiul financiar imediat următor Ofertei. În plus, Societatea ar putea decide printr-o hotărâre AGA să distribuie, la unica sa apreciere, dividende extraordinare din câștigul reportat al Societății, dacă este utilizabil.

Drepturi de vot

Fiecare Acțiune conferă dreptul la un vot în cadrul adunărilor acționarilor. A se vedea Secțiunea "Descrierea capitalului social și a structurii Societății".

Restricții de vânzare și transfer

Acțiunile vor fi liber transferabile, sub rezerva anumitor restricții descrise în Secțiunea “*Informații importante privitoare la prezentul prospect*”.

Factori de risc

Investitorii trebuie să analizeze cu atenție anumite riscuri prezentate în Secțiunea “*Factori de risc*” a prezentului Prospect.



MOTIVELE OFERTEI ȘI UTILIZAREA FONDURILOR OBȚINUTE

Oferta efectuată de Acționarul Vanzător și Societate are drept scop creșterea valorii pentru acționarii săi și creșterea lichidității activelor din portofoliul său.

Cheltuielile totale ale Societății în legătură cu Oferta și Admiterea sunt de aproximativ 3,36 milioane RON, prezumând subscrierea tuturor Acțiunilor Noi și un Preț de Ofertă la limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă. Societatea nu va încasa niciun fel de fonduri din vânzarea Acțiunilor Oferite (sau, după caz, a Acțiunilor Supraalocate) de către Acționarul Vanzător în cadrul Ofertei.

Oferta și admiterea la tranzacționare a Acțiunilor Emitentului urmăresc susținerea unei noi etape de dezvoltare prin acces la capital și prin consolidarea profilului de guvernantă, transparență și vizibilitate asociat unei companii listate. Având în vedere tendința de creștere a industriei ospitalității și a călătoriilor, menținută în perioada post-pandemică atât la nivel global, cât și în România, pe fondul consolidării percepției că mobilitatea și experiențele de călătorie reprezintă o componentă importantă a stilului de viață modern, precum și în contextul accelerării digitalizării industriei și al oportunităților actuale de consolidare a pieței prin achiziția unor jucători mici și medii fără planuri clare de succesiune, Emitentul consideră că diversificarea surselor de finanțare și optimizarea structurii de capital sunt elemente esențiale pentru susținerea implementării strategiei pe termen mediu și lung.

Emitentul are în vedere utilizarea fondurilor nete obținute în cadrul Ofertei, cumulativ și/sau alternativ, în funcție de condițiile de piață, de calendarul implementării și de oportunitățile identificate, în principal pentru următoarele direcții:

Fuziuni și achiziții: În primul rând, Emitentul urmărește consolidarea poziției de piață și extinderea portofoliului prin investiții organice și/sau achiziții, în măsura în care sunt identificate oportunități care aduc sinergii comerciale și operaționale. Aceasta poate include întărirea segmentelor de bază (chartere, sejururi externe, circuite), precum și extinderea în segmente complementare cu potențial de creștere (de exemplu produse premium/exotice, servicii corporate și grupuri, servicii auxiliare precum ticketing, cazare dinamică, rent-a-car, asigurări de călătorie), inclusiv prin achiziția unor portofolii de clienți, rețele de distribuție, capacități operaționale sau platforme tehnologice.

Investiția în tehnologie și digitalizare: În al doilea rând, Emitentul urmărește accelerarea transformării digitale, având ca prioritate dezvoltarea unei platforme de tip OTA (Online Travel Agency). Obiectivul este crearea unei infrastructuri digitale integrate prin care clienții să poată căuta, compara și achiziționa online, în regim cât mai automatizat, servicii turistice și mix-uri de servicii (de exemplu zboruri, cazare, transferuri, asigurări, servicii auxiliare), inclusiv sub forma unor pachete dinamice. Dezvoltarea unei platforme OTA presupune, în esență, trecerea de la un model predominant „produs predefinit” către un model scalabil de distribuție digitală, în care oferta este generată și actualizată în timp real pe baza inventarului și tarifelor furnizorilor. În acest sens, fondurile pot fi alocate pentru (i) dezvoltarea și scalarea componentelor de front-end (website/aplicație mobilă, motor de căutare și rezervare, conținut, personalizare), (ii) dezvoltarea componentelor de back-end care susțin operațiunile (CRM – Customer Relationship Management, automatizări back-office, instrumente de management al veniturilor, administrarea inventarului/capacităților disponibile și a regulilor comerciale), (iii) integrarea cu furnizori și agregatori (de exemplu conexiuni cu companii aeriene/GDS – Global Distribution System/NDC – New Distribution Capability, furnizori de cazare și bedbanks, DMC – Destination Management Company și servicii la destinație), (iv) implementarea unor capacități robuste de plăți și antifraudă, precum și (v) măsuri de securitate cibernetică, continuitate operațională și protecția datelor. În plus, o platformă OTA implică dezvoltarea și consolidarea proceselor post-vânzare (modificări, anulări, rambursări, re-booking) și a serviciilor de suport către clienți, pentru a asigura o experiență digitală completă, comparabilă cu standardele pieței.

Eficiențizare: În al treilea rând, Emitentul vizează investiții în capacități operaționale și optimizarea capitalului de lucru, inclusiv pentru susținerea angajamentelor comerciale necesare contractării de capacități (locuri în aeronave, alocați și/sau garanții hoteliere, servicii la destinație), pentru întărirea logisticii operaționale în puncte cheie de contact cu clientul și pentru implementarea unor programe de eficiențizare și standardizare operațională.

Loializare și Distribuție: În al patrulea rând, Emitentul urmărește consolidarea brandului Christian Tour, dezvoltarea programelor de fidelizare și întărirea distribuției prin mai multe canale. Emitentul are în

vedere investiții în marketing, comunicare și brand management, cu accent pe creșterea recurenței și fidelizării, dezvoltarea conținutului și a canalelor digitale, precum și optimizarea mix-ului dintre vânzarea online, rețeaua de agenții și canalul de distribuție prin parteneri.

Utilizarea fondurilor va fi realizată în acord cu obiectivele strategice și cu prioritățile de investiții aprobate de organele de conducere ale Emitentului.



POLITICA PRIVIND DIVIDENDELE

Potrivit politicii Societății privind dividendele, Societatea intenționează să distribuie dividende, sub rezerva dispozițiilor legale aplicabile și a considerentelor comerciale (inclusiv, dar fără a se limita la, reglementări aplicabile, restricții, rezultatele operaționale ale Societății, situația financiară, cerințele de numerar, restricțiile contractuale, proiectele și planurile viitoare ale Societății).

Propunerea privind distribuirea dividendelor formulată de Consiliul de Administrație va fi supusă votului Adunării Generale Ordinare a Acționarilor (AGOA), de regulă, în aceeași adunare în care situațiile financiare auditate ale Emitentului sunt aprobate.

Consiliul de Administrație va avea în vedere în formularea propunerii către AGOA Emitentului principiul distribuirii a până la 50% din profitul net distribuibil obținut la nivel individual de Emitent, dar în orice caz cu respectarea oricăror prevederi legale. Emitentul va putea plăti dividendele și sub formă de acțiuni din aceeași clasă cu cele care dau drept la aceste dividende.

În selectarea unei anumite rate de distribuire a dividendelor în conformitate cu politica Emitentului privind dividendele, Consiliul de Administrație va ține cont de următoarele:

- reducerea fluctuațiilor randamentului dividendelor de la o perioadă la alta, precum și valoarea absolută a dividendului pe acțiune;
- nevoile și oportunitățile investiționale ale Emitentului;
- eventualele contribuții ale elementelor nemonetare la raportarea profitului net;
- disponibilitățile financiare pentru plata dividendelor, precum și gradul de îndatorare al Emitentului; și
- stabilirea unui randament al dividendului comparabil cu cel al altor companii listate din același sector de activitate sau sectoare înrudite.



În conformitate cu Legea nr. 31/1990 privind societățile comerciale a României, cu modificările ulterioare, republicată („Legea Societăților”) și în conformitate cu Actul Constitutiv al Societății în vigoare în prezent, precum și cu Noul Act Constitutiv, fiecare Acțiune vărsată integral conferă deținătorului acesteia dreptul de a primi dividende. La data prezentului Prospect, toate Acțiunile poartă drepturi egale și depline la dividende. Societatea respectă principiul „o acțiune, un vot, un dividend”. Nu există Acțiuni preferențiale fără drept de vot sau Acțiuni care conferă dreptul la mai mult de un vot. Dividendele sunt distribuite către acționari proporțional cu cota de participare a acestora la capitalul social vărsat al Societății.

Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor care aprobă distribuirea dividendelor trebuie să stabilească și data de plată în care dividendele vor fi plătite către acționarii îndreptățiți. Plata dividendelor se face numai către acționarii înregistrați în registrul acționarilor la data de înregistrare stabilită de Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor. Data de înregistrare trebuie să fie stabilită la o dată care survine la cel puțin 10 (zece) zile lucrătoare de la Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor care aprobă plata dividendelor.

Potrivit reglementărilor în vigoare, Societatea trebuie să publice, înainte de data la care se plătesc dividendele, un comunicat de presă într-un cotidian de circulație națională, precizând valoarea dividendului per Acțiune, *ex-date*, data de înregistrare și data plății dividendului, astfel cum au fost aprobate de Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor, precum și modalitățile de plată a dividendelor și datele de identificare a agentului de plată.

Exercițiul financiar al Societății începe la 1 ianuarie și se încheie la 31 decembrie.

Emitentul a distribuit în fiecare dintre anii încheiați la 31 decembrie 2025 și 2024 dividende brute în valoare de 36.447.024 RON și 5.500.000 RON. În 2023 Societatea nu a distribuit dividende. Pe viitor, Emitentul intenționează să continue distribuția anuală de dividende conform celor prezentate în politica sa de dividende.

CAPITALIZARE ȘI ÎNDATORARE

Tabelele următoare prezintă datoria curentă și pe termen lung, capitalurile proprii și capitalizarea totală în baza datelor istorice la data de 31 martie 2026.

Informațiile financiare din tabelele de mai jos sunt preluate sau extrase din evidențele contabile interne ale Societății și nu au fost auditate sau revizuite de către auditorul independent. Tabelele următoare trebuie citite împreună cu informațiile din secțiunile „*Selecție de informații financiare și operaționale*”, „*Motivele Ofertei și utilizarea fondurilor obținute*”, „*Prezentarea și analiza conducerii asupra situației financiare și rezultatelor operațiunilor*”, „*Activitatea Societății*”, Situațiile Financiare Auditate și notele aferente acestora.

Capitalizare

	La 31.03.2026 (Mii RON)
Total datorii curente (Incluzând partea curentă a datoriilor pe termen lung).....	324.451
Garantate.....	5.400
Securizate.....	-
Negarantate/n securizate	319.051
Total datorii pe termen lung (Excluzând partea curentă a datoriilor pe termen lung)....	33.200
Garantate.....	33.200
Securizate.....	-
Negarantate/n securizate	-
Capitaluri proprii atribuibile acționarilor Societății.....	62.000
Capital social și prime de emisiune.....	15.000
Rezultat reportat.....	39.309
Rezerve legale.....	922
Alte rezerve.....	5.105
Rezultat Curent.....	1.664
Interese care nu controlează.....	-
Total.....	62.000

Sursa: rapoarte de gestiune, neauditare ale Emitentului

Tabelul de mai jos prezintă situația îndatorării Emitentului la 31.03.2026

	La 31.03.2026 (Mii RON)
A. Numerar.....	29.849
B. Echivalente de numerar.....	-
C. Alte active financiare curente.....	-
D. Lichidități (A+B+C).....	29.849
E. Datorie financiară curentă (inclusiv instrumente de datorie, dar excluzând partea curentă	-

La
31.03.2026
(Mii RON)

a datoriilor financiare pe termen lung)	
F. Partea curentă a datoriilor financiare pe termen lung.....	5.400
G. Îndatorarea financiară curentă (E+F).....	5.400
H. Îndatorarea financiară curentă netă (G-D).....	(24.449)
I. Datorii financiare pe termen lung (excluzând partea curentă și instrumentele de datorie)....	33.200
J. Instrumente de datorie.....	-
K. Datorii comerciale și alte datorii pe termen lung.....	-
L. Îndatorare financiară pe termen lung (I + J + K).....	33.200
M. Total îndatorare financiară (H + L).....	8.751

Sursa: rapoarte de gestiune, neauditare ale Emitentului

Datorii contingente și alte obligații financiare

Societatea nu a avut datorii contingente raportate la data de 31 decembrie 2025, 31 decembrie 2024 și 31 decembrie 2023. La data prezentului Prospect, Societatea nu a înregistrat modificări ale datoriilor contingente.

Modificări semnificative

Nu au existat modificări semnificative în situația capitalizării și îndatorării Societății începând cu 31 martie 2026.

Declarație privind capitalul circulant

În opinia Societății, capitalul circulant al acesteia este suficient pentru a satisface necesitățile actuale pentru o perioadă de cel puțin 12 luni de la data prezentului Prospect. Veniturile din cadrul Ofertei nu au fost incluse în capitalul circulant al Societății pentru scopurile acestei declarații.

SELECȚIE DE INFORMAȚII FINANCIARE ȘI OPERAȚIONALE

Rezumatul informațiilor financiare și operaționale prezentate mai jos prezintă rezumatul Societății privind Situațiile Financiare Auditate pentru perioadele indicate, cu excepția informațiilor financiare incluse în secțiunea „Indicatori care nu intră sub incidența IFRS”, care nu au fost prezentate în Situațiile Financiare Auditate, dar au fost totuși extrase sau rezultă din evidențele de gestiune sau din evidențele contabile.

Rezumatul informațiilor financiare și operaționale trebuie citit împreună cu „Dezbaterea și analiza de către conducere a situației financiare și a rezultatelor operațiunilor”, „Prezentarea informațiilor financiare și a altor informații”, precum și cu Situațiile Financiare Auditate și cu notele la acestea, astfel cum sunt cuprinse în altă parte în prezentul Prospect.

Informații privind situația profitului sau pierderii și a altor elemente ale rezultatului global

RON	2025	2024	2023
Venituri din contracte cu clienți	803.022.546	610.621.665	598.300.895
Alte venituri din exploatare	3.759.978	2.441.241	1.505.310
Alte câștiguri/(pierderi) – nete	495.674	-	-
Cheltuieli aferente serviciilor turistice	(708.753.989)	(539.577.251)	(535.178.224)
Cheltuieli cu beneficiile angajaților	(27.350.166)	(21.349.193)	(16.725.582)
Depreciere și amortizare	(9.675.616)	(6.277.326)	(5.602.466)
Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale	2.384.780	(58.289)	3.670.565
Alte cheltuieli din exploatare	(28.487.743)	(24.376.309)	(17.521.488)
Venituri financiare	3.984.512	8.899.469	5.749.847
Cheltuieli financiare	(2.938.059)	(1.977.649)	(643.311)
Profit înainte de impozitare	36.441.917	28.346.358	33.555.546
Cheltuială cu impozitul pe profit	(4.573.915)	(2.189.854)	(3.559.935)
Profit aferent exercițiului financiar	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Rezultatul global total aferent exercițiului financiar	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Profit atribuibil acționarilor Companiei	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Rezultatul global total atribuibil acționarilor Companiei	31.868.002	26.156.504	29.995.611
Câștigul pe acțiune atribuibil acționarilor Companiei:			
Câștigul pe acțiune de bază și diluat	0,21	0,17	0,20

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Informații privind poziția financiară

RON	31-Dec-25	31-Dec-24	31-Dec-23
Active			
Active imobilizate			
Imobilizări corporale	18.730.289	3.656.983	3.799.170
Active aferente drepturilor de utilizare	38.990.265	27.198.883	11.689.492
Imobilizări necorporale	4.718.280	3.902.550	2.742.587
Fond comercial	9.622.380	-	-
Împrumuturi către părți afiliate	-	4.038.752	3.456.867
Active privind impozitul pe profit amânat	178.759	133.863	367.860
Total active imobilizate	72.239.973	38.931.031	22.055.976
Active curente			
Creanțe comerciale	33.296.833	11.838.724	37.134.018
Împrumuturi către părți afiliate	190.468	29.362.900	12.060.136
Cheltuieli înregistrate în avans	73.027.566	92.492.511	49.554.837
Alte active financiare curente	1.711.068	7.442.291	2.722.236
Numerar și echivalente de numerar	14.108.453	16.494.189	24.620.680
Total active curente	122.334.388	157.630.615	126.091.907
Total active	194.574.361	196.561.646	148.147.883
Capitaluri proprii			
Capital social	4.610.000	4.610.000	4.610.000
Alte rezerve	922.000	922.000	922.000
Rezultatul reportat	57.076.377	60.656.523	41.869.232
Total capitaluri proprii	62.608.377	66.188.523	47.401.232
Datorii			
Datorii pe termen lung			
Datorii din contracte de leasing	34.195.491	24.146.186	7.847.009
Împrumuturi de la părți afiliate	-	4.588.233	4.139.032
Total datorii pe termen lung	34.195.491	28.734.419	11.986.041
Datorii curente			
Datorii comerciale	9.377.270	20.771.185	44.250.104
Datorii contractuale	59.502.020	64.995.770	32.351.661
Împrumuturi de la bănci	12.746.255	1.169.601	-
Datorii din contracte de leasing	5.912.015	3.918.486	4.306.602
Datorii privind impozitul pe profit curent	1.222.060	942.777	1.556.295
Obligații privind beneficiile angajaților	2.027.362	1.411.189	1.256.279
Provizioane	100.000	100.000	582.404
Alte datorii	6.883.511	8.329.696	4.457.265
Total datorii curente	97.770.493	101.638.704	88.760.610
Total datorii	131.965.984	130.373.123	100.746.651
Total capitaluri proprii și datorii	194.574.361	196.561.646	148.147.883

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Informații privind situația fluxurilor de numerar

RON	2025	2024	2023
Fluxuri de numerar din activități de exploatare:			
Profit aferent exercițiului financiar	31.868.002	26.156.504	29.995.611
<i>Ajustări pentru:</i>			
Cheltuieli cu deprecierea	8.583.400	5.859.921	5.186.839
Cheltuieli cu amortizarea	1.092.216	417.405	415.627
Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale	2.384.780	(58.289)	3.670.565
Provizioane	-	(482.404)	482.404
Câștig din cedarea imobilizărilor corporale	(495.674)		
Câștig nerealizat din diferențe de curs valutar	(427.885)	(801.890)	(7.727)
Venituri din dobânzi	(2.294.630)	(3.689.841)	(781.924)
Cheltuieli cu dobânzile	2.744.453	1.977.649	643.311
Alte pierderi / (câștiguri) financiare	193.606	(52.242)	-
Cheltuială cu impozitul pe profit	4.573.915	2.189.854	3.559.935
<i>Modificări în:</i>			
Creanțe comerciale	(23.842.889)	25.353.583	(11.486.964)
Alte active financiare curente	5.781.186	(4.720.056)	(913.972)
Cheltuieli înregistrate în avans	3.438.289	(42.937.671)	2.218.714
Datorii comerciale	(11.393.915)	(23.478.869)	26.541.270
Obligații privind beneficiile angajaților	616.173	154.910	304.212
Alte datorii	(3.892.882)	1.897.346	(6.525.726)
Datorii contractuale	(5.493.750)	32.644.109	(15.051.180)
Numerar generat din activități operaționale	13.434.395	20.430.019	38.250.995
Dobânzi plătite	(3.231.087)	(1.528.448)	(605.878)
Impozitul pe profit plătit	(4.339.528)	(2.569.375)	(2.740.214)
Flux net de numerar din activitățile de exploatare	5.863.780	16.332.196	34.904.903
Fluxuri de numerar din activități de investiții:			
Plăți pentru achiziția de imobilizări corporale	(938.967)	(813.830)	(2.174.782)
Plăți pentru achiziția de active necorporale	(2.594.178)	(1.577.369)	(34.456)
Plăți pentru achiziția unei afaceri	(10.311.310)	-	-
Venituri din vânzarea imobilizărilor corporale	2.392.421	-	-
Numerar restricționat	-	-	994.946
Încasări din depozite constituite în scopuri de investiții	-	-	4.961.657
Împrumuturi acordate acționarilor	-	(17.003.358)	(12.446.408)
Încasări din împrumuturile acordate părților afiliate	26.427.191	-	-
Încasări din împrumuturile acordate acționarilor	4.494.216	-	-
Dobânzi încasate	4.466.058	1.737.833	562.504

RON	2025	2024	2023
Flux net de numerar (utilizat) / generat în / din activitățile de investiții	23.935.431	(17.656.724)	(8.136.539)
Fluxuri de numerar din activități de finanțare:			
Încasări din împrumuturi	34.244.685	8.980.750	-
Rambursări de împrumuturi	(22.668.031)	(7.810.784)	(8.088.222)
Încasări din împrumuturi primite de la acționari	-	-	5.000.000
Rambursări de împrumuturi către acționari	(4.101.599)	-	-
Rambursări ale obligațiilor de leasing	(5.659.675)	(4.447.014)	(4.281.352)
Dividende plătite	(34.000.327)	(3.524.915)	(1.811.960)
Flux net de numerar (ieșire) din activitățile de finanțare	(32.184.947)	(6.801.963)	(9.181.534)
Creștere/(descreștere) netă a numerarului și echivalentelor de numerar	(2.385.733)	(8.126.491)	17.586.830
Numerar și echivalente de numerar la 1 ianuarie	16.494.189	24.620.680	7.033.850
Numerar și echivalente de numerar la 31 decembrie	14.108.453	16.494.189	24.620.680

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Indicatori care nu intră sub incidența IFRS

EBITDA

RON	2025	2024	2023
Profit înainte de impozitare	36.441.917	28.346.358	33.555.546
(+) Cheltuieli financiare	2.938.059	1.977.649	643.311
(-) Venituri financiare	3.984.512	8.899.469	5.749.847
(+) Depreciere și amortizare	9.675.616	6.277.326	5.602.466
EBITDA	45.071.080	27.701.864	34.051.476
(-) Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale	2.384.780	(58.289)	3.670.565
(-) Alte câștiguri/(pierderi) – nete	495.674	-	-
(+) Cheltuieli cu impozitul pe cifra de afaceri	2.223.312	3.996.278	-
EBITDA Ajustată	44.413.938	31.756.431	30.380.911

Sursa: Calcul Emitent pe baza Situațiilor Financiare Auditate



PREZENTAREA ȘI ANALIZA CONDUCERII ASUPRA SITUAȚIEI FINANCIARE ȘI REZULTATELOR OPERAȚIUNILOR

Următoarea prezentare și analiză a conducerii asupra situației financiare și a rezultatelor operațiunilor Societății pentru anii încheiați la 31 decembrie 2025, 31 decembrie 2024 și 31 decembrie 2023 trebuie interpretate în coroborare cu restul prezentului Prospect, inclusiv Situațiile Financiare Auditate și raportul auditorului independent cu privire la acestea, care sunt incluse în alte părți ale acestui Prospect. Dacă nu se precizează alte surse, informațiile financiare din prezenta secțiune sunt preluate din Situațiile Financiare Auditate, care au fost întocmite în conformitate cu IFRS UE. Pentru o analiză a prezentării istoricului informațiilor financiare ale Societății inclus în prezentul Prospect, a se vedea „Prezentarea informațiilor financiare și a altor informații”.

Informațiile prezentate mai jos cuprind declarații anticipative care implică riscuri și incertitudini. Viitoarele rezultate ale Societății ar putea să fie semnificativ diferite de cele prezentate în cele ce urmează. A se vedea „Informații importante privitoare la acest Prospect – Notă de avertizare referitoare la declarațiile anticipative”. Printre factorii care ar putea produce sau contribui la asemenea diferențe se numără inclusiv, dar nu exclusiv, acei factori analizați în secțiunile intitulate „Factori de risc” și „Activitatea Societății” și în alte părți ale Prospectului.

Prezentare generală

Christian '76 Tour S.A. activează în domeniul turismului, având ca activitate principală proiectarea, organizarea, promovarea și comercializarea pachetelor de servicii turistice destinate atât clienților persoane fizice, cât și persoane juridice. Modelul său de afaceri este structurat în jurul rolului de tur-operator, acționând ca intermediar și integrator între furnizorii de servicii turistice și clientul final.

Activitatea Companiei presupune combinarea mai multor tipuri de servicii, precum: transport, cazare, servicii auxiliare și asistență turistică, într-un produs unitar, vândut sub forma unui pachet turistic. Portofoliul său include atât turism organizat extern, cât și intern, fiind completat de circuite turistice, produse tematice și servicii suplimentare conexe.

Compania deservește în principal piața din România, adresându-se clienților individuali în mod direct, dar și prin rețele de agenții partener. Distribuția se realizează printr-un mix de canale: rețeaua proprie de agenții, agenții partener și platforme digitale.

Situațiile financiare extrase și prezentate în acest capitol au fost întocmite în conformitate cu Standardele IFRS, astfel cum au fost adoptate de Uniunea Europeană, la data și pentru exercițiile financiare încheiate la 31 decembrie 2023, 31 decembrie 2024, 31 decembrie 2025.

La data de 31 decembrie 2025, profitul Societății pentru exercițiul financiar este de 31.868.002 lei (2024: 26.156.504 lei; 2023: 29.995.611 lei). La aceeași dată, activele curente nete însumează 24.563.895 lei (31 decembrie 2024: 55.991.911 lei; 31 decembrie 2023: 37.331.297 lei), iar activele nete totale la 31 decembrie 2025 sunt în valoare de 62.608.377 lei (31 decembrie 2024: 66.188.523 lei; 31 decembrie 2023: 47.401.232 lei).

Segmente operaționale

Compania are trei segmente operaționale și raportabile: **Pachete, Grupuri și Experiențe și Zboruri și Cazări**. Segmentele operaționale sunt identificate pe baza structurii interne de management, organizată în principal în funcție de tipurile distincte de servicii turistice oferite clienților. Fiecare segment este gestionat independent de către manageri care primesc periodic informații financiare separate.

Performanța financiară și deciziile privind alocarea resurselor pentru fiecare segment sunt analizate periodic de către Directorul General, desemnat drept Factorul de Decizie Operațională Principală al Companiei, care alocă resursele și evaluează performanța fiecărui segment folosind în principal informații privind încasările, veniturile nete și profitul (pierdea) brută.

Segmentul Pachete

Segmentul Pachete include pachete turistice construite pe baza locurilor și a cazărilor contractate în avans de la companiile aeriene, pe bază de curse charter, și de la furnizori de cazare. Aceste pachete includ de regulă zboruri charter dus-întors, combinate cu cazare și servicii auxiliare opționale. Segmentul se

concentrează pe destinații de vacanță cu volum ridicat și operează predominant în regim sezonier, aliniat perioadelor de vacanță de vară și iarnă.

Segmentul Grupuri și Experiențe

Acest segment include programe turistice concepute pentru grupuri specifice de clienți și pentru nevoi de călătorie de nișă. Segmentul raportabil cumulează următoarele categorii:

- **Senior Voyage:** programe dedicate seniorilor, cu itinerarii personalizate, tururi ghidate și servicii adaptate nevoilor și preferințelor acestui segment demografic;
- **Winter Sun:** pachete turistice orientate către clienți care caută destinații cu climă caldă în sezonul de iarnă;
- **Experiences & Adventure:** circuite bogate cultural și axate pe explorare, incluzând itinerarii care acoperă multiple destinații, adesea cu componente ghidate sau tematice.

Aceste segmente operaționale au fost agregate într-un singur segment raportabil, Grupuri & Experiențe, deoarece prezintă caracteristici economice similare și criterii calitative comune. Activitățile sunt concepute, promovate și livrate ca experiențe de călătorie în grup, împărtășind o abordare comună de stabilire a prețurilor și un model similar de furnizare a serviciilor. Serviciile sunt comercializate prin canale de distribuție similare și prezintă modele de rezervare comparabile.

Segmentul Zboruri și Cazări

Segmentul Zboruri și Cazări include bilete de avion și rezervări hoteliere vândute individual, în regim *ad hoc*, precum și turism intern, reprezentând vânzarea de servicii de cazare în România, tot în regim *ad hoc*.

Toate celelalte segmente

Pe lângă segmentele raportabile descrise mai sus, Compania prezintă categoria „**Toate celelalte segmente**”, care include activități operaționale care nu sunt individual semnificative. Aceasta cuprinde în principal servicii oferite clienților persoane juridice, precum și aranjamente de călătorie personalizate, management al călătoriilor și activități suport conexe, precum și alte servicii auxiliare de călătorie.

Principalii factori care afectează rezultatele operaționale raportate

1. Cererea pentru produsele și serviciile turistice

Cererea pentru produsele și serviciile turistice ale Societății depinde în mod direct de evoluția industriei turismului, care este sensibilă la condițiile economice generale. Orice încetinire a economiei, creștere a inflației, deteriorare a veniturilor populației sau creștere a incertitudinii financiare poate reduce cheltuielile discreționare ale consumatorilor, afectând negativ vânzările companiei.

Deoarece vacanțele și călătoriile sunt cheltuieli opționale, perioadele de recesiune, volatilitate financiară, șomaj ridicat sau instabilitate geopolitică pot determina scăderea rapidă a cererii, atât din partea clienților individuali, cât și corporate. În astfel de situații, activitatea, situația financiară și rezultatele operaționale ale Societății pot fi afectate semnificativ.

2. Activitatea Societății este caracterizată de sezonalitate

Activitatea Societății este caracterizată de o sezonalitate pronunțată, ceea ce determină variații semnificative între trimestre. Compararea rezultatelor trimestriale consecutive nu reflectă întotdeauna corect performanța operațională, deoarece veniturile și profitabilitatea sunt concentrate în anumite perioade ale anului.

Trimestrul al treilea (iulie–septembrie) reprezintă vârful de sezon, determinat de cererea ridicată pentru sejururile charter de vară. Restul anului reflectă o sezonalitate secundară, generată de programele „Winter Sun”, destinațiile exotice, circuitele de primăvară/toamnă și programul Senior Voyage.

Această sezonalitate afectează și aspectele operaționale, întrucât:

1. fluxurile de numerar sunt influențate de perioadele de early booking și de încasările concentrate în lunile de vârf, în timp ce plățile către furnizori sunt distribuite diferit;

2. stocurile de produs (locuri charter și capacitățile hoteliere contractate) trebuie valorificate într-un interval de timp limitat;
3. necesarul de resurse umane crește în sezonul de vârf;
4. riscul de neutilizare a capacității (locuri goale) poate afecta negativ marja, atunci când cererea se situează sub nivelul estimat.

Deși Societatea gestionează sezonabilitatea prin diversificarea produselor, campanii de early booking, promoții last minute și utilizarea liniilor de credit, sezonabilitatea rămâne un element de risc, deoarece poate conduce la venituri sub nivelul prognozat, presiuni asupra fluxurilor de numerar sau costuri operaționale mai ridicate în anumite perioade.

3. Contractele cu furnizorii de servicii și produse turistice

Activitatea Societății depinde în mod semnificativ de relațiile contractuale cu furnizorii principali, în special companiile aeriene, hotelurile și furnizorii de servicii conexe. Orice deteriorare a situației financiare a acestora, restructurare operațională, reducere a capacității sau modificare unilaterală a condițiilor comerciale poate afecta disponibilitatea, prețurile și calitatea serviciilor pe care le oferă clienților.

Societatea este expusă riscurilor generate de volatilitatea industriei aviatice, de fluctuațiile prețurilor la biletele de avion și de eventualele perturbări operaționale ale furnizorilor (suprarezervări, anulări, întâzieri, neconformități în serviciile livrate). Insolvența sau retragerea de pe piață a unui furnizor aerian important ar putea reduce opțiunile disponibile, ar crește costurile și ar afecta negativ profitabilitatea, mai ales în situația în care furnizori alternativi nu pot fi identificați rapid în condiții similare.

În acest context, dependența de un număr limitat de furnizori-cheie reprezintă un risc material, capabil să influențeze activitatea, situația financiară și rezultatele operaționale ale Societății.

4. Riscuri financiare

Riscul de credit

Riscul de credit reprezintă situația în care Compania ar înregistra pierderi financiare în cazul în care un client sau o contraparte contractuală nu își îndeplinește obligațiile de plată, în special în legătură cu creanțele comerciale, numerarul și echivalente de numerar, alte investiții, precum și împrumuturile acordate.

Compania aplică o politică de creditare pentru clienții persoane juridice, în baza căreia fiecare client nou este evaluat individual din perspectiva bonității înainte de încheierea contractului, în vederea limitării riscului de neîncasare. Pentru clienții persoane fizice, riscul de credit este limitat prin plata anticipată: pachetele turistice trebuie achitate integral cel târziu cu 21 de zile înainte de data începerii acestora, iar serviciile de tip „doar cazare” sau „doar zbor” se achită integral la momentul achiziției. Ajustările pentru deprecierea creanțelor comerciale reflectă pierderile de credit anticipate, calculate pe baza ratelor de pierdere.

Expunerea maximă la riscul de credit este reprezentată de valoarea contabilă a activelor financiare prezentate în situațiile financiare.

RON	31-Dec-25	31-Dec-24	31-Dec-23
Creanțe comerciale	33.296.833	11.838.724	37.134.018
Numerar și echivalente de numerar	14.108.453	16.494.189	24.620.680
Împrumuturi acordate	190.468	33.401.652	15.517.003
Alte active financiare curente	-	6.000.279	567.172
Total	47.595.754	67.734.844	77.838.873

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Ținând cont de nivelul de numerar deținut, un alt factor relevant este concentrarea disponibilităților în instituții bancare, în special la Banca Transilvania (31.12.2025: 67%, 31.12.2024: 72%, 31.12.2023: 96%). Deși ratingul instituțiilor este unul adecvat (BBB-), o astfel de concentrare poate reprezenta un risc.

Împrumuturile acordate reprezintă finanțări acordate părților afiliate. Acesta au influențat, de asemenea, rezultatele anterioare, însă rambursarea lor substanțială în perioada curentă a redus semnificativ expunerea, lăsând un sold neîncasat redus, cu impact minim asupra pierderilor așteptate (190.468 RON la 31 decembrie 2025).

Riscul de lichiditate

Riscul de lichiditate reprezintă riscul ca Societatea să întâmpine dificultăți în îndeplinirea obligațiilor asociate datoriilor financiare decontate prin transfer de numerar sau alte active financiare. Societatea deține numerar și echivalente de numerar semnificative, precum și investiții pe termen scurt, prin urmare riscul său de lichiditate este considerat nesemnificativ.

Societatea monitorizează nivelul intrărilor de numerar previzionate din încasarea creanțelor comerciale, precum și nivelul ieșirilor de numerar previzionate pentru plata împrumuturilor, a datoriilor comerciale și a altor datorii. Societatea urmărește să mențină un nivel al conturilor bancare curente și al depozitelor bancare care să acopere și să depășească ieșirile de numerar prevăzute pentru plata datoriilor financiare.

Expunerea la riscul de lichiditate

Tabelul următor prezintă scadențele contractuale rămase ale datoriilor financiare la data raportării. Fluxurile de numerar contractuale sunt prezentate la valoarea brută fără discount și includ estimarea plăților de dobândă prevăzute în contracte.

31-Dec-25	Valoare contabilă	Fluxuri de numerar contractuale			
		Total	< 12 luni	1 - 5 ani	> 5 ani
Datorii financiare					
Datorii comerciale	9.377.270	9.377.270	9.377.270	-	-
Datorii privind dividendele	5.909.822	5.909.822	5.909.822	-	-
Alte datorii	973.692	973.692	973.692	-	-
Împrumuturi bancare	12.746.255	12.746.255	12.746.255	-	-
Datorii din leasing	40.107.506	57.631.779	7.954.482	20.911.395	28.765.902
Total	69.114.545	86.638.817	36.961.520	20.911.395	28.765.902

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Riscul de piață – riscul de dobândă și riscul valutar

Riscul de piață, în special riscul de dobândă și riscul valutar, este un alt element care poate influența performanța operațională. Compania este expusă la variațiile ratelor dobânzii prin împrumuturi bancare cu rată variabilă.

RON	31-Dec-25	31-Dec-24	31-Dec-23
Instrumente cu rată variabilă			
Datorii financiare			
Împrumuturi bancare	12.746.255	1.169.601	-

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Expunerea la riscul valutar rezultă din diferențele dintre monedele în care sunt exprimate creanțele, datoriile și fluxurile operaționale, în special EUR și USD. Politica de gestionare a riscurilor pe care o are Compania urmărește să reducă la minimum impactul volatilității valutare prin alinierea, pe cât posibil, a monedei creanțelor de la clienți cu moneda datoriilor față de furnizori. Această abordare de acoperire naturală reflectă structura operațională a industriei turismului, în care serviciile achiziționate de la

furnizori și serviciile vândute clienților sunt frecvent denumite în aceeași monedă străină. Compania nu utilizează instrumente derivate sau alte instrumente de hedging.

RON	31-Dec-25 Echivalentul în RON al monedei			Total
	(EUR)	(USD)	(RON)	
Împrumuturi către părți afiliate	-	-	190.468	190.468
Creanțe comerciale	26.987.042	1.100.410	5.209.381	33.296.833
Numerar și echivalente de numerar	7.686.867	1.322.531	5.099.055	14.108.453
Datorii comerciale	(5.968.819)	(45.340)	(3.363.111)	(9.377.270)
Împrumuturi bancare	(12.746.255)	-	-	(12.746.255)
Datorii din leasing	(39.902.968)	-	(204.538)	(40.107.506)
Expunere netă în situația poziției financiare	(23.944.133)	2.377.601	6.931.255	(14.635.277)

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Situația profitului sau pierderii și a altor elemente ale rezultatului global

Venituri

Venituri din contracte cu clienții

Vânzările la data rezervării reprezintă valoarea totală a serviciilor turistice vândute de Companie într-un anumit exercițiu financiar, independent de momentul prestării efective a serviciilor și fără a ține cont de ajustările necesare pentru recunoașterea veniturilor conform Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS). Acest indicator este utilizat de management (CODM) pentru evaluarea performanței comerciale și a volumului de activitate.

În schimb, veniturile din contracte cu clienții prezentate în contul de profit sau pierdere sunt recunoscute în conformitate cu IFRS 15, pe baza momentului transferului controlului asupra serviciilor către client și a rolului Companiei în tranzacție (principal sau agent).

Ca urmare, vânzările la data rezervării nu coincid în mod direct cu veniturile IFRS și necesită o reconciliere, care include următoarele elemente principale:

1. Vânzări amânate pentru perioadele următoare

Reprezintă vânzări efectuate în exercițiul curent pentru care serviciile turistice urmează să fie prestate în exercițiile viitoare. Aceste sume nu sunt recunoscute ca venituri în perioada curentă, fiind prezentate ca datorii contractuale în bilanț.

2. Vânzări reluate din anul precedent în contul de profit și pierdere

Reprezintă vânzări efectuate în exercițiile anterioare, pentru care serviciile sunt prestate în perioada curentă. Acestea sunt recunoscute ca venituri IFRS în exercițiul curent.

3. Ajustări ale veniturilor pentru prezentarea de Agent

În situațiile în care Compania acționează ca agent (intermediar), conform IFRS 15, venitul recunoscut este limitat la comisionul aferent intermedierei, și nu la valoarea brută a serviciului vândut. Astfel, din vânzările la data rezervării se elimină valoarea brută a serviciilor și se recunoaște doar venitul net (comisionul).

4. Vânzări la data rezervării nefacturate sau neîncasate, net

Reprezintă diferențe temporare între data rezervării și data facturării sau încasării, incluzând:



- facturi emise în perioada curentă pentru vânzări cu data rezervării înregistrată în exercițiul precedent;
- vânzări cu data rezervării înregistrată în exercițiul curent, care urmează să fie facturate în exercițiul următor.

Aceste diferențe sunt ajustate pentru a reflecta corect veniturile recunoscute conform IFRS.

Cheltuielile cu Turismul (cheltuielile aferente serviciilor turistice) utilizate în perspectiva de management reflectă costurile brute asociate vânzărilor la data rezervării și sunt folosite pentru evaluarea profitabilității operaționale. Acestea nu coincid în mod direct cu cheltuielile aferente serviciilor turistice recunoscute în contul de profit sau pierdere conform IFRS, fiind necesară o reconciliere.

Reconcilierea are în vedere, în principal:

- ajustările pentru prezentarea de Agent (IFRS 15), prin care se elimină costurile brute aferente tranzacțiilor în care Compania acționează ca intermediar și recunoaște doar comisionul;
- cheltuielile în avans ale perioadei curente, aferente serviciilor ce vor fi prestate ulterior, care nu sunt recunoscute ca cheltuielă în perioada curentă;
- reluarea cheltuielilor în avans din perioadele anterioare, aferente serviciilor prestate în perioada curentă.

Prin aplicarea acestor ajustări, cheltuielile cu turismul se aliniază cu cheltuielile recunoscute conform IFRS în contul de profit sau pierdere, asigurând corelarea corectă cu veniturile aferente serviciilor prestate.

Astfel, în tabelele următoare este prezentată evoluția veniturilor, precum și a cheltuielilor aferente serviciilor turistice în perioada 2023-2025.

RON	2025					
	Pachete	Grupuri și experiențe	Zboruri și Cazări	Total Segmente	Alte segmente	Total
Vânzări la data rezervării (*)	637.952.941	187.700.525	127.864.239	953.517.705	29.436.520	982.954.225
Cheltuieli cu turismul	566.594.274	152.293.697	118.507.145	837.395.117	21.617.690	859.012.806
Profitul brut	71.358.667	35.406.828	9.357.094	116.122.588	7.818.830	123.941.419

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Vânzările la data rezervării se reconciliază cu veniturile din contractele cu clienții astfel:

RON	2025
Vânzări la data rezervării	982.954.225
Vânzări amânate pentru perioada următoare	(59.502.020)
Vânzări reluate din anul precedent în contul de profit sau pierdere	64.995.770
Ajustări ale veniturilor pentru prezentarea de Agent	(169.723.764)
Vânzări la data rezervării nefacturate sau neincasate, net	(15.701.665)
Total venituri din contracte cu clienții	803.022.546

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Cheltuielile cu Turismul se reconciliază cu cheltuielile aferente serviciilor turistice din contul de profit sau pierdere astfel:

RON	2025
-----	------

Cheltuieli cu turismul	859.012.806
Ajustări ale costurilor pentru prezentarea de Agent	(169.723.764)
Cheltuieli în avans anul curent	(73.027.566)
Cheltuieli în avans anul precedent	92.492.513
Total Cheltuieli aferente serviciilor turistice	708.753.989
Marja brută	94.268.557

Sursa: Situațiile Financiare Auditate



2024

RON	Pachete	Grupuri și experiențe	Zboruri și Cazări	Total Segmente	Alte segmente	Total
Vânzări la data rezervării (*)	538.210.538	155.916.102	145.341.043	839.467.683	19.506.840	858.974.523
Cheltuieli cu turismul	484.720.780	120.485.925	139.699.691	744.906.396	17.539.661	762.446.057
Profitul brut	53.489.758	35.430.177	5.641.352	94.561.287	1.967.178	96.528.465

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Vânzările la data rezervării se reconciliază cu veniturile din contractele cu clienții astfel:

RON	2024
Vânzări la data rezervării	858.974.523
Vânzări amânate pentru perioada următoare	(64.995.770)
Vânzări reluate din anul precedent în contul de profit sau pierdere	32.351.661
Ajustări ale veniturilor pentru prezentarea de Agent	(179.931.135)
Vânzări la data rezervării nefacturate sau neîncasate, net	(35.777.614)
Total venituri din contracte cu clienții	610.621.665

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Cheltuielile cu Turismul se reconciliază cu cheltuielile aferente serviciilor turistice din contul de profit sau pierdere astfel:

RON	2024
Cheltuieli cu turismul	762.446.057
Ajustări ale costurilor pentru prezentarea de Agent	(179.931.135)
Cheltuieli în avans anul curent	(92.492.510)
Cheltuieli în avans anul precedent	49.554.839
Total Cheltuieli aferente serviciilor turistice	539.577.251
Marja brută	71.044.414

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

2023

RON	Pachete	Grupuri și experiențe	Zboruri și Cazări	Total Segmente	Alte segmente	Total
Vânzări la data rezervării	464.400.974	138.378.247	81.652.700	684.431.921	12.956.679	697.388.600

(*)						
Cheltuieli cu turismul	421.591.553	104.837.533	80.401.726	606.830.813	11.907.782	618.738.595
Profitul brut	42.809.420	33.540.714	1.250.974	77.601.108	1.048.897	78.650.005

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Vânzările la data rezervării se reconciliază cu veniturile din contractele cu clienții astfel:

RON	2023
Vânzări la data rezervării	697.388.600
Vânzări amânate pentru perioada următoare	(32.351.661)
Vânzări reluate din anul precedent în contul de profit sau pierdere	47.402.841
Ajustări ale veniturilor pentru prezentarea de Agent	(85.779.085)
Vânzări la data rezervării nefacturate sau neîncasate, net	(28.359.800)
Total venituri din contracte cu clienții	598.300.895

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Cheltuielile cu Turismul se reconciliază cu cheltuielile aferente serviciilor turistice din contul de profit sau pierdere astfel:

RON	2023
Cheltuieli cu turismul	618.738.595
Ajustări ale costurilor pentru prezentarea de Agent	(85.779.085)
Cheltuieli în avans anul curent	(49.554.839)
Cheltuieli în avans anul precedent	51.773.553
Total Cheltuieli aferente serviciilor turistice	535.178.224
Marja brută	63.122.671

Sursa: Situațiile Financiare Auditate



*Vânzările la data rezervării reprezintă toate vânzările din cursul anilor fără alte ajustări ce țin de recunoașterea veniturilor conform standardelor de raportare, cum ar fi venitul amânat sau ajustările cu privire la recunoașterea comisionului în cadrul contractelor unde Compania este agent. Factorul Decizional Principal în Operațiuni („Chief Operating Decision Maker” – CODM) primește informația cu privire la total vânzări în funcție de data rezervării, indiferent de momentul prestării serviciului, costurile estimative asociate cu aceste vânzări și profitabilitatea brută neajustată.

În 2025, vânzările la data rezervării au fost în valoare de 982.954.225 RON, cel mai ridicat nivel din perioada analizată. Segmentul Pachete a avut ponderea cea mai mare în structura vânzărilor, generând 637.952.941 RON, reprezentând 64,90% din total – de peste trei ori mai mult decât Grupuri și Experiențe (187.700.525 RON; cu o pondere de 19,10% din total) și de aproape cinci ori mai mult decât Zboruri și Cazări (127.864.239 RON; cu o pondere de 13,01% din total). Segmentul Toate celelalte segmente a contribuit marginal, cu 29.436.520 RON (2,99%).

În 2024, vânzările la data rezervării au fost în sumă de 858.974.523 RON. Segmentul Pachete a rămas cu ponderea cea mai mare, înregistrând vânzări în valoare de 538.210.538 RON (62,66%), urmat de Grupuri și Experiențe cu 155.916.102 RON (18,15%) și Zboruri și Cazări cu 145.341.043 RON (16,92%). Toate celelalte segmente au cumulată 19.506.840 RON (2,27%).

În 2023, vânzările la data rezervării au însumat 697.388.600 RON. Segmentul Pachete a avut cea mai mare contribuție la totalul vânzărilor, generând 464.400.974 RON, ceea ce reprezintă 66,59% din total. Acesta a fost urmat de Grupuri și Experiențe, cu vânzări de 138.378.247 RON (19,84%), și de Zboruri și Cazări, cu 81.652.700 RON (11,71%). Toate celelalte segmente au avut o contribuție marginală, însumând 12.956.679 RON (1,86%).

În 2025, veniturile din contractele cu clienții Societății au fost de 803.022.546 RON, în creștere cu 31,51% comparativ cu anul 2024, Creșterea veniturilor în 2025 a fost determinată de evoluția pozitivă a numărului de pasageri (PAX), dar și de majorarea venitului mediu per rezervare, Societatea fiind orientată spre creșterea volumelor ceea ce determină consolidarea și creșterea cotei de piață.

În 2024, veniturile din contractele cu clienții au fost de 610.621.665 RON, în creștere cu 2,06% față de anul 2023. În 2023, veniturile din contractele cu clienții au totalizat 598.300.895 RON.

Societatea a raportat alte venituri operaționale în valoare de 3.759.978 RON în anul 2025, în creștere cu 54,02% față de anul 2024, când valoarea acestora s-a situat la nivelul de 2.441.241 RON, ceea ce a reprezentat un avans de 62,18% comparativ cu valoarea raportată în anul 2023, de 1.505.310 RON. În această categorie sunt incluse comisioanele obținute din activitatea de intermediere a asigurărilor de călătorie. Aceste venituri provin din acorduri încheiate cu asigurătorii și reflectă comisioanele obținute pentru facilitarea emiterii polițelor de asigurare.

Modul de recunoaștere a veniturilor din contractele cu clienții

Societatea recunoaște veniturile atunci când controlul asupra bunurilor sau serviciilor distincte este transferat clientului, în conformitate cu IFRS 15. Atunci când Societatea controlează serviciul înainte de transferul către client, aceasta acționează ca principal și recunoaște venitul și costurile aferente pe bază brută (de exemplu, activități proprii de tur-operator și bilete charter vândute individual).

Atunci când Societatea nu controlează serviciul de bază (de exemplu, camere de hotel, bilete de avion sau pachete achiziționate de la alți tur-operatori), aceasta acționează ca agent și recunoaște venitul net, limitat la valoarea comisionului încasat.

Contractele Societății prevăd, de regulă, plăți în avans (parțiale sau integrale) înainte de prestarea serviciilor, în linie cu practicile comerciale din industria turismului. Aceste încasări în avans sunt recunoscute ca datorii contractuale până la îndeplinirea obligațiilor. Pe măsură ce Societatea transferă controlul serviciilor, progresiv pe durata sejurului sau la un moment în timp (de exemplu, la efectuarea zborului), partea corespunzătoare din datoriile contractuale se reclasifică în venit. Modelul de încasare a numerarului nu influențează momentul recunoașterii veniturilor, care rămâne strict corelat cu transferul controlului asupra serviciilor turistice contractate de clienți.

Societatea utilizează facilitatea practică oferită de IFRS 15.121(a) – nu prezintă obligațiile de performare rămase deschise la finalul perioadei de raportare pentru contractele care au o durată inițială estimată de un an sau mai puțin. Compania prezintă informații doar pentru obligațiile de performare deschise la sfârșitul anului, aferente contractelor cu o durată inițială de peste douăsprezece luni, respectiv cele în care există minimum douăsprezece luni între începutul contractului (de regulă, data începerii serviciului) și sfârșitul contractului (de regulă, finalizarea serviciului).

Veniturile în funcție de momentul recunoașterii acestora:

RON	2025	2024	2023
Venit recunoscut pe parcursul timpului	796.695.686	600.023.524	591.329.384
Venit recunoscut la un moment specific în timp	6.326.860	10.598.141	6.971.523
Total	803.022.546	610.621.665	598.300.895

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Situația datoriilor contractuale (obligațiile neîndeplinite rezultate din vânzarea pachetelor turistice către clienți) este prezentată în tabelul următor:

RON	2025	2024	2023
La 1 ianuarie	64.995.770	32.351.661	47.402.841
Amânate pentru perioada următoare	59.502.020	64.995.770	32.351.661
Reluate din anul precedent în contul de profit sau pierdere	(64.995.770)	(32.351.661)	(47.402.841)
Modificarea datoriilor contractuale în cursul anului	(5.493.750)	32.644.109	(15.051.180)
La 31 decembrie			

	59.502.020	64.995.770	32.351.661
<i>Datorii contractuale curente</i>	<i>59.502.020</i>	<i>64.995.770</i>	<i>32.351.661</i>

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Cheltuieli de exploatare

În tabelul de mai jos este prezentată situația evoluției cheltuielilor de exploatare. În 2025, cheltuielile de exploatare au fost în sumă de 771.882.734 RON, în creștere de 30,47%, comparativ cu anul 2024 când se situau la valoarea de 591.638.368 RON, cu 3,55% peste valoarea raportată la 31 decembrie 2023, de 571.357.195 RON. Creșterea din 2025 a cheltuielilor de exploatare este rezultatul creșterii organice a activității, dar și ca urmare a integrării rețelei de 15 agenții German Touristik Group.

RON	2025	2024	2023
Cheltuieli aferente serviciilor turistice	708.753.989	539.577.251	535.178.224
Cheltuieli cu beneficiile angajaților	27.350.166	21.349.193	16.725.582
Depreciere și amortizare	9.675.616	6.277.326	5.602.466
Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale	(2.384.780)	58.289	(3.670.565)
Alte cheltuieli din exploatare	28.487.743	24.376.309	17.521.488
Total	771.882.734	591.638.368	571.357.195

Sursa: Calcul Emitent pe baza Situațiilor Financiare Auditate

Cheltuielile aferente serviciilor turistice

Cheltuielile aferente serviciilor turistice reprezintă cheltuielile suportate pentru prestarea serviciilor turistice. Acestea includ toate costurile aferente achiziției și furnizării serviciilor de transport aerian, serviciilor de cazare și altor costuri similare care intră în componența pachetelor turistice oferite clienților. Această categorie reprezintă peste 90% din totalul cheltuielilor operaționale raportate de Societate în perioada analizată, 2023-2025. La 31 decembrie 2025 valoarea acestora a fost de 708.753.989 RON, în creștere cu 31,35% comparativ cu anul 2024 când s-au situat la nivelul de 539.577.251 RON, ceea ce a reprezentat o creștere de 0,82% față de valoarea anului 2023, de 535.178.224 RON.

Modul de reconciliere a cheltuielilor cu turismul din perspectiva de management cu cheltuielile aferente serviciilor turistice raportate în contul de profit sau pierdere conform IFRS este prezentată mai sus.

Cheltuielile cu beneficiile angajaților

Cheltuielile cu beneficiile angajaților au înregistrat o creștere de 28,11% în 2025 ajungând la valoarea de 27.350.166 RON, comparativ cu suma de 21.349.193 RON înregistrată în anul 2024. Această creștere a fost determinată de creșterea numărului de salariați și de ajustarea salariilor cu inflația. Dacă analizăm ca și pondere din totalul veniturilor, cheltuielile cu beneficiile angajaților au reprezentat 3,41% din veniturile din contractele cu clienții raportate în 2025, ceea ce este ușor sub nivelul din 2024, când au avut o pondere de 3,50% din venituri. Totodată, a fost înregistrată o creștere de 27,64% în 2024 comparativ cu nivelul anului 2023, când au totalizat 16.725.582 RON.

Alte cheltuieli de exploatare

RON	2025	2024	2023
Cheltuieli de protocol, promovare și publicitate	7.850.941	9.401.564	5.332.101
Servicii profesionale	3.520.181	2.110.116	1.186.796
Cheltuieli cu impozitul pe cifra de afaceri	2.223.312	3.996.278	-
Comisioane bancare și alte taxe similare	2.006.519	1.825.461	1.232.552
Servicii IT	1.702.485	1.082.864	1.024.944
Servicii de call center	1.482.685	1.726.889	2.181.259
Sponsorizare	1.999.865	12.577	404.032
Servicii de management	991.056	1.396.683	1.249.950

Cheltuieli cu utilitățile	497.293	353.970	469.733
Alte cheltuieli	6.213.406	2.469.907	4.440.121
Total	28.487.743	24.376.309	17.521.488

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Totalul altor cheltuieli operaționale a crescut la 28.487.743 RON în 2025, de la 24.376.309 RON în 2024 și 17.521.488 RON în 2023, ceea ce corespunde unei creșteri de 16,87% în 2025 față de 2024 și de 39,12% în 2024 față de 2023. Creșterea din 2025 este explicată, în principal, de cheltuielile cu serviciile profesionale, IT, comisioanele bancare, sponsorizări și utilități, care au fost parțial contrabalansate de scăderea cheltuielilor de promovare și publicitate, a cheltuielilor cu impozitul pe cifra de afaceri, cu serviciile de call center, dar și cele de management.

În 2025, cele mai mari ponderi în total au fost: cheltuielile de promovare și publicitate cu 27,56%, alte cheltuieli cu 21,81% și serviciile profesionale cu 12,36%. Cheltuielile de promovare s-au redus față de 2024 (cu 16,49%), dar au rămas principala componentă. În cursul exercițiului financiar, sponsorizările au înregistrat o creștere semnificativă, ajungând la 1.999.865 RON, comparativ cu 12.577 RON în anul 2024. Suma a fost direcționată către Fundația Christian Hope, ONG afiliat, în conformitate cu prevederile legale aplicabile. Această evoluție reflectă o decizie strategică punctuală de intensificare a implicării sociale, corelată cu performanța financiară a companiei în perioada analizată. Impactul asupra poziției financiare este limitat, iar nivelul sponsorizărilor se încadrează în plafonul fiscal permis, fără a afecta stabilitatea fluxurilor de numerar sau planurile de investiții ale companiei. Cheltuielile cu serviciile profesionale și IT au continuat tendința de creștere, iar comisioanele bancare au avansat moderat. Cheltuielile cu serviciile de call center au scăzut cu 14,14%, iar cele cu servicii de management cu 29,04%. Deși cheltuiala cu impozitul pe cifra de afaceri (IMCA) evidențiată în cheltuielile de exploatare înregistrează o scădere în anul 2025 comparativ cu 2024, cheltuiala totală cu impozitele aferente activității curente trebuie analizată cumulativ, împreună cu cheltuiala cu impozitul pe profit, care a crescut în aceeași perioadă. În 2025, cheltuiala totală cu impozitele (impozit pe profit + impozit pe cifra de afaceri – IMCA) a fost în sumă de 6.797.227 RON, ceea ce reprezintă o creștere de 9,88% comparativ cu valoarea totală a anului 2024.

În 2024, cele mai mari ponderi au fost: promovare și publicitate (38,57% din total), taxa pe cifra de afaceri (16,39%) și alte cheltuieli (10,13%). Avansul total din 2024 față de 2023 a fost determinat în special de creșterea cheltuielilor de marketing și promovare, de introducerea taxei pe cifra de afaceri (care a fost zero în 2023), precum și de majorarea costurilor cu serviciile profesionale și IT.

În 2023, cheltuielile de promovare și publicitate au avut cea mai mare pondere, de 30,43% din total, urmată de alte cheltuieli, cu 25,34% și serviciile de call center cu 12,45%.

Deprecierea și amortizarea

Cheltuielile cu deprecierea și amortizarea au înregistrat o creștere semnificativă în 2025, majorându-se cu 54,14% și ajungând la 9.675.616 RON, față de 6.277.326 RON în 2024. În anul 2024, acestea au crescut cu 12,05% comparativ cu nivelul din 2023, când s-au situat la 5.602.466 RON.

Ca pondere în veniturile din contracte cu clienții, cheltuielile cu deprecierea și amortizarea au reprezentat 1,20% în 2025, 1,03% în 2024 și 0,94% în 2023, menținându-se la un nivel redus în structura totală a cheltuielilor operaționale.

Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale

Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale reprezintă ajustările pentru pierderi așteptate aferente creanțelor comerciale. Acestea reflectă modificările în nivelul provizioanelor constituite pentru riscul de neîncasare al creanțelor de la clienți.

În 2025, ajustările pentru pierderi așteptate aferente creanțelor comerciale au avut un impact net pozitiv de 2.384.780 RON asupra rezultatului, reflectând îmbunătățirea estimărilor privind gradul de recuperare a creanțelor. În 2024, această linie a înregistrat o cheltuială modestă de 58.289 RON, indicând o ușoară majorare a pierderilor așteptate față de perioada anterioară. În 2023, poziția a reflectat un efect pozitiv semnificativ de 3.670.565 RON, pe fondul unei reevaluări favorabile a portofoliului de creanțe.

EBITDA



EBITDA este utilizată ca indicator al performanței operaționale, întrucât reflectă rezultatul activității de bază înainte de impactul politicilor de finanțare, al impozitării și al elementelor contabile non-cash. Indicatorul este determinat pe baza situațiilor financiare întocmite în conformitate cu Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS).

În anul 2025, EBITDA a atins valoarea de 45.071.080 RON, în creștere cu 62,70% față de 2024, când EBITDA s-a situat la 27.701.864 RON, nivel care, la rândul său, a fost cu 18,65% mai redus comparativ cu 2023, când EBITDA a înregistrat 34.051.476 RON. EBITDA ajustată a fost de 44.413.938 RON în 2025, reprezentând o creștere de 39,86% față de 2024, când EBITDA ajustată a fost de 31.756.431 RON, valoare în creștere cu 4,53% față de 2023, când s-a situat la 30.380.911 RON.

EBITDA ajustată reflectă o normalizare a performanței operaționale prin eliminarea unor elemente considerate nerecurente sau non-operaționale, astfel încât indicatorul să ofere o imagine mai relevantă asupra capacității recurente de generare a profitului din activitatea de bază a Societății. Ajustările aplicate includ excluderea pierderilor așteptate din deprecierea creanțelor comerciale și a altor câștiguri sau pierderi nete, precum și includerea cheltuielilor cu impozitul pe cifra de afaceri.

RON	2025	2024	2023
Profit înainte de impozitare	36.441.917	28.346.358	33.555.546
(+) Cheltuieli financiare	2.938.059	1.977.649	643.311
(-) Venituri financiare	3.984.512	8.899.469	5.749.847
(+) Depreciere și amortizare	9.675.616	6.277.326	5.602.466
EBITDA	45.071.080	27.701.864	34.051.476

(-) Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale	2.384.780	(58.289)	3.670.565
(-) Alte câștiguri/(pierderi) – nete	495.674	-	-
(+) Cheltuieli cu impozitul pe cifra de afaceri	2.223.312	3.996.278	-

EBITDA Ajustată	44.413.938	31.756.431	30.380.911
------------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Sursa: Calcul Emitent pe baza Situațiilor Financiare Auditate

Rezultatul financiar net

RON	2025	2024	2023
Venituri din dobânzi	2.294.630	3.689.841	781.924
Alte câștiguri financiare	-	(52.242)	-
Câștig din diferențe de curs valutar	1.689.882	5.157.386	4.967.923
Venituri financiare	3.984.512	8.899.469	5.749.847
Cheltuieli cu dobânzile	(2.744.453)	(1.977.649)	(643.311)
Alte pierderi financiare	(193.606)	-	-
Cheltuieli financiare	(2.938.059)	(1.977.649)	(643.311)
Rezultatul financiar net	1.046.453	6.921.820	5.106.536

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Veniturile din dobânzi au scăzut în 2025 la 2.294.630 RON, față de 3.689.841 RON în 2024, după o creștere semnificativă în 2024 comparativ cu valoarea de 781.924 RON în 2023. Alte câștiguri financiare au fost în valoare de 52.242 RON doar în 2024, neînregistrându-se sume în 2025 și 2023. Câștigurile din diferențe de curs valutar au fost mai ridicate în 2024, în valoare de 5.157.386 RON, față de 4.967.923 RON în 2023, dar s-au redus la 1.689.882 RON în 2025. Veniturile financiare totale au atins un vârf în 2024, de 8.899.469 RON, peste nivelul anului 2023, de 5.749.847 RON. În 2025 au scăzut la 3.984.512

RON, fiind determinate atât de reducerea câștigurilor din curs valutar, cât și de venituri din dobânzi mai mici.

Cheltuielile financiare totale au crescut de la 643.311 RON în 2023 la 1.977.649 RON în 2024 și apoi la 2.938.059 RON în 2025. Creșterea este determinată în principal de majorarea cheltuielilor cu dobânzile, la care s-au adăugat, în 2025, alte pierderi financiare. Cheltuielile cu dobânzile au crescut succesiv, de la 643.311 RON în 2023, la 1.977.649 RON în 2024, respectiv 2.744.453 RON în 2025. Alte pierderi financiare au fost raportate doar în 2025, în sumă de 193.606 RON, nefiind raportate în 2024 și 2023.

Rezultatul financiar net a fost un câștig în toți cei trei ani, însă a scăzut la 1.046.453 RON în 2025, de la 6.921.820 RON în 2024 și 5.106.536 RON în 2023. Reducerea câștigului net în 2025 reflectă diminuarea veniturilor financiare (dobânzi și diferențe de curs) și creșterea costului cu dobânzile.

Impozitul pe profit

În 2025, profitul impozabil a fost mai mare (pe fondul creșterii veniturilor și al rezultatului operațional), astfel că impozitul pe profit a urcat la 4.573.915 RON (față de 2.189.854 RON în 2024). Impactul fiscal aferent activității curente trebuie analizat împreună cu porțiunea de impozit pe cifra de afaceri evidențiată în cheltuielile de exploatare. Societatea se încadrează în sfera de aplicare a regimului IMCA. Impozitul pe profit calculat este mai mic decât impozitul minim pe cifra de afaceri, deci Societatea este obligată să plătească impozitul determinat conform regimului IMCA. Societatea prezintă partea din impozit calculată pe baza profitului impozabil ca impozit pe profit și recunoaște orice sumă suplimentară, peste aceasta, ca o cheltuială operațională.

În 2025, pe fondul creșterii veniturilor, impozitul pe cifra de afaceri a urcat la 6.842.123 RON (față de 5.952.135 RON în 2024), adică o creștere de 14,95%. Conform politicilor contabile adoptate de către Societate, acest impozit a fost reflectat o parte ca și cheltuială cu impozitul curent (4.618.811 RON în 2025 și 1.955.857 RON în 2024) iar diferența ca și cheltuială operațională (2.223.312 RON în 2025 vs. 3.996.278 RON în 2024).

Profitul net

În 2025 comparativ cu anul 2024, profitul net a crescut la 31.868.002 RON, de la 26.156.504 RON, ceea ce reprezintă o majorare de 21,84%. În 2024 profitul net a scăzut la 26.156.504 RON de la nivelul anului 2023, de 29.995.611 RON, înregistrând o diminuare de 12,80%. Scăderea profitului aferent exercițiului financiar 2024, comparativ cu anul 2023, a fost determinată în principal de creșterea investițiilor realizate pentru dezvoltarea companiei, precum și de majorarea costurilor operaționale asociate extinderii activității. În această perioadă, compania a continuat să investească în extinderea rețelei de distribuție, în activități de marketing și promovare, precum și în dezvoltarea infrastructurii IT, măsuri care susțin creșterea pe termen mediu și lung. Un factor suplimentar care a contribuit la scăderea profitului net în 2024 comparativ cu 2023 îl reprezintă aplicarea impozitului minim pe cifra de afaceri (IMCA), reglementare intrată în vigoare începând cu anul 2024.

În același timp, veniturile au continuat să înregistreze o evoluție pozitivă, iar modelul de business rămâne profitabil și generativ de numerar. Această evoluție este considerată una normală pentru o etapă de consolidare și dezvoltare a companiei.

Situația fluxurilor de numerar

RON	2025	2024	2023
Fluxuri de numerar din activități de exploatare:			
Profit aferent exercițiului financiar	31.868.002	26.156.504	29.995.611
<i>Ajustări pentru:</i>			
Cheltuieli cu deprecierea	8.583.400	5.859.921	5.186.839
Cheltuieli cu amortizarea	1.092.216	417.405	415.627
Pierderi așteptate din deprecierea creanțelor comerciale	2.384.780	(58.289)	3.670.565

RON	2025	2024	2023
Provizioane	-	(482.404)	482.404
Câștig din cedarea imobilizărilor corporale	(495.674)	-	-
Câștig nerealizat din diferențe de curs valutar	(427.885)	(801.890)	(7.727)
Venituri din dobânzi	(2.294.630)	(3.689.841)	(781.924)
Cheltuieli cu dobânzile	2.744.453	1.977.649	643.311
Alte pierderi / (câștiguri) financiare	193.606	(52.242)	-
Cheltuială cu impozitul pe profit	4.573.915	2.189.854	3.559.935
<i>Modificări în:</i>			
Creanțe comerciale	(23.842.889)	25.353.583	(11.486.964)
Alte active financiare curente	5.781.186	(4.720.056)	(913.972)
Cheltuieli înregistrate în avans	3.438.289	(42.937.671)	2.218.714
Datorii comerciale	(11.393.915)	(23.478.869)	26.541.270
Obligații privind beneficiile angajaților	616.173	154.910	304.212
Alte datorii	(3.892.882)	1.897.346	(6.525.726)
Datorii contractuale	(5.493.750)	32.644.109	(15.051.180)
Numerar generat din activități operaționale	13.434.395	20.430.019	38.250.995
Dobânzi plătite	(3.231.087)	(1.528.448)	(605.878)
Impozitul pe profit plătit	(4.339.528)	(2.569.375)	(2.740.214)
Flux net de numerar din activitățile de exploatare	5.863.780	16.332.196	34.904.903
Fluxuri de numerar din activități de investiții:			
Plăți pentru achiziția de imobilizări corporale	(938.967)	(813.830)	(2.174.782)
Plăți pentru achiziția de active necorporale	(2.594.178)	(1.577.369)	(34.456)
Plăți pentru achiziția unei afaceri	(10.311.310)	-	-
Venituri din vânzarea imobilizărilor corporale	2.392.421	-	-
Numerar restricționat	-	-	994.946
Încasări din depozite constituite în scopuri de investiții	-	-	4.961.657
Împrumuturi acordate acționarilor	-	(17.003.358)	(12.446.408)
Încasări din împrumuturile acordate părților afiliate	26.427.191	-	-
Încasări din împrumuturile acordate acționarilor	4.494.216	-	-
Dobânzi încasate	4.466.058	1.737.833	562.504
Flux net de numerar (utilizat) / generat în / din activitățile de investiții	23.935.431	(17.656.724)	(8.136.539)
Fluxuri de numerar din activități de finanțare:			
Încasări din împrumuturi	34.244.685	8.980.750	-
Rambursări de împrumuturi	(22.668.031)	(7.810.784)	(8.088.222)
Încasări din împrumuturi primite de la acționari	-	-	5.000.000
Rambursări de împrumuturi către acționari	(4.101.599)	-	-
Rambursări ale obligațiilor de leasing	(5.659.675)	(4.447.014)	(4.281.352)
Dividende plătite	(34.000.327)	(3.524.915)	(1.811.960)
Flux net de numerar (ieșire) din activitățile de finanțare	(32.184.947)	(6.801.963)	(9.181.534)



RON	2025	2024	2023
Creștere/(descreștere) netă a numerarului și echivalentelor de numerar	(2.385.733)	(8.126.491)	17.586.830
Numerar și echivalente de numerar la 1 ianuarie	16.494.189	24.620.680	7.033.850
Numerar și echivalente de numerar la 31 decembrie	14.108.453	16.494.189	24.620.680

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Numerar net din activități de exploatare

Fluxul de numerar net din exploatare a scăzut la 5.863.780 RON în 2025, de la 16.332.196 RON în 2024, pe fondul nevoii de capital de lucru: creanțele comerciale au crescut (ieșire de numerar) cu 23.842.889 RON, datoriile comerciale s-au redus (ieșire de 11.393.915 RON) și datoriile din contracte s-au diminuat (ieșire de 5.493.750 RON). Dobânzile plătite în valoare de 3.231.087 RON și impozitul pe profit plătit în sumă de 4.339.528 RON au contribuit suplimentar la reducerea fluxului de numerar operațional.

Comparativ cu anul 2023, fluxul de numerar net din exploatare s-a redus la 16.332.196 RON în 2024, de la 34.904.903 RON, în principal din cauza creșterii plăților în avans pentru servicii turistice, în valoare de 42.937.671 RON și a scăderii datoriilor comerciale, în valoare de 23.478.869 RON (ieșire de numerar), parțial compensate de reducerea creanțelor, intrare de numerar de 25.353.583 RON și majorarea datoriilor contractuale (intrare de 32.644.109 RON pe fondul încasărilor în avans). Încasările în avans de la clienți sunt recunoscute ca datorii din contracte, apoi reclasificate în venituri pe măsura prestării (de regulă pe parcursul sejurului), în conformitate cu IFRS 15, astfel, creșterea datoriilor din contracte generează intrare de numerar fără impact simultan în P&L, iar scăderea lor determină concomitent recunoașterea în venit.

Numerar net din activități de investiții

În 2025, numerarul net din activitatea de investiții s-a situat în teritoriu pozitiv, la valoarea de 23.935.431 RON, comparativ cu anul 2024, când s-a situat la valoarea negativă de 17.656.724 RON. Principala sursă a acestei evoluții a fost încasarea împrumuturilor acordate părților afiliate, în valoare de 26.427.191 RON, încasarea din împrumuturile acordate acționarilor în sumă de 4.494.216 RON, dobânzi încasate în valoare de 4.466.058 RON, precum și vânzarea de imobilizări corporale, în valoare de 2.392.421 RON. Aceste intrări au compensat investițiile în active necorporale, în valoare de 2.594.178 RON și plățile pentru achiziția operațiunilor German Touristik Group în valoare de 10.311.310 RON. La 29 noiembrie 2024, Compania a semnat un acord de transfer de business pentru preluarea activităților German Touristik Group. Tranzacția a inclus o rețea de 15 agenții de turism, împreună cu activele și angajații aferenți, portofoliul activ de clienți, datele asociate și sistemele IT utilizate (software, licențe și baze de date). Deși contractul a fost semnat în noiembrie 2024, transferul efectiv al activității, inclusiv preluarea contractelor de închiriere și a angajaților, s-a finalizat în ianuarie 2025. În consecință, data achiziției, din perspectiva raportării contabile, este ianuarie 2025, moment în care Societatea a obținut controlul asupra activităților transferate.

În 2024, fluxul de numerar net aferent activității de investiții a fost o ieșire de 17.656.724 RON, determinată în principal de acordarea unui împrumut către acționari, în sumă de 17.003.358 RON, care a diminuat semnificativ numerarul disponibil. În 2023, numerarul net aferent activității de investiții (ieșire) a fost în valoare de 8.136.539 RON, influențat de valoarea împrumutului acordat acționarilor, în sumă de 12.446.408 RON.

Numerar net din activități de finanțare

În anul 2025, numerarul net din activitatea de finanțare s-a situat în teritoriu negativ, respectiv la valoarea de 32.184.947 RON, evoluție determinată de dividendele plătite în valoare de 34.000.327 RON, dar și de rambursarea unor împrumuturi în valoare de 22.668.031 RON, care au fost peste valoarea încasărilor din împrumuturi în sumă de 34.244.685 RON. Totodată, atât în 2024, cât și în 2023 fluxul de numerar din activitatea de finanțare a fost negativ, în valoare de 6.801.963 RON și, respectiv, 9.181.534, ca urmare a plăților efectuate pentru împrumuturi și contracte de leasing.

Situația poziției financiare

RON	31-Dec-25	31-Dec-24	31-Dec-23
-----	-----------	-----------	-----------

Active			
Active imobilizate			
Imobilizări corporale	18.730.289	3.656.983	3.799.170
Active aferente drepturilor de utilizare	38.990.265	27.198.883	11.689.492
Imobilizări necorporale	4.718.280	3.902.550	2.742.587
Fond comercial	9.622.380	-	-
Împrumuturi către părți afiliate	-	4.038.752	3.456.867
Active privind impozitul pe profit amânat	178.759	133.863	367.860
Total active imobilizate	72.239.973	38.931.031	22.055.976
Active curente			
Creanțe comerciale	33.296.833	11.838.724	37.134.018
Împrumuturi către părți afiliate	190.468	29.362.900	12.060.136
Cheltuieli înregistrate în avans	73.027.566	92.492.511	49.554.837
Alte active financiare curente	1.711.068	7.442.291	2.722.236
Numerar și echivalente de numerar	14.108.453	16.494.189	24.620.680
Total active curente	122.334.388	157.630.615	126.091.907
Total active	194.574.361	196.561.646	148.147.883
Capitaluri proprii			
Capital social	4.610.000	4.610.000	4.610.000
Alte rezerve	922.000	922.000	922.000
Rezultatul reportat	57.076.377	60.656.523	41.869.232
Total capitaluri proprii	62.608.377	66.188.523	47.401.232
Datorii			
Datorii pe termen lung			
Datorii din contracte de leasing	34.195.491	24.146.186	7.847.009
Împrumuturi de la părți afiliate	-	4.588.233	4.139.032
Total datorii pe termen lung	34.195.491	28.734.419	11.986.041
Datorii curente			
Datorii comerciale	9.377.270	20.771.185	44.250.104
Datorii contractuale	59.502.020	64.995.770	32.351.661
Împrumuturi de la bănci	12.746.255	1.169.601	-
Datorii din contracte de leasing	5.912.015	3.918.486	4.306.602
Datorii privind impozitul pe profit curent	1.222.060	942.777	1.556.295
Obligații privind beneficiile angajaților	2.027.362	1.411.189	1.256.279
Provizioane	100.000	100.000	582.404
Alte datorii	6.883.511	8.329.696	4.457.265
Total datorii curente	97.770.493	101.638.704	88.760.610
Total datorii	131.965.984	130.373.123	100.746.651
Total capitaluri proprii și datorii	194.574.361	196.561.646	148.147.883

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

Active imobilizate

Activele imobilizate au înregistrat o creștere semnificativă pe parcursul perioadei analizate, majorându-se de la 22.055.976 RON în 2023, la 38.931.031 RON în 2024 și la 72.239.973 RON în 2025. Evoluția reflectă extinderea operațiunilor, dar și investițiile în infrastructura tehnică.

Valoarea imobilizărilor corporale a ajuns în 2025 la valoarea de 18.730.289 RON, fiind de cinci ori peste nivelul anului 2024, de 3.656.983 RON. În 2023 valoarea imobilizărilor corporale a fost de 3.799.170 RON. Majorarea substanțială din 2025 rezultă în principal din achiziția de autobuze, autoturisme și teren în valoare de aproximativ 16 milioane RON de la o entitate afiliată.

Activele aferente dreptului de utilizare au crescut la valoarea de 38.990.265 RON în 2025, ceea ce reprezintă un avans de 43,35% comparativ cu nivelul anului 2024, de 27.198.883 RON și, respectiv, cu 132,68% mai mult față de valoarea anului 2023, de 11.689.492 RON. Activele aferente dreptului de utilizare au crescut pe fondul încheierii și reînnoirii de contracte de leasing pentru locațiile agenților.

Imobilizările necorporale au crescut de la 2.742.587 RON în 2023, la 3.902.550 RON în 2024 și la 4.718.280 RON 2025. Evoluția reflectă investiții continue în dezvoltarea și îmbunătățirea sistemelor IT și soluțiilor software utilizate pentru operarea eficientă a activității de turism.

În 2025, Societatea a recunoscut fond comercial în valoare de 9.622.380 RON, ca urmare a achiziției operațiunilor German Touristik Group.

Soldul împrumuturilor către părți afiliate pe termen lung a ajuns la valoarea zero în 2025, ca urmare a rambursării integrale a împrumuturilor. În 2024 soldul acestora a fost de 4.038.752 RON, iar în 2023 de 3.456.867 RON.

Active circulante

Activele circulante au ajuns în 2025 la valoarea de 122.334.388 RON, de la 157.630.615 RON în 2024 și, respectiv, 126.091.907 RON în 2023. Evoluția reflectă modificările sezoniere specifice industriei, rambursarea unor împrumuturi între părți afiliate și ajustări la nivelul cheltuielilor în avans către furnizori. Pondere semnificativă este reprezentată de cheltuielile în avans pentru rezervarea capacităților de zbor și cazare, caracteristică operatorilor de turism.

Soldul creanțelor comerciale s-a redus semnificativ în 2024 comparativ cu 2023, de la 37.134.018 RON în 2023 la 11.838.724 RON în 2024. În 2025, creanțele au crescut la valoarea de 33.296.833 RON, pe fondul volumului mai mare de vânzări.

Împrumuturile acordate părților afiliate curente au ajuns în 2025 la valoarea de 190.468 RON datorită recuperării împrumuturilor acordate. În 2024 soldul era în sumă de 29.362.900 RON.

Cheltuielile în avans au înregistrat o evoluție dinamică în perioada analizată, specifică operatorilor din turism, determinată de politica de achiziție în avans a capacităților de zbor și cazare. În 2025, valoarea acestora a ajuns la 73.027.566 RON, sub nivelul anului 2024 de 92.492.511, iar în 2023 au fost în sumă 49.554.837 RON.

Numerarul disponibil a scăzut în 2025 la valoarea de 14.108.453 RON, de la 16.494.189 RON în 2024 și, respectiv, de la suma de 24.620.680 înregistrată în 2023. Modelul de business al Christian Tour este generativ de numerar, însă nivelul fluxurilor de numerar poate fi influențat de investițiile realizate pentru extinderea capacității, dezvoltarea de produse turistice și susținerea creșterii pe termen mediu. În acest context, oportunitățile de creștere prin achiziții rămân relevante pentru companie, având în vedere potențialul acestora de a consolida poziția pe piață, de a extinde portofoliul de servicii și de a genera profitabilitate și sinergii operaționale pe termen mediu și lung.

Valoarea altor active financiare curente a crescut în 2024 la suma de 7.442.291 RON, fiind incluse în principal solduri ale părților afiliate reprezentând creanțe rezultate din costuri refacturate către alte entități afiliate. În 2025, soldul acestora s-a redus la 1.711.068 RON, odată cu încasarea acestora.

În tabelul următor este prezentată evoluția împrumuturilor către și de la părți afiliate în perioada 2023-2025.

RON	2025	2024	2023
<i>Împrumuturi acordate acționarilor</i>			
Sold la începutul anului	28.178.216	10.332.189	-
Împrumuturi acordate	-	17.003.358	12.446.408
Discounting (Distribuire de capital)	-	(1.640.364)	(2.126.933)

Rambursări de împrumut primite	(26.427.190)	-	-
Dobândă calculată	1.074.631	1.714.912	-
Dobândă încasată	(2.825.657)	-	-
Alte cheltuieli nemonetare	-	768.121	12.714
Sold la sfârșitul anului	-	28.178.216	10.332.189
<i>Împrumuturi către alte părți afiliate</i>			
Sold la începutul anului	5.223.436	5.184.814	5.868.916
Împrumuturi acordate	-	-	-
Discounting (Distribuire de capital)	998.876	(228.850)	(350.576)
Rambursări de împrumut primite	(4.494.216)	-	(559.309)
Compensări (*)	(1.117.226)	-	-
Dobândă calculată	226.587	237.095	219.420
Dobândă încasată	(646.988)	-	-
Alte cheltuieli nemonetare	-	30.377	-
Sold la sfârșitul anului	190.468	5.223.436	5.184.814
<i>Împrumuturi primite de la acționari</i>			
Sold la începutul anului	4.588.233	4.139.032	-
Împrumuturi acordate	-	-	5.000.000
Discounting (Aport de capital)	-	-	(898.401)
Rambursări de împrumut efectuate	(4.101.599)	-	-
Dobândă calculată	411.767	449.201	37.433
Dobândă plătită	(898.401)	-	-
Sold la sfârșitul anului	-	4.588.233	4.139.032

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

* Compensările reprezintă sume de primit compensate cu datoriile rezultate din achiziția de active de la aceeași parte afiliată.

Capitaluri proprii

Capitalurile proprii au ajuns în 2025 la valoarea de 62.608.377 RON, în scădere comparativ cu 2024, când se situau la valoarea de 66.188.523 RON, iar în 2023 au fost în sumă de 47.401.232 RON. Evoluția reflectă profitabilitatea constantă a societății, dar și distribuirea de dividende în 2024 și 2025.

Capitalul social și rezervele au rămas constante în perioada analizată, fără modificări până la 31 decembrie 2025. Rezervele includ rezerva legală deja constituită în conformitate cu legislația aplicabilă.

Rezultatul reportat a crescut semnificativ 2024 pe fondul profitului net, dar s-a diminuat în 2025, ca urmare a dividendelor aprobate pentru distribuire, în valoare de 36.447.024 RON.

Datorii

Datorii pe termen lung

Datoriile pe termen lung au crescut în 2025 la valoarea de 34.195.491 RON, fiind cu 19,01% peste nivelul anului 2024, de 28.734.419 RON și, totodată, peste valoarea din 2023, de 11.986.041 RON. Majorarea rezultă aproape integral din creșterea obligațiilor din contractele de leasing.

Nivelul datoriilor aferente contractelor de leasing pe termen lung a crescut substanțial, totalizând 34.195.491 RON în 2025, ceea ce reprezintă un avans de 41,62% față de 2024, când valoarea acestora era de 24.146.186 RON. La 31 decembrie 2023 valoarea acestora era de 7.847.009 RON. Creșterea este determinată de extinderea rețelei de agenții, încheierea de noi contracte pe termen lung și integrarea contractelor de leasing aferente German Touristik Group.

Datorii pe termen scurt

Datoriile pe termen scurt au fluctuat în perioada analizată, cu o valoare de 97.770.493 RON la 31 decembrie 2025, ceea ce reprezintă o scădere comparativ cu totalul anului 2024, de 101.638.704 RON

care a fost cu 14,51% mai mare față de 2023, când soldul se situa la valoarea de 88.760.610 RON. Structura reflectă specificul industriei: avansurile de la clienți, datoriile către furnizori și soldurile din contracte de leasing.

Datoriile comerciale au scăzut semnificativ, fiind în sumă de 9.377.270 RON la 31 decembrie 2025, fiind cu 54,85% sub nivelul anului 2024, de 20.771.185 RON, când au înregistrat, de asemenea, o scădere de 53,06% comparativ cu 2023, când soldul era de 44.250.104 RON. Ajustarea reflectă o optimizare a ciclului de plată și o reducere a expunerilor față de furnizorii de servicii turistice.

Datoriile contractuale au crescut semnificativ în 2024, la 64.995.770 RON, ca efect al nivelului ridicat al rezervărilor pentru sezonul următor. În 2025 s-au redus moderat, cu 8,45%, la 59.502.020 RON, pe fondul unui ritm mai rapid al livrării pachetelor turistice și normalizării fluxurilor de rezervări.

Împrumuturile bancare pe termen scurt au crescut în 2025 la valoarea de 12.746.255 RON, de la 1.169.601 RON ca efect al utilizării facilității de credit pentru acoperirea nevoilor sezoniere de capital de lucru. În 2024, Societatea a încheiat un acord de tip credit ceiling facility, care rămâne valabil până la 6 noiembrie 2028. La 31 decembrie 2025, Societatea a utilizat suma de 2.500.001 EUR (echivalent 12.746.255 RON) din această facilitate. În plus, la 31 decembrie 2025, Societatea avea contractată și o facilitate de credit pentru emiterea de scrisori de garanție bancară, din care a fost utilizată suma de 618.612 EUR (echivalent 3.153.993 RON). Facilitatea este valabilă până la 6 noiembrie 2028.

Datoriile aferente contractelor de leasing pe termen scurt au crescut în 2025 la valoarea de 5.912.015 RON, de la 3.918.486 RON în 2024.

Soldul altor datorii a scăzut în 2025 la 6.883.511 RON, comparativ cu valoarea de 8.329.696 RON în 2024, când a crescut mai semnificativ față de soldul anului 2023 de 4.457.265 RON. Creșterea până în 2024 a provenit în principal din sumele datorate clienților pentru servicii anulate, iar în 2025 soldul include în mare parte dividendele aprobate și neplătite la final de an.

Structura de capital și îndatorarea

Structura de finanțare a companiei reflectă o gestionare eficientă și prudentă a resurselor financiare, adaptată specificului industriei de turism, caracterizată prin sezonabilitate ridicată și fluxuri de numerar concentrate în anumite perioade ale anului. Chiar dacă datoria netă a crescut în perioada 2024–2025, evoluția este în linie cu strategia de extindere a rețelei și cu nivelul ridicat al rezervărilor în avans, care asigură o bază solidă de lichiditate.

Valoarea numerarului disponibil la 31.12.2025 este în valoare de 14.108.453 RON, iar Societatea utilizează facilitatea de credit pentru acoperirea nevoilor sezoniere de capital de lucru și pentru optimizarea fluxurilor de plăți către furnizori. Nu există expunere la împrumuturi bancare pe termen lung, ceea ce limitează riscul financiar.

Gradul de îndatorare al Societății a înregistrat o evoluție crescătoare pe parcursul perioadei analizate, pe măsură ce strategia de extindere operațională a implicat un nivel mai ridicat al finanțărilor. În 2023, Societatea se afla într-o poziție financiară solidă, cu datorie netă negativă (net cash) datorită unui nivel al numerarului (24.620.680 RON) superior datoriilor din leasing (12.153.611 RON). În 2024, indicatorul a trecut într-o zonă moderat-scăzută, ajungând la 19,25%, pe fondul creșterii datoriilor din leasing (până la 28.064.672 RON) și al utilizării inițiale a facilității de credit bancar (în valoare de 1.169.601 RON), în timp ce capitalurile proprii au continuat să se consolideze. În 2025, rata datoriei nete la capitaluri proprii a crescut la 61,89%, evoluție determinată atât de majorarea leasingurilor (40.107.506 RON), în special ca urmare a extinderii rețelei de agenții și a integrării business-ului German Touristik, cât și de utilizarea facilității de credit (12.746.255 RON). Chiar și în acest context, nivelul de îndatorare rămâne în concordanță cu specificul sectorului, care presupune valori ridicate de plăți în avans și variații sezoniere ale capitalului de lucru.

RON	2025	2024	2023
Împrumuturi de la bănci – pe termen scurt	12.746.255	1.169.601	-
Datorii din contracte de leasing - pe termen scurt	5.912.015	3.918.486	4.306.602
Datorii din contracte de leasing - pe termen lung	34.195.491	24.146.186	7.847.009

Total datorii purtătoare de dobândă	52.853.761	29.234.273	12.153.611
Numerar și echivalente	14.108.453	16.494.189	24.620.680
Datorie netă	38.745.308	12.740.084	(12.467.069)
Capitaluri proprii	62.608.377	66.188.523	47.401.232
Rata datoriei nete la capitaluri proprii	61,89%	19,25%	-26,30%

Sursa: Calcul Emitent pe baza Situațiilor Financiare Auditate

Evoluții și tendințe recente

La data de 02.03.2026 acționarii Societății au aprobat schimbarea formei juridice a acesteia din societate cu răspundere limitată (S.R.L.) în societate de acțiuni (S.A.) în scopul desfășurării Ofertei. Totodată, acționarii Societății au aprobat majorarea capitalului social cu suma de 10.390.000 RON, de la 4.610.000 RON la 15.000.000 RON, prin emisiunea unui număr total de 1.039.000 acțiuni noi, având valoarea nominală de 10 RON fiecare. Majorarea de capital social s-a realizat prin încorporarea în capitalul social a rezervelor Societății. Totodată, s-a aprobat efectuarea operațiunii de divizare (split) a valorii nominale a părților sociale (convertite totodată în acțiuni) ale Societății în raport de 1:100, prin reducerea valorii nominale a fiecărei părți sociale (convertite totodată în acțiuni) de la 10 RON la 0,10 RON și majorarea corespunzătoare a numărului total de părți sociale (convertite totodată în acțiuni) de la 1.500.000 la 150.000.000. Din numărul total de acțiuni, Acționarul Vanzător CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L. deține 148.500.000 acțiuni.



PREZENTAREA SECTORULUI DE ACTIVITATE ȘI PRINCIPALELE TENDINȚE

Informațiile următoare referitoare la sectorul de activitate sunt prezentate exclusiv cu scopul oferirii unui context. În prezentul Prospect, afirmațiile referitoare la piața și sectorul în care își desfășoară activitatea Societatea și la poziția sa pe acestea se bazează în principal pe publicații și studii specializate în domeniu, pe informații obținute de la organisme guvernamentale oficiale sau de la nivelul sectorului de activitate, inclusiv din surse terțe, și pe estimările Societății bazate pe informații obținute de la autorități de reglementare, organizații și asociații de afaceri și din sectorul de activitate, consultanți și alte surse din sectoarele în care își desfășoară activitatea Societatea, precum și pe experiența în afaceri și în domeniul de activitate a echipei superioare de conducere. Dacă nu se precizează altfel, toate datele referitoare la piață, sectorul de activitate, cota de piață și poziția concurențială prezentate în prezenta secțiune cu privire la piața pe care își desfășoară activitatea Societatea reprezintă estimări și trebuie tratate cu prudență, implică riscuri și incertitudini și pot face obiectul unor modificări în funcție de diverși factori. Informațiile au fost extrase din surse terțe pe care Societatea le consideră în mod rezonabil ca fiind de încredere, dar Societatea nu a verificat în mod independent respectivă informații și nu poate garanta exactitatea sau caracterul complet al acestora. Factorii suplimentari care ar trebui avuți în vedere în evaluarea utilității datelor de piață și concurențiale sunt descriși în alte părți ale prezentului Prospect, inclusiv cei prevăzuți în secțiunea intitulată „Factori de risc” a prezentului Prospect. Drept urmare, nu trebuie manifestată o încredere neîntemeiată în legătură cu oricare dintre datele referitoare la piață, sectorul de activitate, cota de piață și poziția concurențială cuprinse în acest Prospect. A se vedea „Prezentarea informațiilor financiare și a altor informații”.

PREZENTAREA SECTORULUI DE ACTIVITATE

Turismul este una dintre cele mai mari industrii din lume, cu un rol major în PIB, grad de ocupare și consumul global. Conform estimărilor World Travel & Tourism Council (WTTC), în 2025 sectorul a contribuit cu aproximativ 10% din economia globală, echivalentul a aproximativ 11,6 trilioane USD, și a susținut aproximativ 366 milioane de locuri de muncă, adică aproximativ 1 din 9 joburi la nivel mondial. În plus, cheltuielile asociate călătoriilor rămân un motor major de consum: cheltuielile internaționale au ajuns la aproximativ 2,02 trilioane USD în 2025, iar cheltuielile domestice la aproximativ 5,63 trilioane USD. (Sursa: *WTTC's 2026 Economic Impact Research*).

În statisticile din turism, fluxurile de călătorie sunt analizate, de regulă, prin prisma **turismului de tip outbound** și a **turismului de tip inbound**, care, împreună, descriu direcția cererii de călătorie și impactul economic generat între țări:

- **Turismul de tip outbound** se referă la călătoriile efectuate de rezidenții unei anumite țări către destinații din străinătate (respectiv turiști care „părăsesc” țara), fiind măsurat, de regulă, prin numărul de călătorii, numărul de nopți petrecute în afara țării și cheltuielile de călătorie aferente.
- **Turismul de tip inbound**, pe de altă parte, se referă la călătoriile efectuate de nerezidenți care intră într-o țară în calitate de vizitatori (respectiv turiști care „sosesc” în țară) și este adesea măsurat prin numărul de sosiri ale turiștilor străini, numărul de nopți petrecute în structurile de cazare locale și încasările din turismul de tip inbound.

La nivelul Uniunii Europene, călătoriile de tip outbound reprezintă o piață de consum structural mare și rezilientă: în 2024, rezidenții UE au efectuat aproximativ 1,19 miliarde de călătorii turistice, dintre care circa 29% au fost călătorii în străinătate (turism de tip outbound), iar 71% călătorii interne. (Sursa: *Eurostat*)

În același timp, turismul de tip inbound rămâne un factor-cheie de susținere a sectoarelor turistice din întreaga Europă: în 2025, structurile de cazare din Uniunea Europeană au înregistrat aproximativ 3,1 miliarde de nopți turistice, dintre care circa 49% au fost generate de turiști internaționali (nerezidenți), reflectând amploarea cererii de tip inbound în Europa și importanța vizitatorilor străini pentru acest sector. (Sursa: *Eurostat*)

Prezentare generală a turismului de tip outbound în Europa (la nivelul Uniunii Europene)

Călătoriile efectuate de rezidenții europeni au înregistrat o revenire puternică în ultimii ani, depășind nivelurile de dinaintea pandemiei. În 2023, rezidenții Uniunii Europene (UE) au realizat aproximativ 1,14 miliarde de călătorii turistice (cu cel puțin o noapte de cazare), în creștere cu 5,7% față de 2022 și la un nivel comparabil cu cel din 2019. În 2024, numărul acestora a crescut în continuare la 1,19 miliarde de călătorii, ceea ce reprezintă o creștere de aproximativ 4,4% față de 2023, marcând un nou maxim. Astfel, șocul provocat de pandemia COVID-19 din perioada 2020-2021 a fost în mare parte depășit, iar ponderea populației adulte care participă la activități turistice a revenit în jurul nivelului de 65%, similar cu cel din 2019. În mod notabil, 65% dintre rezidenții UE (cu vârsta de 15 ani și peste) au efectuat cel puțin o călătorie personală în 2023, iar o proporție similară a fost înregistrată și în 2024, ceea ce indică o redresare amplă a cererii de călătorie la nivel european. (Sursa: Eurostat)

Călătorii interne vs. Internaționale: Turiștii europeni continuă să prefere, în majoritatea cazurilor, destinațiile interne, deși călătoriile internaționale reprezintă o componentă semnificativă a activității turistice totale. Aproximativ 73% din toate călătoriile din UE în 2023 au fost călătorii interne (în interiorul propriei țări), în timp ce 27% au fost făcute în străinătate. În 2024, repartizarea a fost de aproximativ 71% călătorii interne și 29% turism de tip outbound (incluzând călătoriile către alte state membre UE și în afara Uniunii). Aceasta înseamnă că circa 92% din totalul călătoriilor rezidenților UE au avut loc în interiorul UE în 2024 - fie interne, fie către alte țări europene - subliniind caracterul dominant al călătoriilor intra-europene. Deși numărul călătoriilor în străinătate este mai mic decât cel al călătoriilor interne, europenii cheltuiesc, în total, mai mult pentru călătoriile internaționale (360,7 miliarde euro pentru călătoriile externe față de 257,2 miliarde euro pentru cele interne în 2024), reflectând costuri mai ridicate per călătorie în cazul turismului de tip outbound. Cheltuiala medie pe noapte a ajuns la aproximativ 104 euro în 2024, în creștere cu aproape 7% față de 2023, pe fondul inflației și a cererii acumulate. (Sursa: Eurostat)

Sezonalitate și durata călătoriilor: Modelele de călătorie ale europenilor indică o preferință pentru escapade scurte și vacanțe de vară. Aproape jumătate (48,0%) dintre călătoriile din UE în 2024 au fost deplasări scurte, de 1-3 nopți. Vârful sezonului turistic este în lunile de vară, aproximativ un sfert din totalul călătoriilor fiind realizate în iulie sau august în fiecare an. În 2024, numărul total de nopți petrecute în cadrul turismului de tip outbound de către rezidenții UE a ajuns la aproximativ 2,7 miliarde de nopți (44,7% din total), ușor peste nivelul din 2019 (42,4% din total). Aceasta indică faptul că, deși numărul călătoriilor abia a depășit nivelul pre-pandemic, numărul total de nopți și durata sejururilor s-au redresat complet. Pe termen mai lung, cererea pentru călătorii internaționale a crescut mai rapid decât cea pentru călătoriile interne; de exemplu, între 2010 și 2024, numărul de nopți petrecute de turiștii străini în destinațiile din UE a crescut cu aproximativ 57%, comparativ cu o creștere de circa 26% a nopților petrecute de turiștii interni. Această tendință evidențiază o creștere graduală a tendinței europenilor de a călători în străinătate în ultimul deceniu, întreruptă temporar de pandemie. (Sursa: Eurostat)

Niveluri de activitate în 2025: Indicatorii preliminari sugerează o continuare a acestei activități turistice robuste și în 2025. Datele privind structurile de cazare turistică din UE arată că numărul de nopți petrecute în unități de cazare turistică a crescut cu aproximativ 2% în 2025 față de 2024, ajungând la un nivel estimat de 3,08 miliarde de nopți. Această evoluție a fost determinată în principal de creșterea nopților petrecute de turiștii internaționali (aproximativ 1,5 miliarde de nopți în 2025), precum și de o creștere mai modestă a nopților aferente turismului intern (circa 1,6 miliarde). Creșterea turismului internațional a avut o contribuție mai mare la avansul total, turiștii străini petrecând cu 3,4% mai multe nopți în 2025 comparativ cu 2024. (Sursa: Eurostat)

Diferențe între statele membre UE în ceea ce privește turismul de tip outbound: Există diferențe semnificative între statele membre ale UE în ceea ce privește obiceiurile de călătorie, acestea fiind adesea corelate cu factori precum nivelul veniturilor, dimensiunea țării și poziția geografică. Rezidenții țărilor mai mici sau cu venituri ridicate tind să călătorească mult mai frecvent în străinătate, în timp ce în țările mai mari sau cu venituri mai reduse predomină turismul intern. De exemplu, în Luxemburg, un procent remarcabil de 95,3% din totalul călătoriilor efectuate de rezidenți în 2024 au avut ca destinație străinătatea - cea mai ridicată pondere de turism de tip outbound din UE. Belgia, Malta, Slovenia și Țările de Jos sunt alte exemple de țări în care călătoriile externe depășesc călătoriile interne. În schimb, în România, doar 10,4% dintre călătoriile efectuate în 2024 au fost în afara țării (aproape 90% fiind călătorii interne). Ponderi scăzute ale turismului de tip outbound se regăsesc și în unele state mari din sudul Europei; de exemplu, Spania, Franța, Portugalia și Grecia au înregistrat doar aproximativ 12-15% călătorii externe în 2024 (peste 85% fiind călătorii interne), reflectând piețe turistice interne ample și oportunități domestice diversificate. Aceste date ilustrează un spectru larg al comportamentului turistic: de la un rezident

luxemburghez care călătorește preponderent în străinătate, până la un rezident român sau spaniol care călătorește în principal în interiorul propriei țări. (Sursa: Eurostat)

O altă modalitate de a compara tendința pentru turism de tip outbound este analiza numărului de nopți petrecute în străinătate per capita. Luxemburg se situează pe primul loc, cu o medie de 38 de nopți petrecute în afara țării per persoană în 2024, urmat de Suedia (aproximativ 18 nopți) și Cipru (aproximativ 16 nopți). La polul opus se află România, Bulgaria și Grecia (alături de Italia și Portugalia), unde rezidenții au petrecut mai puțin de 3 nopți în străinătate per capita în 2024. Acest lucru subliniază dimensiunea relativ limitată a călătoriilor internaționale în Europa de Est și de Sud comparativ cu Europa de Vest și de Nord. Modelele de cheltuieli reflectă aceste diferențe: turiștii din țările mai prospere cheltuiesc mai mult pe noapte. Astfel, în 2024, turiștii din Luxemburg au cheltuit aproximativ 193 euro pe noapte în cadrul turismului de tip outbound (cel mai ridicat nivel din UE), în timp ce turiștii din Polonia au cheltuit doar aproximativ 83 euro pe noapte (unul dintre cele mai scăzute niveluri). Turiștii din Lituania, Cehia și Ungaria au înregistrat, de asemenea, cheltuieli medii sub 100 euro pe noapte. (Sursa: Eurostat)

Turismul de tip outbound în Europa Centrală și de Est (ECE)

În ceea ce privește fostele state comuniste din Uniunea Europeană (Europa Centrală și de Est), turismul de tip outbound a fost, în mod tradițional, mai redus ca volum și frecvență comparativ cu Europa de Vest, însă a înregistrat o creștere puternică pe măsură ce aceste economii s-au dezvoltat. Multe țări din Europa Centrală și de Est (ECE) au o pondere mai scăzută a populației implicate în activități turistice și, în special, în călătorii externe, din cauza unor factori precum niveluri mai reduse ale veniturilor disponibile și existența unui turism intern puternic sau a unor tipare de călătorie legate de diasporă. De exemplu, România a înregistrat în 2024 cea mai scăzută rată de participare la turism din UE, de doar 27,7% (respectiv doar aproximativ un sfert dintre românii cu vârsta de 15 ani și peste au efectuat o călătorie de agrement cu cel puțin o noapte de cazare în acel an). Bulgaria și alte țări vecine raportează, de asemenea, în mod tradițional, rate de participare mult sub media UE (aproximativ 65%). În consecință, rezidentul mediu din ECE efectuează mai puține călătorii în străinătate pe an. Chiar și țările ECE relativ mai mari prezintă un decalaj: de exemplu, turiștii din Polonia se numără printre cei care cheltuiesc cel mai puțin pe noapte atunci când călătoresc (indicativ pentru un comportament de călătorie orientat spre costuri reduse și destinații mai apropiate), iar numărul total de călătorii de tip outbound per persoană este mai mic decât în statele vest-europene. (Sursa: Eurostat)

Cu toate acestea, tendința în această regiune este una ascendentă - turismul de tip outbound se extinde rapid pornind de la o bază redusă. Pe măsură ce veniturile cresc și călătoriile devin mai accesibile, tot mai mulți rezidenți din ECE aleg să călătorească în străinătate. Creșterea post-pandemică din România este cel mai bun exemplu: numărul românilor care au efectuat o călătorie turistică a crescut cu +30,5% în 2024 față de 2023 - cea mai rapidă creștere din Europa. Alte țări din ECE, precum Lituania, au înregistrat, de asemenea, creșteri de două cifre ale participării la turism în 2024. Acest lucru sugerează un efect de recuperare, cu o cerere acumulată care se manifestă pe măsură ce condițiile economice se îmbunătățesc. Până în 2024, 28% din populația României a reușit să efectueze o călătorie (în creștere față de 26,8%), iar alte state est-europene din UE s-au apropiat treptat de media UE de 60-70% a ratei de participare. Eliminarea restricțiilor legate de COVID-19 și atractivitatea destinațiilor regionale populare (plajele mediteraneene etc.) au stimulat suplimentar creșterea turismului de tip outbound în Europa de Est. (Sursa: Eurostat)

Este important de menționat că multe dintre călătoriile de tip outbound din țările ECE au loc în interiorul Europei (intra-regional). Având în vedere proximitatea geografică, călătorii din fostele state comuniste membre ale UE vizitează frecvent țările vecine. Conexiunile rutiere și feroviare facilitează deplasările în interiorul regiunii. De asemenea, există o componentă semnificativă de călătorii legate de diasporă - de exemplu, numeroșii polonezi, români sau bulgari care trăiesc în străinătate sau au rude în afara țării generează vizite frecvente între țara de origine și Europa de Vest. Acest aspect explică parțial de ce, de pildă, Polonia apare ca unul dintre contributorii importanți la numărul total de nopți petrecute în străinătate în Europa - nu neapărat pentru că polonezul mediu efectuează vacanțe costisitoare, ci pentru că populația numeroasă și călătoriile de tip diasporă se cumulează. În același timp, călătoriile intercontinentale pe distanțe lungi din aceste țări rămân limitate (din cauza unui număr mai redus de conexiuni aeriene directe și a unei tendințe istorice mai scăzute de a călători în afara Europei). În schimb, destinațiile outbound populare pentru călătorii din ECE includ regiunea mediteraneană (vacanțe la plajă în Grecia, Turcia, litoralul Mării Negre din Bulgaria pentru țările vecine), orașe din Europa de Vest și, tot

mai frecvent, destinații exotice, pe măsură ce cererea de călătorii a clasei de mijloc este în creștere. (Sursa: Eurostat)

În concluzie, sectorul de turism de tip outbound din Europa Centrală și de Est se află încă într-o etapă de dezvoltare. Indicatori-cheie precum numărul de călătorii per capita, nopțile petrecute în străinătate și nivelul cheltuielilor sunt sub nivelurile din Europa de Vest, însă ratele de creștere sunt ridicate. Acest lucru indică un potențial semnificativ pentru companiile din industria turismului care vizează aceste piețe. Decalajul dintre Est și Vest se reduce treptat, pe măsură ce călătorii din ECE devin mai activi la nivel internațional, beneficiind de integrarea în UE (frontiere deschise, liberalizarea aviației etc.) și de convergența economică. (Sursa: Eurostat)

Turismul de tip outbound în România

În ciuda îmbunătățirilor recente, România rămâne în prezent în urma Europei în ceea ce privește indicatorii aferenți turismului de tip outbound, ceea ce indică un spațiu substanțial de creștere. Doar aproximativ 26-28% dintre români au efectuat cel puțin o călătorie turistică personală în perioada 2023-2024, aceasta fiind cea mai scăzută rată de participare din UE. Prin comparație, aproximativ 65% dintre rezidenții UE călătoresc anual, iar în țări precum Franța sau Țările de Jos peste 80% din populație efectuează vacanțe în fiecare an. Acest lucru înseamnă că marea majoritate a românilor nu a ajuns încă să beneficieze de vacanțe regulate, reprezentând o piață neexploată semnificativă pe măsură ce veniturile cresc. Mai mult, românii care călătoresc aleg, în marea lor majoritate, destinații interne - 1 din 10 călătorii efectuate de rezidenții români are loc în străinătate (doar 10,4%). Aceasta este cea mai scăzută pondere a turismului de tip outbound din Europa, reflectând constrângeri financiare și sugerând existența unei cereri latente pentru călătorii externe, care ar putea fi eliberată odată cu relaxarea acestor constrângeri. (Sursa: Eurostat)

Prosperitatea economică reprezintă un factor-cheie al expansiunii turismului, iar creșterea susținută a veniturilor din România poate conduce la o accelerare semnificativă a călătoriilor. Analistii au observat acest tipar în țări comparabile: în Polonia, creșterea turismului de tip outbound a fost atribuită direct îmbunătățirii condițiilor economice - odată cu majorarea veniturilor gospodăriilor și scăderea șomajului. După consolidarea economiei Poloniei în anii 2010, agențiile de turism au raportat vânzări record (în creștere cu 12,5% într-un singur sezon), pe măsură ce tot mai mulți polonezi au început să își petreacă vacanțele în străinătate. (Sursa: *Tourism Review News*, „Domestic and Outbound Tourism in Poland Growing”, 12 septembrie 2016).

Mai mulți indicatori evidențiază potențialul ridicat de creștere al turismului de tip outbound din România. De exemplu:

- **Accesibilitatea vacanțelor:** Peste șase din zece români (61,4%) declară că nu își pot permite o vacanță de o săptămână departe de domiciliu, cea mai ridicată pondere din Europa. În țări UE mai prospere, precum Luxemburg, Suedia sau Țările de Jos, doar aproximativ 10-13% dintre persoane se confruntă cu această problemă. Pe măsură ce economia României crește și veniturile disponibile se majorează, se așteaptă ca acest decalaj de accesibilitate să se reducă. Chiar și o scădere moderată a acestui procent ar însemna milioane de români în plus care ar putea călători. (Prin comparație, în Polonia, o țară cu niveluri de venit mai ridicate, ponderea persoanelor care nu își pot permite o vacanță este semnificativ mai mică, ilustrând impactul direct al veniturilor asupra capacității de a călători.) (Sursa: Eurostat)
- **Călătorii și nopți petrecute în străinătate:** În medie, românii petrec sub 3 nopți pe an în străinătate (de fapt, România se situează pe ultimul loc, cu aproximativ o noapte per capita în 2024). Acest nivel reprezintă doar o fracțiune din media UE (aproximativ 7 nopți) și este mult sub valorile înregistrate în țări precum Țările de Jos sau Austria, unde rezidenții petrec 14-15 nopți pe an în afara țării. Un nivel de pornire atât de scăzut înseamnă că, pe măsură ce tot mai mulți români își permit să călătorească, chiar și o creștere modestă a frecvenței sau duratei călătoriilor externe se va traduce prin rate foarte ridicate de creștere. De exemplu, dacă numărul de nopți petrecute în străinătate per persoană în România ar crește pur și simplu de la ~1 la 3 (nivel încă sub cel al Portugaliei sau Italiei), volumul turismului de tip outbound s-ar tripla. (Sursa: Eurostat)
- **Populația care călătorește:** O parte semnificativă a populației României nu a participat deloc la activități turistice. Peste 70% dintre români nu au efectuat nicio călătorie de agrement cu cel

puțin o noapte de cazare în 2024, din nou cea mai ridicată rată de neparticipare din UE. Mulți dintre acești „non-călători” indică motive financiare drept principal obstacol. Pe măsură ce condițiile economice se îmbunătățesc, o parte dintre aceste persoane vor începe să călătorească. Chiar și creșteri graduale ale ratei de participare la turism (către media UE) implică milioane de noi turiști care intră pe piață. Această schimbare demografică internă poate alimenta sectorul de turism de tip outbound pentru mulți ani. Pe scurt, nivelurile scăzute actuale ale indicatorilor de călătorie din România semnaleză, de fapt, un potențial ridicat de creștere: țara se află într-un punct de inflexiune, în care prosperitatea în creștere poate transforma o populație cu acces limitat la călătorii într-un public tot mai activ de turiști. (Sursa: Eurostat)

Convergența factorilor economici și sociali - creșterea nivelului veniturilor, extinderea clasei de mijloc, accesul mai facil la călătorii (companii aeriene low-cost, aplicații digitale de travel) și o schimbare culturală care pune accent tot mai mult pe experiența călătoriilor - va susține creșterea pieței. România mai are un drum lung de parcurs pentru a ajunge la mediile UE în ceea ce privește indicatorii de călătorie, însă acest decalaj reprezintă, în mod efectiv, „spațiul de creștere” al pieței. Pe măsură ce ponderea românilor care își pot permite vacanțe crește de la aproximativ 40% către niveluri similare Europei de Vest (85-90%), sectorul turistic ar putea să se extindă de câteva ori în următorul deceniu.

Datele recente confirmă faptul că turismul de tip outbound din România se află deja pe o traiectorie ascendentă puternică, în linie cu îmbunătățirea condițiilor economice. Redresarea călătoriilor în Europa după pandemie a fost robustă la nivel general, însă România se remarcă prin creșteri excepționale de mari ale participării la turism: numărul rezidenților români care au efectuat călătorii a crescut cu peste 30% în 2024 față de 2023, cea mai mare creștere dintre toate statele membre UE (Sursa: Eurostat). Această evoluție a coincis cu majorarea salariilor și cu o piață a muncii internă puternică, care a permis mai multor gospodării să aloce bugete pentru vacanțe.

România reprezintă, astfel, un caz reprezentativ pentru tendințele mai largi din Europa Centrală și de Est: volume istorice mai reduse ale turismului de tip outbound, dar o creștere rapidă de recuperare pe măsură ce veniturile converg. Potrivit Institutului Național de Statistică (INS), românii au efectuat 19,45 milioane de vizite în străinătate în 2023, în creștere cu +12,6% față de 2022. Pentru întregul an 2024, INS a înregistrat aproximativ 16,1 milioane de vizite outbound, ceea ce implică o scădere de aproximativ 17% față de nivelul excepțional de ridicat din 2023. Aceste valori reflectă deplasările înregistrate la punctele de trecere a frontierei și includ, prin urmare, un univers mai larg decât „călătoriile turistice” definite de Eurostat (care se referă, de regulă, la sejururi cu cel puțin o noapte și preponderent la călătorii personale): „vizitele în străinătate” raportate de INS pot include traversări repetate ale frontierei, deplasări scurte, călătorii de afaceri și vizite la rude și prieteni. În ceea ce privește numărul călătoriilor în străinătate în scop turistic, între 2023 și 2024 acestea au crescut cu 17%, la aproximativ 2,2 milioane, confirmând amploarea mobilității externe și soliditatea cererii transfrontaliere. În 2024, numărul deplasărilor outbound a depășit numărul intrărilor de vizitatori străini în România cu aproximativ 2,7 milioane, subliniind poziția României ca exportator net de turiști și anticipând un deficit structural al serviciilor turistice. (Sursa: INS)

Important este și faptul că structura călătoriilor arată că o parte semnificativă a cererii outbound este regională și sensibilă la preț: în 2024, aproximativ 74,3% dintre românii care au părăsit țara au călătorit pe cale rutieră (autoturism/autocar), în timp ce ~24,9% au utilizat transportul aerian. Aceasta reflectă atât proximitatea geografică față de destinații populare (de exemplu, Bulgaria, Ungaria, Grecia, Turcia), cât și faptul că, pentru multe gospodării, vacanțele regionale reprezintă primul pas în adoptarea turismului de tip outbound. Pe măsură ce veniturile cresc, călătoriile aeriene și destinațiile mai îndepărtate, cu costuri mai ridicate, câștigă de regulă pondere (Sursa: INS)

Creșterea turismului românesc în străinătate este evidentă și în statisticile de cheltuieli. Românii cheltuiesc mai mult ca niciodată pentru călătorii externe. Conform datelor Băncii Naționale a României (balanța de plăți), cheltuielile pentru turismul de tip outbound ale românilor (incluzând vacanțele și călătoriile de afaceri) au ajuns la aproximativ 8,9 miliarde de euro în 2024, crescând apoi la un nivel estimat de 10 miliarde de euro în 2025. Aceasta reprezintă aproape dublul sumei înregistrate în 2019, când cheltuielile pentru călătorii externe se situau în jurul valorii de 5,4 miliarde de euro. Cu alte cuvinte, perioada post-pandemică nu doar că a recuperat pierderile, ci pare să fi accelerat tendința de creștere a cheltuielilor pentru călătorii în străinătate. Printre factorii care stau la baza acestei evoluții se numără creșterile de prețuri (inflația în transportul aerian, cazare etc., care majorează valoarea în euro per călătorie), precum și frecvența sau distanța mai mare a deplasărilor efectuate de români în ultimii ani. Datele indică faptul că 2025 a fost un an record pentru cheltuielile României aferente turismului de tip

outbound, depășind pentru prima oară pragul de 10 miliarde de euro cheltuite de români pe vacanțele în afara țării. Aceasta reprezintă o piață de consum semnificativă pentru operatorii de turism outbound și furnizorii de servicii de călătorie (*Sursa: BNR*)

În 2025, cele mai mari ponderi ale cheltuielilor românilor pentru călătorii externe s-au înregistrat în Germania și Italia - peste 1 miliard de euro cheltuiți în fiecare dintre aceste țări de către vizitatorii români. Au urmat Bulgaria și Grecia, fiecare cu aproximativ 600 milioane de euro. Aceste cifre, derivate din datele de bilanță de plăți privind călătoriile, evidențiază faptul că o parte importantă a turismului de tip outbound din România implică deplasări către Europa de Vest. O parte dintre acestea sunt călătorii de afaceri sau vizite la prieteni și rude: de exemplu, Germania și Italia găzduiesc comunități numeroase de români și sunt parteneri comerciali importanți, astfel încât deplasările către aceste țări sunt frecvent legate de muncă sau de vizite ale familiilor, nu doar de agrement. În același timp, destinațiile tradiționale de vacanță, precum Grecia, Turcia, Bulgaria și Egipt, rămân extrem de populare în rândul turiștilor români (în special în sezonul estival), chiar dacă amprenta lor valorică poate părea mai redusă în situațiile în care sejururile sunt mai scurte sau dominate de formate cu costuri mai mici, precum pachetele all-inclusive (*Sursa: BNR*)

Sectorul de turism de tip outbound din România se caracterizează printr-o creștere rapidă și o importanță tot mai mare. Tot mai mulți români călătoresc în străinătate în fiecare an și cheltuiesc sume record pentru deplasările internaționale. Acest lucru a transformat România într-o piață-sursă relevantă pentru turismul european, chiar dacă majoritatea călătoriilor sunt concentrate în interiorul Europei (călătorii intra-UE). Tendințele indică o cerere în creștere pentru servicii de turism outbound, zboruri și pachete adaptate călătorilor români. Totodată, acestea implică un deficit al balanței turistice pentru România (întrucât românii cheltuiesc mult mai mult în străinătate decât cheltuiesc turiștii străini în România, aspect care va fi analizat în continuare). Dinamica descrisă - o bază tot mai largă de clienți care caută vacanțe externe și sunt dispuși să cheltuiască mai mult - conturează un mediu de piață favorabil pentru agențiile de turism și tour-operatorii outbound. Astfel, tendința structurală rămâne una de creștere accelerată de recuperare a turismului de tip outbound din România și din țările vecine.

Tendențe ale turismului de tip inbound (vizitatori străini în România)

Contextul turismului de tip inbound la nivel european

Pe segmentul turismului de tip inbound (turiști internaționali care călătoresc către diverse țări), Europa a înregistrat, de asemenea, o redresare robustă și o creștere susținută. Europa rămâne cea mai vizitată regiune din lume, iar până în 2023 industria turismului din UE și-a revenit în mare parte după pandemie. Structurile de cazare turistică din statele UE au înregistrat aproximativ 3,1 miliarde de înoptări în 2023 (toți turiștii la un loc, atât rezidenți, cât și nerezidenți), ceea ce reprezintă o creștere de +6,8% față de 2022 și chiar un nivel ușor peste cel din 2019. Multe destinații populare (Spania, Italia, Franța etc.) au atins sau au depășit numărul de vizitatori din perioada pre-COVID până în 2023-2024. În mod notabil, pe termen lung, numărul de nopți petrecute de turiștii internaționali în UE a crescut mai rapid decât cel aferent turiștilor locali (peste +50% din 2010), ceea ce indică atractivitatea tot mai mare a Europei pentru călătorii globale. Până în 2025, numărul total de nopți petrecute în structurile de cazare turistică din UE a atins un nivel record de 3,08 miliarde. Acest context general arată că cererea pentru turismul de tip inbound în Europa este foarte puternică - un cadru favorabil pentru sectorul turistic al oricărei țări. (*Sursa: Eurostat*)

Anul 2025 a confirmat faptul că cererea de turism de tip inbound în Europa nu este doar stabilă, ci se află în expansiune, chiar și într-un context caracterizat de costuri mai ridicate ale călătoriilor și episoade de caniculă. În 2025, sosirile internaționale în Europa au crescut cu 3,4% față de 2024, în timp ce numărul de nopți de cazare a crescut cu 2,2%. Acest lucru indică faptul că cererea inbound rămâne solidă, susținută de faptul că turiștii continuă să prioritizeze călătoriile în cadrul cheltuielilor discreționare. În 2025, contextul general european a rămas favorabil pentru creșterea turismului de tip inbound. La nivelul principalelor destinații europene, 24 din cele 27 de țări ale Uniunii Europene au înregistrat creșteri ale numărului de înoptări față de 2024, confirmând un avânt generalizat al cererii inbound. România se numără printre destinațiile care au raportat o evoluție negativă în 2025, în principal ca urmare a scăderii numărului de înoptări a turiștilor români. (*Sursa: Eurostat, INS*).

Turiști străini care vizitează România



Turismul de tip inbound în România a crescut de la nivelul minim atins în perioada pandemiei, însă amploarea acestuia rămâne relativ modestă și este puternic depășită de turismul intern. Din punct de vedere istoric, țările din Europa Centrală și de Est (inclusiv România) au rămas, în general, în urma destinațiilor din Europa de Vest în ceea ce privește volumul turismului de tip inbound, parțial din cauza unei vizibilități internaționale mai reduse și a unor decalaje de infrastructură.

În 2023, numărul vizitatorilor străini în România înregistrați la punctele de trecere a frontierei a fost de 14,78 milioane de persoane, în creștere cu +16,4% față de 2022. Această cifră include toate intrările de cetățeni străini pentru vizite pe termen scurt (turiști, călători de afaceri, excursioniști de o zi etc.). Totuși, o parte semnificativă dintre acești vizitatori nu petrec nopți în structuri de cazare turistică (fiind vorba de deplasări de o zi sau de șederi la rude și prieteni). Un indicator mai specific este numărul turiștilor străini cazați în unități de cazare. În 2023, sosirile înregistrate ale turiștilor nerezidenți în hoteluri și alte structuri de cazare din România au totalizat aproximativ 2,1 milioane de persoane, reprezentând circa 15,4% din totalul turiștilor cazați (restul fiind cetățeni români). În 2024, acest număr a crescut în continuare - România a atras aproape 2,4 milioane de turiști străini cazați în structuri de primire turistică, ceea ce reprezintă o creștere de 13,5% față de 2023. Aceasta este o evoluție pozitivă, care indică o revenire a dinamicii turismului străin. Chiar și așa, turiștii internaționali rămân un segment relativ redus al sectorului turistic românesc: în 2024, doar aproximativ 16,7% din totalul sosirilor turistice au fost turiști străini (în timp ce 83,3% au fost turiști români). Pentru comparație, în anul pre-pandemic 2019, România a înregistrat aproximativ 2,8 milioane de turiști străini în structurile de cazare (circa 20% din totalul turiștilor), astfel încât nivelul din 2024 (~2,4 milioane) rămâne ușor sub maximul istoric. România nu a recuperat încă integral numărul de vizitatori străini din perioada de dinainte de 2020, în principal din cauza războiului din Ucraina, care a afectat fluxurile de călătorie internaționale în Europa Centrală și de Est, deși decalajul se reduce treptat. Numărul total de turiști în 2023 a depășit nivelul din 2019 cu +2%, însă această creștere a fost determinată de turismul intern; sosirile de turiști străini nu au revenit încă la maximul din 2019. (Sursa: INS)

Datele pentru 2025 arată o evoluție mixtă a performanței de tip inbound pentru România. În timp ce turiștii români au înregistrat o scădere de 4,6% a numărului de sosiri și de 3,5% a numărului de înnopțări, România a continuat să atragă din ce în ce mai mulți turiști străini, cu o majorare de 8,5% a sosirilor acestora în structurile de primire turistică și un avans de 7,9% a numărului de înnopțări. (Sursa: INS)

Industria turismului din România se bazează predominant pe călătorii interni. În ultimii ani, peste 80% din totalul sejururilor turistice au fost realizate de cetățeni români. Această orientare puternică către piața internă a fost și mai pronunțată în perioada pandemiei, iar deși turiștii străini revin treptat, structura generală a cererii rămâne similară. „Piața internă” generează majoritatea nopților de cazare în hoteluri (aproximativ 82,1% în 2025), ceea ce a reprezentat un factor de stabilitate pentru industrie. Din perspectivă strategică, creșterea fluxurilor de turiști străini constituie o oportunitate-cheie de dezvoltare, întrucât România este departe de a fi saturată din punctul de vedere al turismului internațional - însă acest lucru va depinde de îmbunătățirea activităților de promovare, a conectivității aeriene și a infrastructurii turistice în anii următori. (Sursa: INS)

Piețe-sursă cheie: Turiștii străini care vizitează România provin în principal din alte țări europene, cu o combinație de motive de călătorie, atât de afaceri, cât și de agrement. În 2025, principalele piețe de origine pentru turismul de tip inbound au fost:

- Germania - aproximativ 9,5% din totalul turiștilor străini (cea mai mare pondere aferentă unei singure țări)
- Italia - aproximativ 8,7% din totalul vizitatorilor străini
- Israel - aproximativ 7,1% din totalul turiștilor străini

Alte țări-sursă importante includ, de regulă, Statele Unite, Regatul Unit, Spania, Polonia, Ungaria și Franța, deși ponderile individuale ale acestora sunt mai reduse (fiecare situându-se în intervalul 4-5%). Importanța Germaniei și Italiei poate fi explicată parțial prin călătoriile de afaceri și legăturile de tip diasporă (numeroși români lucrează în aceste țări și invers, generând fluxuri de vizite în ambele direcții). Israelul se evidențiază ca o piață majoră pentru turismul de agrement - România a devenit o destinație europeană atractivă și accesibilă pentru grupurile turistice israeliene (în special pentru city break-uri și tururi de natură), sprijinită de existența zborurilor directe. Țările vecine (Republica Moldova, Ungaria, Bulgaria, Ucraina) contribuie cu un număr semnificativ de vizitatori transfrontalieri, însă multe dintre

aceste deplasări sunt excursii de o zi sau nu implică utilizarea structurilor de cazare turistică, fiind astfel subreprezentate în statisticile de cazare. De exemplu, numeroși cetățeni moldoveni și bulgari intră în România pentru cumpărături sau tranzit; aceste intrări sunt incluse în cele 14,7 milioane de treceri de frontieră, dar nu sunt reflectate în numărul turiștilor care înnoptează. (Sursa: INS).

Durata sejurului și cheltuielile: Vizitatorii străini care călătoresc în România tind să aibă sejururi scurte. În 2025, durata medie a șederii turiștilor străini în structurile de cazare a fost de doar 2,1 zile (același nivel ca în cazul turiștilor români). Aceasta este o durată relativ redusă - de multe ori limitată la un weekend sau câteva zile, ceea ce indică faptul că numeroase vizite sunt deplasări de afaceri sau vizite urbane scurte, mai degrabă decât vacanțe de durată. În consecință, deși numărul de înnoptări ale turiștilor străini a ajuns la aproximativ 4,9 milioane în 2024 și la 5,3 milioane în 2025, acest nivel rămâne scăzut în raport cu dimensiunea țării. Prin comparație, un singur oraș mare din Europa de Vest, precum Praga sau Viena, poate înregistra individual un ordin de mărime similar al nopților petrecute de turiști străini. Acest aspect evidențiază spațiul semnificativ de creștere existent pentru turismul de tip inbound în România. (Sursa: INS)

În ceea ce privește cheltuielile, turiștii străini din România contribuie cu o valoare modestă, dar în creștere, la economie. Cheltuielile totale ale turiștilor nerezidenți în România în 2024 s-au ridicat la aproximativ 7,741 miliarde lei (RON). La cursul de schimb mediu din 2025 (5,0415 RON/EUR), aceasta echivalează cu aproximativ 1,54 miliarde euro venituri din turism de tip inbound. Cheltuiala medie per turist străin a fost de 3.296 lei (aproximativ 654 euro) per călătorie. Pentru context suplimentar, Consiliul Mondial pentru Călătorii și Turism (World Travel & Tourism Council) estima cheltuielile turiștilor internaționali în România la aproximativ 5,7 miliarde USD (~4,8 miliarde euro) în 2024, în scădere cu 3% față de nivelul de 5,9 miliarde USD (~5 miliarde euro) din 2019, ceea ce indică faptul că veniturile actuale din turismul de tip inbound se află încă în proces de recuperare către acel nivel. În mod notabil, o parte semnificativă a cheltuielilor vizitatorilor străini din România provine din călătoriile de afaceri. În 2025, aproximativ 45,2% dintre vizitele străinilor au avut scopuri de afaceri, iar acestea au generat 53,4% din totalul cheltuielilor turiștilor străini. Restul turiștilor (54,8%) a fost reprezentat de călătorii de agrement sau personale, care au cumulat 46,6% din cheltuieli. Acest dezechilibru arată că turistul de afaceri cheltuiește, în medie, mai mult decât turistul de agrement. El subliniază faptul că turismul de tip inbound din România este orientat într-o măsură semnificativă către segmentul corporativ și comercial (de exemplu, investitori, lucrători contractuali, participanți la conferințe), care cheltuiesc, de regulă, mai mult pentru cazare, alimentație și transport. În același timp, turismul de vacanță propriu-zis (de exemplu, vizite culturale, turism rural și ecoturism, vacanțe la mare pe litoralul Mării Negre etc.) este încă relativ slab dezvoltat din perspectiva atragerii turiștilor străini. Acest profil este oarecum atipic - multe destinații europene au o pondere mai mare a turismului de agrement - și sugerează un potențial important de creștere, în cazul în care România va reuși să își promoveze mai eficient atracțiile turistice către piețele internaționale. (Sursa: INS, World Travel & Tourism Council)

Accesul prin transport: Accesibilitatea joacă un rol major în turismul de tip inbound, iar statisticile ilustrează modul în care vizitatorii ajung în România. Dintre turiștii străini care se cazează în hotelurile din România, majoritatea sosesc pe cale aeriană. În 2024, 77,7% dintre turiștii străini au sosit cu avionul, în timp ce 14,9% au intrat în țară cu autoturisme personale, 5,8% au sosit cu autocarul sau autobuzul, iar restul cu trenul sau cu nave de croazieră fluvială. În esență, conectivitatea aeriană este esențială pentru turismul României - principalele porți de intrare, precum București, Cluj și alte aeroporturi internaționale, aduc majoritatea vizitatorilor cu valoare ridicată. Dominanța transportului aerian este în concordanță cu principalele piețe-sursă (Germania, Italia, Israel etc.), care presupun deplasarea cu avionul. Pe de altă parte, dacă luăm în considerare toate intrările vizitatorilor străini (inclusiv excursioniștii de o zi la frontierele terestre), transportul rutier este cel mai utilizat per ansamblu - de exemplu, se estimează că aproximativ 82% din totalul intrărilor vizitatorilor străini în 2024 au avut loc pe cale rutieră, față de ~18% pe cale aeriană. Această discrepanță arată că multe persoane traversează frontiera terestră (din statele vecine), însă doar o parte mai redusă dintre acestea sunt turiști care se cazează în structuri de cazare cu plată. Multe dintre aceste vizite pot fi de natură familială, pentru cumpărături sau pentru tranzit. Ideea-cheie este că, pentru a dezvolta turismul de tip inbound, menținerea și extinderea legăturilor aeriene este vitală, având în vedere că aproape patru din cinci turiști efectivi sosesc cu avionul. Extinderea recentă a rutelor operate de companiile aeriene low-cost, care conectează orașele din România cu Europa de Vest (și chiar cu hub-uri din Orientul Mijlociu pentru conexiuni), a reprezentat un factor pozitiv pentru creșterea turismului. În schimb, turismul regional rutier și feroviar (de exemplu, atragerea turiștilor care călătoresc cu mașina din țările vecine) pare limitat și ar putea fi stimulat prin îmbunătățirea infrastructurii și a activităților de promovare. (Sursa: INS)

Traectoria turismului de tip inbound în Europa este susținută tot mai mult de o combinație între cererea intra-europeană și revenirea piețelor aflate la destinații îndepărtate, aspect deosebit de important pentru destinații precum România, care pot beneficia de diversificarea dincolo de piețele tradiționale apropiate. Se așteaptă ca piețele-sursă aflate la mare depărtare să contribuie într-o măsură mai mare la creșterea turismului de tip inbound, pe măsură ce regiunea Asia/Pacific continuă să se redreseze. Aceste tendințe sunt relevante strategic pentru România deoarece indică faptul că redresarea inbound la nivel european este tot mai mult susținută de piețele aflate la depărtare, care tind să aibă un nivel mediu de cheltuieli mai ridicat și să depindă în mod special de conectivitatea aeriană. Pe măsură ce România continuă să își extindă rețelele de rute și să îmbunătățească promovarea turistică, țara are spațiu pentru a capta o pondere mai mare din aceste fluxuri din zone îndepărtate. (Sursa: *European Travel Commission, Raport T3 2025*).

Turism non-UE emergent în România: Dincolo de îmbunătățirea generală a indicatorilor de tip inbound, datele din 2025 confirmă faptul că România beneficiază tot mai mult de revenirea călătoriilor pe distanțe lungi către Europa, unele piețe de origine înregistrând un dinamism excepțional. Japonia se evidențiază ca un motor-cheie al acestei creșteri: sosirile turiștilor japonezi în România au crescut în 2025 cu +18% comparativ cu 2024, în timp ce numărul de nopți petrecute de aceștia a crescut și mai rapid, cu +31%. Creșterea mai accentuată a numărului de nopți față de sosiri sugerează nu doar mai mulți vizitatori, ci și sejururi mai lungi și un nivel mai profund de implicare în destinație, susținând o creare de valoare mai amplă în turism, la nivelul cazării, atracțiilor, transportului local și pachetelor turistice. Această evoluție este aliniată cu accelerarea generală a cererii de călătorii din Japonia către Europa, confirmând Japonia drept una dintre cele mai dinamice piețe extra-europene pentru turismul european în 2025. (Sursa: *TourMIS, European Travel Commission, T4 2025*)

Balanța turistică și tendințe: Comparând turismul de tip inbound cu cel de tip outbound, România înregistrează un deficit comercial major în turism. Cheltuielile românilor în străinătate (după cum s-a menționat, 10 miliarde euro în 2025) depășesc cu mult cheltuielile turiștilor străini în România (~1,54 miliarde euro conform datelor oficiale bazate pe turiștii cazați, sau chiar dacă sunt incluse toate formele de cheltuieli, probabil doar câteva miliarde). Acest dezechilibru - românii cheltuind în afara țării mai mult decât aduc turiștii străini în România - s-a accentuat în ultimii ani. De exemplu, în 2024 românii au cheltuit aproximativ 8,9 miliarde euro în străinătate, în timp ce încasările din turismul de tip inbound au fost mult mai reduse, adâncind deficitul de cont curent asociat serviciilor turistice. Deși un deficit în serviciile de călătorie este frecvent în țările în care rezidenții călătoresc în străinătate mai mult decât o fac străinii la nivel local, amploarea acestuia în cazul României evidențiază o oportunitate clară: atragerea unei ponderi mai mari din turismul internațional ar contribui la compensarea acestor ieșiri de capital. (Sursa: *INS, BNR*)

Guvernul României a recunoscut acest aspect și a anunțat, în anumite momente, obiective ambițioase privind creșterea veniturilor din turismul străin. (O proiecție guvernamentală de la începutul anului 2024 viza în mod optimist 1,6 miliarde euro în încasări din turismul străin până în 2025, fiind ulterior revizuită în sus către un nivel nerealist de peste 8 miliarde euro - un salt de cinci ori, bazat în mare parte pe creșterea cheltuielii per turist, mai degrabă decât pe creșterea volumului.) Deși astfel de estimări pot fi excesiv de optimiste, ele reflectă intenția de a stimula turismul de tip inbound ca sector de creștere. (Sursa: *Analiza Profit.ro*)

Perspectivile pentru turismul de tip inbound în România sunt prudente pozitive. Tendințele indică o creștere constantă pornind de la o bază redusă: +8,5% mai mulți turiști străini în 2025 și, probabil, noi creșteri în 2026. Apartenența României la UE și la spațiul Schengen, regimul de călătorii fără viză (pentru cetățenii UE și pentru multe alte naționalități) și raportul favorabil calitate-preț pentru vizitatori reprezintă puncte forte. Există, de asemenea, segmente de nișă care performează bine - de exemplu, turismul urban în București (care a atras singur aproximativ 2,05 milioane de turiști în 2025, cu o pondere de 54% a turiștilor străini), precum și piețe specifice, cum ar fi turiștii israelieni pentru turism balnear și cazinouri, sau călătorii din SUA și Europa de Vest interesați de experiențe mai puțin convenționale în Transilvania. Evenimentele majore și călătoriile de afaceri (proiecte corporate, vizite în sectorul IT etc.) continuă să genereze o parte importantă a fluxurilor de turiști străini către România. Pe de altă parte, persistă și provocări: profilul internațional al României ca destinație de agrement rămâne limitat, iar competiția cu țările vecine (Ungaria, Bulgaria etc.) este puternică. Infrastructura și calitatea serviciilor, deși în îmbunătățire, trebuie să susțină volume mai mari de turiști. (Sursa: *INS*)

Turismul străin de tip inbound în România este în creștere, dar rămâne subdezvoltat în raport cu potențialul țării și în comparație cu turismul de tip outbound. Principalele caracteristici ale sectorului includ un număr redus, dar în creștere, de vizitatori străini, o concentrare puternică pe câteva piețe-sursă

(în principal din UE) și pe călătorii de afaceri, sejururi scurte și o contribuție minoră la activitatea turistică totală (cu turiștii interni dominanți). Tendințele și oportunitățile majore pentru perioada următoare vizează creșterea duratei sejurului și a cheltuielilor per vizitator (de exemplu, prin oferirea de circuite turistice integrate și extinderea sejururilor dincolo de București către alte regiuni), diversificarea piețelor-sursă și îmbunătățirea promovării atracțiilor României în străinătate. O creștere susținută a turismului de tip inbound ar contribui la echilibrarea fluxurilor extrem de ridicate de tip outbound și ar putea deveni un motor important pentru sectorul ospitalității dacă tendințele actuale se mențin. În prezent, perspectivele sectorului turistic din România indică o cerere robustă pentru turismul de tip outbound și un segment inbound în creștere prudentă, fiecare cu proprii factori determinanți și provocări, dar care, împreună, conturează imaginea unei piețe de călătorii aflate în evoluție.

PRINCIPALELE TENDINȚE STRUCTURALE

Călătoria ca nevoie socială și emoțională: accelerarea cererii post-COVID și rolul social media

Perioada pandemiei COVID-19 a generat una dintre cele mai semnificative rupturi comportamentale din ultimele decenii în ceea ce privește mobilitatea și consumul de experiențe. Restricțiile de circulație și incertitudinea sanitară au determinat o prăbușire temporară a turismului la nivel global, însă odată ce relaxarea măsurilor, s-a observat o revenire accelerată și persistentă, alimentată de ceea ce industria denumește „cerere acumulată” (pent-up demand). (Sursa: UN Tourism, World Tourism Barometer). Această revenire nu este doar o recuperare a volumelor pierdute, ci reflectă și o schimbare de percepție: pentru un segment tot mai mare al consumatorilor, călătoria a devenit o componentă integrantă a stilului de viață contemporan și o prioritate personală, nu doar un lux ocazional. Un studiu McKinsey bazat pe peste 5.000 de respondenți din principalele piețe arată că 66% dintre persoanele chestionate sunt mai interesate de călătorii acum decât înainte de pandemie, iar Millennials și Gen Z sunt cei mai predispuși să călătorească mai frecvent și să aloce o pondere mai mare din venit pentru experiențe de călătorie în comparație cu generațiile mai în vârstă. (Sursa: McKinsey, The way we travel now) Generațiile tinere joacă astfel un rol central în modelarea cererii moderne de turism, întrucât pun accent pe experiențele autentice, flexibilitatea și oportunitatea de explorare culturală. Aceste generații utilizează în mod activ platformele sociale nu doar pentru planificare, dar și pentru inspirație și validare socială, ceea ce influențează direct deciziile de destinație și intensifică așteptările legate de personalizarea experiențelor. Raportul Publicis Sapient indică faptul că tinerii călători, în special Gen Z și Millennials, sunt mult mai predispuși decât Gen X să folosească rețele sociale precum YouTube și Instagram pentru cercetare și inspirație înainte de a face rezervări de călătorie. (Sursa: Publicis Sapient, Travel & Hospitality Report) Acest comportament este amplificat de o dinamică socială nouă: rolul social media în crearea de aspirații, trenduri și presiune socială indirectă. Într-o economie digitală în care identitatea publică este adesea construită prin conținut și experiențe împărtășite, călătoria capătă o dimensiune simbolică și devine parte a narativului personal. În multe cazuri, consumatorii nu mai călătoresc exclusiv pentru relaxare, ci pentru a valida apartenența la un anumit stil de viață, pentru a crea amintiri vizuale, pentru a participa la trenduri globale și pentru a trăi experiențe care pot fi comunicate în timp real. Acest mecanism schimbă natura cererii turistice: destinațiile nu mai sunt alese doar pe baza proximității sau a prețului, ci pe baza potențialului de experiență și relevanță culturală. Literatura academică și cercetările recente despre „social media - induced tourism” evidențiază că platformele digitale influențează direct distribuția fluxurilor turistice și intensifică interesul pentru anumite locuri devenite virale. (Sursa: Lauren A. Siegel, Exploring behaviors of social media-induced tourists and the use of behavioral interventions as salient destination response strategy) În acest context, rolul agențiilor de turism și al operatorilor integratori capătă o importanță strategică: consumatorii caută soluții eficiente, sigure și personalizate care să le permită să răspundă acestor noi motivații, dar și să minimizeze riscurile asociate cu planificarea și organizarea independentă a călătoriilor. Această tendință structurală evidențiază transformarea turismului într-un comportament perceput ca „nevoie”, atât socială, cât și emoțională, alimentând cererea pentru produse turistice coerente și adaptate la așteptările tot mai ridicate ale pieței.

Călătoriile ca accelerator cognitiv și emoțional: neuroplasticitate, bunăstare și experiențe transformatoare

Pe lângă dimensiunea economică și socială, se conturează o tendință structurală tot mai vizibilă în industria turismului: orientarea cererii către călătorii cu impact asupra stării de bine și asupra dezvoltării personale. În ultimii ani, conceptul de „travel for wellbeing” sau „travel as therapy” a devenit un subiect tot mai prezent în literatura de specialitate și în comportamentul consumatorilor, fiind asociat cu ideea de restartare mentală, reconectare și ieșire din rutinele care generează stres. Călătoria nu mai este percepută

doar ca o evadare fizică, ci ca o experiență care influențează structura mentală, adaptarea la noutate și perspectivele individuale. În neuroștiință, conceptul de neuroplasticitate, adică abilitatea creierului de a forma noi conexiuni neuronale ca răspuns la experiențe noi și stimulării variate, este documentat ca fiind influențat de expunerea la medii noi și provocări cognitive. Cercetările sugerează că interacțiunea cu contexte necunoscute stimulează sistemele neuronale care gestionează memoria, motivația și rezolvarea problemelor, facilitând procesele de învățare și adaptare. (Sursa: *Adrian J. Duzkiewicz, Colin G. McNamara, Tomonori Takeuchi, Lisa Genze, Novelty and Dopaminergic Modulation of Memory Persistence: A Tale of Two Systems*) Deși literatura neuroștiințifică plasează acest fenomen în contextul adaptării și învățării generale, există dovezi că medii variate și situații neprevăzute, caracteristice în experiențele de călătorie, pot activa regiuni ale creierului responsabile de flexibilitate cognitivă. În plus, cercetările din psihologia aplicată arată că expunerea la culturi și medii diversificate este corelată cu scoruri superioare la măsuri de creativitate și flexibilitate de gândire, ceea ce subliniază rolul experiențelor de expansiune a perspectivei în dezvoltarea competențelor cognitive și emoționale ale indivizilor. (Sursa: *Lujun Su a, Huixuan Chen, Zhibin Lin, Igniting creativity through travel: The roles of interest, cognitive flexibility, and destination information presentation style*) Dincolo de mecanismele cognitive, există și o componentă psihologică și emoțională directă. Călătoria este, prin definiție, o întrerupere a rutinei și o suspendare temporară a rolurilor sociale cotidiene. În această perioadă, individul își reduce expunerea la stresul repetitiv și își activează mecanisme de explorare și curiozitate. Studiile din zona travel medicine și bunăstare arată că experiențele de călătorie pot avea efecte pozitive asupra sănătății mentale și asupra satisfacției generale, în special prin reducerea stresului și creșterea stării de bine. (Sursa: *Gerard T Flaherty, MD, PhD, Robert Steffen, MD, Karin Leder, PhD, Towards travel therapy: addressing the health benefits of international travel*) În același timp, în cercetarea de specialitate se conturează tot mai clar conceptul de „transformative travel” sau „transformative tourism”, care descrie acele experiențe turistice ce generează schimbări în autopercepție, valori și comportamente. Literatura academică sugerează că anumite experiențe de călătorie pot funcționa ca declanșatori pentru reevaluarea unor decizii personale sau profesionale, deoarece expunerea directă la o altă realitate reduce „închiderea mentală” creată de rutină. În multe cazuri, schimbarea de context face vizibile alternative care înainte păreau inaccesibile sau imposibile. Acest fenomen este analizat explicit în cercetări despre turism ca experiență transformatoare, care arată că impactul călătoriilor poate depăși relaxarea, contribuind la redefinirea obiectivelor și la schimbări de comportament pe termen mediu. (Sursa: *Yuchen Zhao, Elizabeth Agyeiwaah, Understanding tourists' transformative experience: A systematic literature review*) Această orientare către călătorii cu semnificație emoțională este confirmată și de cercetări recente din industrie. *Hilton 2026 Trends Report* descrie ascensiunea conceptului de „whycation”, în care decizia de călătorie pornește tot mai des dintr-un motiv interior (nevoia de liniște, reconectare, restartare, evadare din suprastimulare), nu doar din alegerea unei destinații. Raportul este fundamentat pe un studiu global realizat împreună cu Ipsos pe peste 14.000 de călători din 14 țări, completat de insight-uri de la angajați Hilton și membri ai programului de loialitate, concluzionând că „sentimentul din spatele călătoriei” devine un criteriu central în modul în care oamenii își planifică vacanțele și experiențele. (Sursa: *Hilton 2026 Trends Report*) În practică, acest trend este reflectat de faptul că oamenii caută tot mai mult călătorii cu semnificație: retreaturi, experiențe culturale profunde, turism de aventură, wellness, dar și sejururi în care calitatea experienței contează mai mult decât simpla destinație. Călătoria devine un instrument prin care consumatorii își recâștigă controlul asupra timpului și asupra propriilor decizii, într-o lume în care stresul urban și suprasolicitarea profesională sunt tot mai prezente. Această direcție structurală creează un context favorabil pentru operatorii capabili să livreze experiențe bine organizate și cu valoare reală, deoarece consumatorul contemporan este tot mai dispus să plătească pentru eficiență, siguranță și calitate, nu doar pentru transport sau cazare.

Globalizarea economică și profesionalizarea călătoriilor corporate: externalizarea managementului de călătorie către agenții specializate

În paralel cu schimbările din turismul de agrement, se conturează o evoluție structurală importantă în segmentul corporate, alimentată de globalizarea economică și de complexitatea operațiunilor internaționale. Deși pandemia a accelerat adoptarea întâlnirilor virtuale, datele recente arată că business travel nu a dispărut, ci s-a re poziționat. Interacțiunile directe rămân esențiale în procesele de vânzare, negociere, management de proiect, audit, dezvoltare internațională și consolidare de relații comerciale. Potrivit Global Business Travel Association (GBTA), cheltuielile globale pentru business travel au

continuat să se recupereze semnificativ, ceea ce confirmă faptul că deplasările corporate rămân un pilon relevant în economia globală. (Sursa: *Global Business Travel Association*) În același timp, companiile își schimbă modul în care gestionează aceste cheltuieli. În loc să trateze călătoriile ca o funcție administrativă dispersată, tot mai multe organizații implementează programe centralizate de „managed travel”, cu politici interne clare, criterii de conformitate și indicatori de eficiență. Deloitte subliniază într-un studiu dedicat că organizațiile își reevaluează strategiile de călătorie și pun accent pe control, transparentă și integrarea cu obiectivele companiei, într-un context în care călătoriile de afaceri devin mai complexe și mai expuse riscurilor externe. (Sursa: *2025 Deloitte Corporate Travel Study*) Această profesionalizare duce natural la externalizare. Companiile preferă să lucreze cu agenții specializate sau Travel Management Companies (TMC) pentru a optimiza costurile, pentru a negocia tarife, pentru a automatiza rezervările și pentru a obține raportare centralizată. Totodată, un motiv major al acestei evoluții îl reprezintă „duty of care” - responsabilitatea companiei de a-și proteja angajații în deplasare, inclusiv în contexte geopolitice instabile, fenomene meteo extreme, greve, probleme de securitate sau situații sanitare. În acest cadru, un partener specializat oferă suport 24/7, management de risc și soluții rapide în situații de criză, ceea ce depășește capacitatea internă a multor organizații, în special în cazul companiilor cu operațiuni regionale. În plus, pe măsură ce afacerile devin transfrontaliere, crește nevoia de planificare eficientă și standardizare. Multe companii reduc activitățile de călătorie organizate intern tocmai pentru a elimina ineficiențele și pentru a integra travel managementul cu sisteme de contabilitate, management al costurilor și raportare. Această tendință se suprapune cu digitalizarea industriei, prin adoptarea de soluții integrate care combină rezervarea, controlul politicilor interne și monitorizarea costurilor. În acest context, agențiile de turism și operatorii care au capacitatea de a livra servicii corporate integrate, scalabile și conforme cu cerințele de raportare și control devin parteneri naturali ai companiilor aflate în expansiune regională. Evoluția călătoriilor de afaceri către un model gestionat strategic susține cererea pentru servicii profesionale și consolidează rolul agențiilor specializate în lanțul valoric al industriei turistice. (Sursa: *Data Insight Market, Travel Management Company (TMC) Market's Drivers and Challenges: Strategic Overview 2026-2034*)

Consolidarea industriei de turism din România și intrarea accelerată a jucătorilor internaționali

În perioada 2024–2026, piața de turism din România a înregistrat o accelerare a procesului de consolidare și internaționalizare, reflectată prin tranzacții M&A, investiții în platforme digitale și intrări directe ale unor jucători internaționali. Exemple relevante includ:

- Iunie 2024 - Szallas Group (parte a Wirtualna Polska Holding, Polonia) a achiziționat 80% din Creative Eye SRL, compania care operează platforma LitoralulRomanesc.ro. Tranzacția a fost evaluată la 16,8 milioane euro, ajustată cu poziția de numerar net la data finalizării.
- Septembrie 2024 - fondul de private equity Resource Partners a devenit acționar majoritar în ITH Group, operatorul platformei Vola.ro, una dintre cele mai importante platforme de rezervări online din România și regiune.
- Mai 2025 - Rainbow Tours din Polonia a achiziționat 70% din Paralela 45, una dintre agențiile de turism consacrate din România.
- Februarie 2026 – TUI Group a anunțat intrarea oficială pe piața din România prin operațiuni directe, lansând pachete turistice cu plecări de pe patru aeroporturi locale.

Aceste tranzacții și intrări strategice reprezintă un semnal clar că piața de turism din România a depășit faza de fragmentare specifică unei industrii emergente și intră într-o etapă de consolidare accelerată, în care principalii jucători, cu acces la capital și infrastructură de distribuție își pot extinde rapid poziția competitivă. Din perspectiva structurii pieței, activitatea recentă confirmă faptul că România a devenit o jurisdicție relevantă pentru grupuri regionale și internaționale care urmăresc dezvoltarea în Europa Centrală și de Est, fie prin achiziția unor platforme locale cu bază solidă de clienți, fie prin intrarea directă cu operațiuni proprii. Tranzacțiile realizate în perioada 2024–2026 indică faptul că atractivitatea pieței românești nu se limitează la un singur segment, ci se manifestă pe întreg lanțul valoric al industriei turistice: de la platforme digitale (Vola.ro), la operatori specializați în turism intern (LitoralulRomanesc.ro), până la agenții tradiționale cu brand consolidat și rețea operațională (Paralela 45). Acest lucru sugerează existența unui potențial de creștere atât în segmentul outbound, cât și în turismul

intern, dar și în modelele hibride care combină distribuția digitală cu capacitatea de operare și dezvoltare a pachetelor turistice. În mod particular, investițiile în platforme și canale de distribuție confirmă faptul că volumul de rezervări și comportamentul consumatorilor români justifică dezvoltarea de infrastructură scalabilă, bazată pe tehnologie și automatizare, ceea ce reprezintă un indicator relevant al maturizării pieței.

În același timp, intrarea directă a TUI în România confirmă că piața locală nu mai este percepută exclusiv ca o extensie a unor rețele de distribuție indirectă, ci ca un teritoriu în care grupurile globale consideră justificată construirea unei prezențe operaționale proprii. În mod tipic, astfel de intrări au loc atunci când o piață atinge un nivel de volum și predictibilitate suficient pentru a susține competiția directă între operatori de dimensiuni mari. Această evoluție implică un grad mai ridicat de profesionalizare a industriei și o intensificare a concurenței pe produs, preț și calitatea serviciilor, ceea ce favorizează companiile cu capacitate de negociere, acces la inventar, know-how operațional și procese eficiente. Mai mult, prezența unor investitori și grupuri poloneze în multiple tranzacții relevante reflectă o tendință regională clară: capitalul din Europa Centrală caută să se extindă în piețe cu dinamică de convergență economică și cu potențial de creștere a consumului discreționar. România se află într-o etapă comparabilă cu cea traversată anterior de Polonia în procesul de maturizare a pieței de consum, iar activitatea acestor investitori poate fi interpretată ca o anticipare a creșterii viitoare a cererii turistice, în special în zona outbound și a produselor cu valoare adăugată mai ridicată. Din perspectivă competitivă, consolidarea are efecte directe asupra structurii industriei. Pe măsură ce jucătorii internaționali intră în România, fie prin achiziții, fie prin operațiuni directe, competiția se mută către jucători capabili să livreze volume consistente, să gestioneze eficient riscurile operaționale și să investească în digitalizare, marketing și dezvoltare de produs. Într-un astfel de mediu, companiile cu scară și infrastructură operațională sunt mai bine poziționate să capitalizeze creșterea pieței, inclusiv prin extinderea portofoliului de destinații, dezvoltarea canalelor de distribuție și optimizarea relațiilor cu furnizorii (linii aeriene, hoteluri, parteneri locali). În mod important, activitatea recentă de M&A confirmă și faptul că piața românească generează active atractive pentru investitori strategici și financiari, ceea ce poate crea premise pentru continuarea procesului de consolidare. Într-un astfel de context, jucătorii locali relevanți pot beneficia de oportunități suplimentare de creștere prin achiziții, parteneriate sau extindere organică accelerată, într-o piață în care dimensiunea și capacitatea de execuție devin factori determinanți. În acest context, Christian Tour, alături de Karpaten, rămâne printre puținii operatori de dimensiune relevantă cu capital majoritar românesc, într-o industrie în care internaționalizarea devine tot mai pronunțată. Această poziționare poate reprezenta un avantaj strategic, atât prin capacitatea de a răspunde rapid particularităților pieței locale, cât și prin oportunitatea de a valorifica trendul de consolidare într-un moment în care investitorii internaționali validează piața.

Cererea pentru pachete turistice (charter/all-inclusive)

O tendință notabilă în anii recenți este revenirea în forță a pachetelor turistice organizate (charters, sejururi all-inclusive) și a vacanțelor clasice, pe fondul creșterii prețurilor la servicii cumpărate individual. După un deceniu în care mulți călători își rezervau separat zborurile și hotelurile online, se remarcă acum o atractivitate sporită a pachetelor de tip charter, cu preț fix, ca soluție de a controla costurile în contextul inflaționist. În vara anului 2024, cel mai aglomerat sezon turistic de după pandemie, operatorii europeni au raportat o cerere ridicată pentru vacanțe la cheie. Datele Euromonitor arată că cheltuielile pentru pachete de vacanță în Europa au atins aproximativ 117 miliarde USD în 2024, în creștere cu aproximativ 11% față de 2023 și depășind nivelurile pre-pandemie. Se estimează că piața va continua să se extindă, urmând să ajungă la circa 125,9 miliarde USD în 2025, un nou maxim istoric. Acest reviriment al pachetelor turistice (populare mai ales în rândul britanicilor și germanilor) este confirmat și de rezultatele financiare ale marilor tour-operatori: de pildă, TUI, cel mai mare grup european de turism, a depășit așteptările de profit în 2024, impulsivat de această tendință. Motivele sunt legate de valoarea percepută a acestor oferte: în condițiile creșterii costurilor de transport aerian și cazare, consumatorii apreciază avantajul unui preț total garantat și protecția oferită de pachet (ex. despăgubiri în caz de anulări, asistență). În plus, tour-operatorii pot negocia tarife mai bune la volum cu hotelurile și companiile aeriene charter, transferând o parte din aceste economii către turiști. Astfel, costul vieții și perturbările operaționale (greve, anulări de zboruri) au contribuit paradoxal la revitalizarea segmentului de vacanțe charter, care revenise în vogă încă din 2022 și a accelerat în 2023-2024. Practic, se constată că, după pandemie, mai mulți turiști

preferă din nou soluții de vacanță la pachet (transport + cazare + masă), inversând parțial trendul DIY (do-it-yourself) al rezervărilor separate online. (Sursa: Reuters, 19 August 2024, scris de către Joanna Plucinska și Jon Nazca).

City-breaks și călătorii scurte

Totodată, o creștere solidă au înregistrat și city-break-urile și călătoriile scurte către destinații urbane, segment care suferise pe durata pandemiei (când turiștii s-au orientat temporar spre natură și spații izolate). Redeschiderea completă a orașelor și reluarea evenimentelor culturale au readus capitalele europene în topul preferințelor. Turismul cultural și de city-break reprezintă o componentă majoră a pieței: se estimează că turismul cultural înregistrează o cotă tot mai crescută din totalul turismului european, iar orașele au recâștigat interesul călătorilor post-pandemie. Studiile de piață indică faptul că destinațiile urbane au devenit tot mai atractive odată cu sfârșitul restricțiilor - unele analize sugerând că, în anumite țări, city-break-urile concurează acum ca popularitate cu vacanțele la plajă tradiționale. Motivațiile turiștilor europeni pentru escapade urbane includ dorința de a descoperi culturi noi, patrimoniu și gastronomie locale, tendințe aliniate cu interesul tot mai mare pentru experiențe autentice și imersive. Pe măsură ce generațiile tinere (millennials, Gen Z) devin principalul segment de piață, city-break-urile neclasice, care pun accent pe experiențe urbane creative, evenimente, gastronomie, câștigă teren. Acești turiști sunt adesea foarte informați: un procent semnificativ dintre europenii amatori de city-break își rezervă cazarea online (prin platforme OTA), acest tip de rezervări fiind folosite și pentru diferite experiențe locale. Această digitalizare a facilitat creșterea segmentului, permițând planificarea rapidă a unor mini-vacanțe de 2-4 zile în marile orașe europene, uneori cu rezervări făcute last-minute.

Revenirea destinațiilor exotice / long-haul

Segmentul vacanțelor exotice și către destinații îndepărtate a cunoscut și el un reviriment robust după redeschiderea frontierelor intercontinentale. Dacă în 2021-2022 călătoriile către destinații îndepărtate au fost limitate de restricții sanitare (în special în Asia), odată cu ridicarea acestora cererea reprimată s-a manifestat puternic. Anul 2023 a marcat revenirea turiștilor europeni și americani în destinații din Asia, Africa și Pacific, iar 2024 a adus chiar depășirea nivelurilor pre-pandemie pentru unele țări exotice. Conform datelor OMT, în 2025, numeroase destinații îndepărtate au primit mai mulți turiști internaționali decât în 2019. De exemplu, Japonia a raportat cu 34% mai multe sosiri față de 2019 (profitând de ieftinirea yenului și reluarea zborurilor), Maldive cu 32% mai multe sosiri, Sri Lanka cu +23%, Fiji cu +10% peste nivelurile pre-COVID. Aceste creșteri evidențiază apetitul reînnoit al publicului pentru destinații exotice, odată ce obstacolele, precum testele și carantina, au dispărut. Turiștii au reluat circuitele în Asia de Sud-Est, vacanțele în insulele tropicale și safari-urile în Africa. Chiar și piețele emergente au beneficiat: de pildă, în 2025, țări precum Maroc, Egipt sau Mongolia au înregistrat creșteri de două cifre ale sosirilor (+47% până la +53% față de 2024). Per ansamblu, diversificarea destinațiilor este o tendință post-pandemie. După doi ani concentrați pe turism intern și regional, turiștii au dorit din nou experiențe unice în locații îndepărtate, contribuind la relansarea curselor aeriene pe distanțe lungi și a ofertelor de pachete exotice (de ex. circuite în Asia, sejururi în Caraibe, croaziere transoceanice). (Sursa: OMT).

Digitalizarea rezervărilor (OTA, Airbnb etc.)

Industria turismului a cunoscut o transformare digitală accelerată, consumatorii adoptând într-o măsură fără precedent instrumentele online pentru informare, rezervare și experiența călătoriei. Ponderea rezervărilor efectuate prin platforme online și agenții de turism digitale (OTA) a atins cote record în 2024-2025. Un indicator elocvent este numărul de nopți de cazare rezervate prin platforme precum Airbnb, Booking.com, Expedia, etc.: în 2024, s-au realizat aproximativ 854 de milioane de înnoptări în UE prin intermediul acestor platforme, o creștere de +18,8% față de anul precedent și cel mai ridicat nivel înregistrat de la apariția economiei digitale a cazărilor. Practic, aproape un sfert din toate nopțile petrecute de turiști în Europa au fost facilitate de platforme online de închirieri pe termen scurt, reflectând apetitul publicului pentru această modalitate comodă de a găsi cazare. Creșteri spectaculoase s-au observat în special în perioadele de vârf: de exemplu, în T2 2025, numărul de nopți rezervate online în regim de închiriere pe termen scurt a fost cu +17,8% mai mare decât în T2 2024 și cu aproape +37% peste același trimestru din 2023 (Sursa: Eurostat). Aceste avansuri arată că 2025 se îndreaptă spre un nou record anual



în sfera rezervărilor digitale, pe fondul cererii turistice ridicate și al comportamentelor formate în pandemie (când mulți au descoperit și s-au obișnuit cu platformele online).

În acest context, nu doar cazarea se digitalizează. Întreg ciclul de călătorie devine din ce în ce mai mult o experiență digitală. Majoritatea turiștilor își fac acum documentarea online (site-uri de review, rețele sociale, Google Maps, etc.), iar rezervarea zborurilor și a transportului are loc preponderent prin aplicații și site-uri. Se estimează că peste 70% dintre europeni folosesc internetul pentru a rezerva servicii turistice (transport sau cazare). Chiar și segmentele tradițional offline (cum ar fi excursiile locale, vizitele ghidate) se mută online: o parte semnificativă dintre turiștii de city-break, de exemplu, își rezervă în avans experiențele și tururile prin platforme digitale. Agențiile de turism clasice s-au adaptat și ele, dezvoltând motoare de rezervare online și aplicații mobile pentru a concura în acest segment. Experiența clientului în format digital a devenit un diferențiator cheie: de la check-in online la hotel și până la bilete de avion pe telefon, turiștii se așteaptă la soluții fără hârtie, rapide și personalizate. Investițiile în inteligență artificială și chatbot-uri pentru relații clienți, tururi virtuale ale destinațiilor, precum și integrarea plăților electronice universale (de exemplu, portofele digitale) sunt alte aspecte ale tendinței de digitalizare în turism. Pentru companiile din domeniu, această tranziție aduce atât oportunități (acces la un public global, eficiență operațională sporită), cât și provocări: concurența este la un clic distanță, iar review-urile online pot influența decisiv alegerea consumatorilor.

Un fenomen particular ce merită menționat este expansiunea platformelor de închirieri de locuințe în regim hotelier (Airbnb, Booking și similare) și impactul lor structural. Acest segment a atins volume impresionante, respectiv peste 850 de milioane de nopți rezervate în 2024 prin astfel de platforme în Europa. Destinațiile turistice populare au înregistrat chiar și peste 20-25 de milioane de nopți anual în astfel de unități (ex: regiunea litorală a Croației Jadranska Hrvatska - aproximativ 25,2 mil. nopți în T3 2024 prin intermediul platformelor). Acest lucru indică o schimbare a preferințelor multor turiști către cazările alternativelor la hotel, fie din dorința de a avea spații mai mari și facilități de tip apartament, fie pentru a obține prețuri mai bune în grup. Autoritățile europene monitorizează fenomenul și au început reglementarea platformelor, dat fiind efectele asupra pieței imobiliare locale și concurenței în turism, însă este clar că platformele digitale vor rămâne o componentă esențială a pieței pe viitor. Per total, digitalizarea a sporit accesibilitatea ofertelor turistice și a redus fricțiunile din procesul de cumpărare, permițând tot mai multor persoane să-și planifice vacanța complet online, de la transport până la activități locale. (Sursa: Eurostat).

Transportul aerian: revenire și provocări

Transportul aerian, veriga esențială a turismului internațional, a revenit la rândul său la volumele de dinainte de criza pandemică, deși cu unele decalaje regionale și cu costuri semnificativ mai ridicate. La nivel global, numărul de pasageri aeriени în 2024 a fost de aproximativ 9,4 miliarde, ceea ce a însemnat aproximativ 103% din volumul anului 2019. Practic, 2024 este primul an în care traficul de pasageri depășește în mod clar recordul pre-pandemic, marcând o recuperare integrală a sectorului aviatic mondial. Redresarea a fost condusă de reluarea puternică a zborurilor internaționale, cu o creștere de 13,3% în 2024 comparativ cu anul precedent, atingând 102% din volumul anului 2019, în timp ce traficul intern (zboruri naționale) și-a revenit ceva mai lent (+4,5% în 2024 vs 2023). Această dinamică se reflectă și în rezultatele financiare ale companiilor aeriene: gradul mediu de încărcare al avioanelor a revenit aproape de nivelurile de vârf, iar veniturile aferente numărului de pasageri au urcat pe fondul cererii robuste. (Sursa: ACI World și ICAO).

În Europa, traficul aerian s-a apropiat în 2024 de volumul de vârf, nivel care a fost egalat în 2025. Numărul de zboruri comerciale în spațiul european a atins aproximativ 96% din nivelul anului 2019 la finalul lui 2024, o recuperare notabilă, având în vedere perturbările persistente (războiul din Ucraina a redesenat rutele pentru unele destinații, afectând traficul în Europa de Est). În sezonul de vârf (vara 2024), traficul european a fost intens: spre exemplu, în iulie 2024 s-au înregistrat în medie 34.379 de zboruri pe zi în rețeaua Eurocontrol, cu +4,5% mai multe decât în iulie 2023. Continuând trendul, la nivelul toamnei 2025, zborurile din Europa erau deja la 99-100% din volumul echivalent din 2019 (+4% față de 2024). Aceasta arată că, din perspectiva capacității de zbor și a conectivității, Europa a recuperat practic terenul pierdut, un aspect foarte important pentru operatorii din turism care se bazează pe disponibilitatea curselor aeriene. (Sursa: Eurocontrol)

Tarifele de transport aerian, însă, au crescut semnificativ în ultimii doi ani, alimentând inflația resimțită de turiști. După redeschiderea post-COVID, cererea bruscă de zboruri combinată cu oferta încă restrânsă (avioane și personal insuficient readuse în serviciu) a dus la scumpiri istorice: indicele european armonizat al prețurilor de consum (HICP) pentru „transportul de pasageri pe calea aerului” a înregistrat creșteri anuale de peste 20-30% în 2022-2023, iar în vara 2023 a atins chiar un vârf de +70% față de vara precedentă în zona euro. În medie, către finalul lui 2023 biletele de avion în Europa erau cu aproximativ 44% mai scumpe decât cu un an în urmă (Sursa: Eurostat). Aceste majorări s-au atenuat parțial pe parcursul lui 2024, odată cu reechilibrarea pieței (mai multe aeronave reintroduse în circulație, scăderea prețului petrolului față de maximele din 2022), însă tarifele rămân ridicate comparativ cu nivelul pre-pandemic.

O analiză a Asociației Internaționale a Transportului Aerian (IATA) arată că tendința ascendentă a prețurilor a pus presiune asupra cererii: spre sfârșitul lui 2023 și începutul lui 2024, companiile aeriene au constatat o rezistență a pasagerilor la noi creșteri de tarife, pe măsură ce costul călătoriilor devenea prohibitiv pentru unii clienți (Sursa: Reuters, 19 August 2024, scris de către Joanna Plucinska și Jon Nazca). În plus, costurile companiilor au crescut (carburanți, taxe de aeroport, salarii majorate din cauza deficitului de personal), lăsând un spațiu limitat de manevră. Cu toate acestea, industria aeriană a revenit pe profit agregat în 2023-2024 la nivel global, semn că volumele mari de pasageri și randamentele mai mari per pasager au compensat costurile crescute. Provocările rămase țin de menținerea calității serviciilor în condițiile unui trafic aglomerat: în Europa, 2023 a fost marcat de multiple greve în aviație și de probleme operaționale (aglomerări în aeroporturi, întârzieri cauzate de penuria de controlori de trafic), însă punctualitatea s-a îmbunătățit ușor în 2024 față de anul anterior (Sursa: Eurocontrol). Industria investește masiv în creșterea forței de muncă și în noi aeronave (mai eficiente energetic), pregătindu-se totodată să gestioneze cererea în creștere a următorului deceniu.

Inflația și costul crescut al serviciilor turistice

Inflația generală ridicată din economie în 2022-2023 s-a resimțit acut și în sectorul turismului, care agregă servicii din mai multe categorii (transport, cazare, alimentație publică, agrement). Indicele armonizat al prețurilor de consum (HICP) pentru serviciile legate de turism a avut creșteri semnificative în toată Europa. Un exemplu central este categoria „pachete turistice”, care reflectă costul combinat al unei vacanțe (transport + cazare): prețurile acestor pachete au crescut susținut începând din 2021, cu rate anuale de două cifre în majoritatea lunilor din 2022 și 2023. În mod particular, vacanțele interne au suferit scumpiri semnificative. Pe parcursul anului 2023, inflația la pachetele turistice interne din UE a depășit pragul de +20% anual timp de 7 luni consecutiv, ceea ce indică o cerere internă peste ofertă (mulți consumatori optând să își facă vacanța în țară, punând presiune pe capacitățile locale). Chiar și pachetele externe (către destinații din afara țării de origine) au avut creșteri de preț considerabile în aceeași perioadă, în medie de 10-15%. În 2024, odată cu temperarea unor factori (precum stabilizarea costului combustibililor și atenuarea cererii acumulate), ritmul scumpirilor s-a redus ușor, dar a rămas ridicat: în iulie 2024, prețurile pachetelor turistice în UE erau cu +6,6% mai mari față de iulie 2023 (cu +11,1% la pachetele de vacanță internă și +5,7% la cele externe). Practic, 2024 a adus în continuare vacanțe mai scumpe decât anul anterior, dar creșterile au fost mai moderate comparativ cu diferențele anterioare. (Sursa: Eurostat).

Pe parcursul anului 2025, tendința inflaționistă în turism a început să se tempereze vizibil, deși prețurile au rămas la un nivel ridicat. În august 2025, de exemplu, indicele prețurilor la pachete turistice în UE era cu +2,5% peste august 2024, un ritm mult micșorat față de creșterile anuale de 7-10% din 2024. Se remarcă o diferență între vacanțele interne, care încă au avut scumpiri mai mari (+6,8% în august 2025 versus august 2024), și vacanțele internaționale, unde prețurile aproape s-au stabilizat (+1,6% anual) (Sursa: Eurostat). Moderația din 2025 indică o aliniere a ofertei cu cererea și o posibilă saturație a ceea ce consumatorii pot plăti, aspect confirmat și de reacțiile din industrie conform cărora operatorii au început să observe o rezistență la preț. Cu toate acestea, din perspectivă absolută, costurile de călătorie rămân substanțial mai mari decât înainte de pandemie. De pildă, tarifele la hoteluri și restaurante în zona euro au fost în medie cu 15-20% mai mari în 2023 față de 2019 (reflectând scumpirea utilităților și a forței de muncă în ospitalitate), iar tarifele aeriene au fost cu zeci de procente peste nivelurile istorice. Indicele combinat HICP „Recreație și Cultură” (care include și serviciile de agrement turistic) a fost și el pe o

traiectorie ascendentă în 2022-2024. Pentru consumatori, aceasta înseamnă că bugetele de vacanță au suportat cheltuieli sensibil mai mari pentru aceeași destinație sau durată de sejur.

Rata ridicată a inflației la servicii turistice a erodat parțial cererea internă în anumite țări în 2023-2024. De exemplu, în sondaje, peste 85% dintre europeni declarau că au recurs la măsuri de reducere a costurilor în planurile de vacanță din cauza scumpirilor (*Sursa: ACCOR - European Travel Trends 2024*). Astfel de măsuri includ alegerea unor cazări mai ieftine, reducerea duratei sejurului, micșorarea bugetului de cheltuieli la destinație sau amânarea unor călătorii. Pe termen mediu, odată cu relaxarea inflației generale (HICP total în UE a scăzut sub 3% spre final de 2024) și cu ajustarea ofertelor (pachete promoționale, early booking cu discount), se așteaptă o recalibrare a prețurilor din turism către niveluri mai sustenabile. Concluzia este că sectorul turistic este sensibil la șocuri de cost și transmite rapid creșterile de preț către consumatorul final, influențând decizia de cumpărare. Companiile din industrie au început să se concentreze pe eficiență (digitalizare, automatizare) și pe value for money pentru a menține atractivitatea produselor turistice într-un context de cost ridicat al vieții.

Tendențe structurale și schimbări în comportamentul consumatorilor

În paralel cu evoluțiile cantitative, se conturează și noi tendințe calitative în comportamentul turiștilor, cu impact asupra modului în care se structurează oferta de pe piață. Una dintre cele mai pronunțate schimbări este orientarea accentuată către experiențe în defavoarea bunurilor materiale. Publicul, mai ales generațiile tinere, apreciază tot mai mult acumularea de amintiri și experiențe unice (călătorii, concerte, aventuri) în locul achizițiilor materiale. În Europa, un sondaj Mastercard arată că o treime dintre europeni planifică să cheltuiască peste 1.000 EUR pe experiențe turistice într-un an (ex. tururi gastronomice, sporturi extreme, evenimente culturale în vacanță). (*Sursa: Studiu Mastercard*) Această tendință impulsionează dezvoltarea ofertelor personalizate și autentice: turism comunitar, experiențe culinare locale, trasee culturale imersive, etc., care să permită călătorilor să se conecteze cu destinația dincolo de vizitele standard.

O altă tendință majoră este accentul pe sustenabilitate în rândul călătorilor. Problemele legate de schimbările climatice au intrat în atenția publicului, influențând alegerile de vacanță. Potrivit sondajelor, 71% din turiștii europeni declară criteriile de sustenabilitate ca fiind importante în deciziile lor de călătorie. Mai mult, 77% afirmă că îngrijorările climatice le vor influența efectiv comportamentul. De exemplu, unii intenționează să călătorească mai rar (11% dintre respondenți), să evite pe cât posibil zborurile (14%) sau să prefere activ furnizorii „verzi” de servicii turistice (10%). Această atitudine se reflectă în cererea tot mai mare pentru opțiuni precum cazări eco-friendly, transport feroviar în locul avionului pentru destinații aflate la distanțe medii, compensarea emisiilor de carbon la achiziția билетelor, sau experiențe locale ce susțin comunitățile (turism responsabil).

Totuși, există și un decalaj între intenție și acțiune: deși doresc să călătorească sustenabil, mulți turiști menționează obstacole precum costurile mai mari asociate opțiunilor verzi (indicate de 38% dintre respondenți) sau lipsa de informație clară (23%) (*Sursa: ACCOR - European Travel Trends 2024*). De exemplu, trenul este mai ecologic decât avionul, dar adesea și mai scump sau mai lent, ceea ce limitează adoptarea. Cu toate acestea, presiunea consumatorilor pentru sustenabilitate determină jucătorii din industrie să se adapteze: hotelurile implementează programe de reducere a consumului de energie și plastic, companiile aeriene investesc în combustibili sustenabili (SAF), iar platformele OTA au început să afișeze etichete pentru opțiuni de cazare sustenabile (cerute explicit de aproximativ 76% dintre utilizatori la nivel global). (*Sursa: Trip.com Group*).

Flexibilitatea și modul de lucru hibrid reprezintă un alt factor care a generat obiceiuri noi de călătorie. În era post-pandemie, tot mai mulți angajați lucrează remote sau își pot extinde călătoriile de business adăugând componenta de agrement, fenomen cunoscut drept „bleisure” sau „workation”. Un studiu la nivel european arată că aproximativ 19% dintre călătorii europeni plănuiau să facă cel puțin o deplasare în 2024 care să îmbine munca cu vacanța. Angajatorii devin mai permissivi în a lăsa angajații să lucreze de la distanță temporar, iar infrastructura (WiFi disponibil peste tot, spații de coworking la hoteluri) susține acest trend. Astfel, sejururile devin mai lungi în unele cazuri, de exemplu, un profesionist poate sta două săptămâni într-un loc turistic, lucrând în timpul zilelor lucrătoare și explorând destinația în timpul liber sau în weekend. Destinațiile se adaptează prin oferte speciale pentru nomazi digitali (vize de ședere



extinsă, abonamente la spații de lucru, reduceri la cazări pe durate mai lungi). Această tendință atenuează sezonabilitatea: în extrasezon se pot vedea mai mulți vizitatori care combină munca cu turismul, ajutând la utilizarea capacităților turistice în mod mai uniform pe parcursul anului. (Sursa: ACCOR - European Travel Trends 2024).

Sensibilitatea la cost și planificarea inteligentă a bugetului de călătorie s-au accentuat și ele ca trăsături de comportament. Deși majoritatea europenilor sunt optimiști că vor continua să călătorească (54% se așteptau să aibă mai mulți bani pentru vacanțe în 2024 comparat cu 2023), aproape toți caută moduri de a economisi în contextul scumpirilor. Un procent de 87% dintre călători declarau că iau măsuri de reducere a cheltuielilor: aleg cazare mai accesibilă (27% dintre respondenți), reduc bugetul pentru activități/opționale (27%), scurtează durata șederii sau călătoresc în afara vârfului de sezon pentru prețuri mai bune. Această raționalizare a cheltuielilor se traduce, pentru operatori, într-o cerere crescută pentru oferte speciale, promoții early booking sau last minute, pachete all-inclusive și într-o concurență acerbă pe criteriul preț/calitate. Un efect colateral interesant este evitarea sezonului de vârf: o treime dintre europeni (32%) afirmă că preferă să meargă în vacanță în extrasezon pentru a economisi, iar 19% chiar pentru a evita valurile de căldură extreme care au lovit sudul Europei vara (un impact indirect al schimbărilor climatice asupra alegerilor turistice). Prin urmare, se observă prelungirea sezonelor turistice pentru destinații însoțite (de exemplu, unele stațiuni mediteraneene își extind operarea în octombrie-noiembrie), în timp ce pe vârf de sezon turiștii încearcă să evite aglomerația și costurile ridicate. (Sursa: ACCOR - European Travel Trends 2024).

În ceea ce privește sursele de inspirație și informare, consumatorii de astăzi își planifică vacanțele în funcție de diferiți factori. Recomandările personale rămân pe primul loc, aproximativ 35% dintre europeni spun că aleg destinații pe baza recomandărilor prietenilor sau familiei. Imediat după, însă, vin review-urile online și conținutul digital: 29% sunt influențați de recenziile de pe platforme (TripAdvisor, Google Reviews, forumuri), iar aproximativ 12-16% sunt inspirați direct de social media sau filme/seriale TV când își aleg destinația. Fenomenul de „set-jetting” (vizitarea locurilor de filmare ale unor producții celebre) s-a accentuat. De exemplu, Croația a beneficiat de pe urma serialului Game of Thrones, Sicilia de pe urma White Lotus, etc., astfel că aproximativ 16% dintre europeni recunosc că destinațiile văzute în filme și emisiuni TV le-au influențat planurile de vacanță. Acest lucru a determinat apariția unor pachete și tururi tematice dedicate (de exemplu, turul locurilor din seria de filme Harry Potter în Marea Britanie, locațiile de filmare ale serialului Emily in Paris în Franța ș.a.). De asemenea, loialitatea față de branduri de turism contează: 17% dintre turiști menționează că aleg în funcție de operatorul sau lanțul hotelier de încredere (unii fiind membri ai programelor de fidelitate). Astfel, reputația și brandul unei companii turistice devin active importante, mai ales într-o piață în care consumatorul poate compara instant oferte. (Sursa: ACCOR - European Travel Trends 2024).

Nu în ultimul rând, se observă o diversificare a preferințelor demografice: segmentul călătoriilor solo este în creștere (circa 17% dintre europeni intenționau o vacanță de unii singuri în 2024), la fel și cererea de facilități pentru animale de companie (9% dintre turiști și-ar lua animalele în vacanță dacă ar putea). Turiștii caută totodată un contact mai profund cu cultura locală - peste o treime (36%) spun că pentru ei este important să se cufunde în cultura și comunitatea destinației pe durata călătoriei. Acest fapt stimulează inițiative de turism lent (slow travel), turism rural, voluntariat în vacanță sau experiențe la gazde locale, care transformă călătoria într-un schimb cultural autentic. (Sursa: ACCOR - European Travel Trends 2024)

Astfel, piața turismului în 2024-2025 se caracterizează printr-o revenire robustă a volumelor, sosiri și înnoptări la niveluri record global și european, dar și prin transformări structurale notabile. Cererea pentru anumite produse turistice (chartere, all-inclusive, city-break) s-a recalibrat sub influența factorilor economici și sanitari recenți, digitalizarea a devenit nucleul distribuției și experienței de călătorie, iar consumatorii au evoluat: sunt mai digitali, mai atenți la buget și sustenabilitate, dar dornici de a călători și de a acumula experiențe de neuitat. Toate aceste tendințe creează un context favorabil și provocator totodată pentru jucătorii din industrie, care trebuie să își ajusteze strategiile de piață ținând cont de noile realități ale pieței turistice post-pandemice.

CADRUL DE REGLEMENTARE

Activitatea Emitentului este supusă unui cadru de reglementare complex, atât la nivel european, cât și la nivel național, care guvernează diverse aspecte ale operațiunilor sale, incluzând organizarea și comercializarea pachetelor de servicii turistice, protecția consumatorilor, protecția datelor cu caracter personal și cerințele de solvabilitate financiară.

Reglementări aplicabile activității de tour operator

Directiva privind pachetele de servicii de călătorie

Directiva (UE) 2015/2302 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2015 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate („Directiva 2015/2302”) a fost adoptată pentru a moderniza și extinde cadrul de protecție a consumatorilor în domeniul turismului. Directiva 2015/2302 a intrat în vigoare la 31 decembrie 2015 și a trebuit transpusă în legislația națională de către statele membre UE până la 1 ianuarie 2018, fiind aplicabilă începând cu 1 iulie 2018.

Directiva 2015/2302 impune operatorilor care comercializează pachete de vacanță răspunderea pentru toate componentele pachetului, inclusiv pentru serviciile furnizate de terți, precum companiile aeriene, operatorii hotelieri și agențiile locale de turism. Totodată, directiva extinde conceptul de pachet și se aplică pachetelor prearanjate, pachetelor personalizate și serviciilor de călătorie asociate.

În România, Directiva 2015/2302 a fost transpusă prin Ordonanța Guvernului nr. 2/2018 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate, precum și pentru modificarea unor acte normative („OG 2/2018”). OG 2/2018 stabilește drepturile și obligațiile aplicabile contractelor dintre organizatori sau agenții de turism și călători cu privire la pachetele de servicii de călătorie, precum și obligațiile aplicabile comercianților care facilitează servicii de călătorie asociate.

În calitate de organizator de pachete turistice, Emitentul face obiectul dispozițiilor OG nr. 2/2018, în special în ceea ce privește standarde minime privind informațiile care trebuie furnizate consumatorilor, cerințe formale pentru contractele privind pachetele de călătorie, inclusiv reguli obligatorii privind anularea, modificarea și răspunderea civilă a organizatorilor de pachete turistice, și furnizarea unei protecții efective consumatorilor în cazul insolvenței organizatorului de pachete turistice, și anume rambursarea prețului și repatrierea consumatorilor.

Cerințe de licențiere și autorizare în România

În conformitate cu legislația națională, desfășurarea activităților de tour-operator și agenție de turism este condiționată de obținerea și menținerea unei licențe de turism emise de Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului.

Cerințele privind licențierea activităților din turism sunt reglementate prin Ordonanța Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, cu modificările și completările ulterioare, Hotărârea Guvernului nr. 1267/2010 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licențelor și brevetelor de turism, precum și prin Normele metodologice aprobate prin Ordinul președintelui Autorității Naționale pentru Turism nr. 65/2013, cu modificările și completările ulterioare, inclusiv cele aduse prin Ordinul ministrului turismului nr. 1.179/2018. În prezent, eliberarea licenței de turism se realizează de către Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, prin Direcția Generală Turism și Direcția Autorizare și Monitorizare, în calitate de autoritate publică centrală responsabilă în domeniul turismului, în baza documentației depuse de operatorul economic, cu respectarea condițiilor, criteriilor și procedurilor prevăzute de aceste acte normative.

În mod similar, cerințele privind licențierea și desfășurarea activităților de transport rutier sunt reglementate prin Ordinul ministrului transporturilor și infrastructurii nr. 980/2011 pentru aprobarea Normelor metodologice privind aplicarea prevederilor referitoare la organizarea și efectuarea transporturilor rutiere și a activităților conexe acestora, stabilite prin OG nr. 27/2011 privind transporturile rutiere, cu modificările și completările ulterioare. În prezent, eliberarea licenței de transport se realizează de către Autoritatea Rutiera Romana - A.R.R., care este autoritatea competentă în domeniul transporturilor rutiere, în baza documentației depuse de operatorul economic, cu respectarea condițiilor, criteriilor și procedurilor prevăzute de aceste acte normative. Menționăm că Emitentul deține și o licență de transport persoane emisă de Autoritatea Rutieră Română nr. 1066055, valabilă până la data de 06.11.2035.



Emitentului îi sunt aplicabile, de asemenea, prevederi din domeniul formării ghizilor autorizați și al personalului din turism (cum ar fi OG 129/2000 privind formarea profesională a adulților, cu modificările și completările ulterioare, HG nr. 305/2001 privind atestarea și utilizarea ghizilor de turism, cu modificările și completările ulterioare, precum și alte prevederi legale aplicabile în domeniu).

Pentru informații privind licențele și autorizațiile deținute de Emitent, a se vedea Secțiunea *Activitatea Emitentului – Principalele Autorizații*.



Garanția de protecție împotriva insolvenței

În conformitate cu OG nr. 2/2018, organizatorii de pachete de servicii de călătorie sunt obligați să constituie și să mențină o garanție financiară destinată protecției călătorilor în cazul insolvenței organizatorului. Această garanție trebuie să acopere rambursarea integrală a sumelor plătite de călători, precum și repatrierea acestora atunci când transportul este inclus în pachetul de servicii de călătorie.

Emitentul menține o garanție financiară în conformitate cu cerințele legale aplicabile, sub forma unei polițe de asigurare pentru insolvență emisă de **OMNIASIG VIENNA INSURANCE GROUP S.A.** (care poate fi consultată pe website-ul Emitentului, la adresa https://chr-static.s3.eu-central-1.amazonaws.com/Romania/Documente%20utile/Polita%20de%20insolvabilitate%202025-2026%20_1.pdf).

Emitentul consideră că nivelul garanției constituite este adecvat volumului actual de operațiuni și îndeplinește cerințele legale aplicabile.

Reglementări privind protecția consumatorilor

Pe lângă reglementările specifice sectorului turismului, activitatea Emitentului este supusă și reglementărilor generale privind protecția consumatorilor din România și Uniunea Europeană. Acestea includ, cu titlu principal, Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, care transpune Directiva 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor, precum și Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului, republicată, alături de alte acte normative aplicabile în domeniu.

Aceste reglementări impun obligații privind informarea precontractuală a consumatorilor, dreptul de retragere din contractele la distanță, transparența prețurilor și interzicerea practicilor comerciale incorecte. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor este autoritatea competentă pentru supravegherea respectării acestor reglementări și poate aplica sancțiuni contravenționale în cazul neconformității.

Pandemia COVID-19 a generat provocări semnificative pentru sectorul turismului în ceea ce privește gestionarea anulărilor și rambursărilor. În această perioadă, autoritățile europene și naționale au acordat o atenție sporită modului în care organizatorii de pachete turistice au gestionat cererile de rambursare ale clienților ale căror vacanțe au fost anulate.

Emitentul a gestionat cererile de rambursare în conformitate cu drepturile conferite de legislație consumatorilor și continuă să monitorizeze evoluțiile în acest domeniu.

Reglementări privind transportul aerian de pasageri

Activitatea Emitentului este influențată de reglementările aplicabile transportului aerian de pasageri în Uniunea Europeană.

Regulamentul (CE) nr. 261/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 februarie 2004 stabilește norme comune în materie de compensare și asistență a pasagerilor în cazul refuzului la îmbarcare, al anulării sau al întârzierilor mari ale zborurilor, conferind acestora drepturi precum compensarea, rambursarea sau redirecționarea.

Deși obligațiile principale în temeiul acestui regulament revin transportatorului aerian efectiv, în cazul pachetelor de servicii de călătorie, Emitentul poate răspunde față de călător, în temeiul OG 2/2018, pentru neconformitatea serviciilor incluse în pachet, inclusiv a celor de transport, fiind obligat, după caz, la acordarea de reduceri de preț și/sau despăgubiri.

Reglementări privind protecția datelor cu caracter personal

La fel ca alte companii care operează în Uniunea Europeană, Emitentul este supus unor reglementări din ce în ce mai stricte privind protecția datelor, care impun obligații în ceea ce privește modul de colectare, prelucrare, stocare, transfer, securizare și ștergere a datelor cu caracter personal.

Emitentul face obiectul mai multor acte normative privind confidențialitatea și protecția datelor, inclusiv Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date, Legea nr. 190/2018 privind măsuri de punere în aplicare a GDPR, care completează dispozițiile GDPR la nivel național.

Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal este autoritatea competentă pentru supravegherea respectării legislației privind protecția datelor în România. Nerespectarea cerințelor GDPR poate atrage sancțiuni administrative semnificative, care pot ajunge până la 20.000.000 EUR sau 4% din cifra de afaceri anuală globală a grupului din care face parte operatorul, oricare dintre aceste valori este mai mare.

Reglementări privind comerțul electronic

Având în vedere că o parte semnificativă a activității Emitentului este desfășurată online, acesta trebuie să respecte reglementările aplicabile comerțului electronic. În principal, Legea nr. 365/2002 privind comerțul electronic, republicată, care transpune Directiva 2000/31/CE, stabilește obligații privind furnizarea informațiilor de către prestatorii de servicii, regimul comunicărilor comerciale și condițiile de încheiere a contractelor prin mijloace electronice. Totodată, obligațiile privind informarea consumatorilor, utilizarea cookie-urilor, comunicările de marketing și protecția datelor cu caracter personal sunt reglementate prin Regulamentul (UE) 2016/679 și Legea nr. 506/2004, precum și prin alte acte normative aplicabile.

Alte reglementări aplicabile și evoluții legislative relevante

Activitatea Emitentului este, de asemenea, supusă unei game largi de reglementări de drept comun aplicabile societăților, inclusiv legislația muncii, legislația fiscală, legislația privind prevenirea și combaterea spălării banilor și a finanțării terorismului, precum și reglementările privind achizițiile publice (în măsura în care Emitentul participă la proceduri de achiziții). Emitentul consideră că a obținut toate licențele și autorizațiile necesare și că își desfășoară activitățile în conformitate cu legislația aplicabilă.

Cadrul de reglementare aplicabil activității Emitentului este supus unor evoluții continue la nivel european și național. Investitorii ar trebui să ia în considerare următoarele aspecte:

- Revizuirea Directivei 2015/2302: Directiva (UE) 2015/2302 face obiectul unei propuneri de revizuire adoptate de Comisia Europeană la 29 noiembrie 2023, în scopul consolidării protecției călătorilor și clarificării unor aspecte ale regimului pachetelor de servicii de călătorie. Procedura legislativă a avansat semnificativ în 2025-2026, astfel încât este posibilă adoptarea unor cerințe suplimentare sau mai stricte aplicabile operatorilor din sector.
- Reglementări privind sustenabilitatea: Uniunea Europeană a adoptat, în cadrul Pactului Ecologic European și al pachetului Fit for 55, măsuri legislative cu impact asupra sectorului turismului și în special asupra transportului aerian, inclusiv reguli privind utilizarea combustibililor sustenabili în aviație și regimul EU ETS. Aceste evoluții pot conduce la creșterea costurilor de operare și la obligații suplimentare de conformare pentru participanții din lanțul valoric al turismului. Emitentul monitorizează aceste evoluții și evaluează potențialul impact asupra operațiunilor și costurilor sale.
- Evoluții în domeniul protecției datelor: Cadrul european în materie de protecție a datelor și reglementare digitală continuă să se dezvolte, inclusiv prin intensificarea aplicării GDPR și prin adoptarea unor reguli procedurale suplimentare pentru cazurile transfrontaliere. În plus, Regulamentul privind serviciile digitale (DSA) este deja aplicabil și poate impune obligații suplimentare entităților care operează platforme online, inclusiv în sectorul turismului. Regulamentul privind piețele digitale (DMA) este, de asemenea, aplicabil, însă vizează în principal platformele foarte mari desemnate drept gatekeeperi.



Emitentul va continua să monitorizeze evoluțiile legislative și de reglementare la nivel european și național și să își adapteze politicile și procedurile pentru a asigura conformitatea cu cerințele aplicabile. Cu toate acestea, nu poate fi oferită nicio asigurare că modificările legislative viitoare nu vor avea un impact negativ semnificativ asupra activității, situației financiare sau rezultatelor operaționale ale Emitentului.



ACTIVITATEA SOCIETĂȚII

Investitorii ar trebui să citească această Secțiune împreună cu informația mai detaliată inclusă în acest Prospect, inclusiv informația de natură financiară.



PREZENTARE GENERALĂ

Societatea este o companie antreprenorială de familie care, începând cu anul 1997 și până în prezent, a devenit unul dintre cei mai importanți tour-operatori din România, printr-o strategie bazată pe inovație, investiții, extindere internațională și marketing. Portofoliul său include o gamă largă de produse turistice – pachete charter, circuite, sejururi, city-break-uri, vacanțe personalizate, precum și servicii suplimentare integrate.

Societatea este un operator cu notorietate pe piața națională a turismului, fiind recunoscută pentru serviciile sale adresate tuturor categoriilor de consumatori, indiferent de vârstă sau nivel de venit. Multe dintre produsele sale au devenit bine-cunoscute în piață și reprezintă repere în industria turismului din România.

Societatea se bazează, printre altele, pe rezultatele financiare pozitive din ultimii ani, care demonstrează capacitatea de a investi și dezvolta activitatea principală în ciuda volatilității din sectorul turismului și a crizelor economice și sanitare recente. Societatea continuă să investească în extinderea portofoliului, digitalizare, tehnologie și diversificarea destinațiilor, menținându-se în parametrii de angajament față de obiectivele de business.

Valorile fundamentale ale Societății includ orientarea către client, responsabilitatea, respectul pentru parteneri, inovația și calitatea serviciilor. Societatea oferă o gamă diversificată de pachete turistice și pune accent pe experiența pozitivă a clienților, consolidând o relație bazată pe încredere și stabilitate.

Printre factorii cheie care influențează activitatea Societății se numără: cererea pentru produsele turistice oferite, capacitatea de a menține relații solide cu partenerii externi și furnizorii de servicii, diversificarea destinațiilor și a produselor, evoluțiile macroeconomice și geopolitice, prețurile de piață ale serviciilor turistice, nivelul de ocupare în destinațiile contractate, puterea brandului Christian Tour, calitatea serviciilor oferite și eficiența operațională.

Domeniul de activitate al Societății

Potrivit Actului Constitutiv al Societății, principalul său domeniu de activitate este codul CAEN 7912 – Activități ale tour-operatorilor, conform Ordinului președintelui Institutului Național de Statistică nr. 377/2024 privind actualizarea Clasificării activităților din economia națională – CAEN.

Istoric și evoluție

Christian Tour își are originile în anul 1997, într-un context în care piața turismului organizat din România se afla într-o etapă incipientă, iar călătoriile internaționale erau limitate de factori precum regimul vizelor, accesul redus la informație și resursele financiare restrânse ale consumatorilor. În acest cadru, inițiativa fondatorului Ion-Cristian Pandel a avut ca obiectiv dezvoltarea unei oferte de turism organizat adresată în special segmentului de public activ și tânăr, cu produse accesibile și structurate.

Compania a fost autorizată juridic prin Sentința Civilă nr. 532 din 10.06.1997, sub denumirea S.C. „CHRISTIAN '76” S.R.L., cu un capital social inițial de 1.000.000 ROL. Primul sediu al companiei a fost amenajat într-un spațiu situat în zona Bulevardului Mihail Kogălniceanu (în proximitatea Facultății de Drept), iar activitatea inițială s-a concentrat pe organizarea de excursii și programe turistice pentru grupuri, în special în zona montană.

În primii ani de activitate, produsele companiei au inclus excursii montane și programe dedicate studenților, organizate preponderent cu transport feroviar și cazare în cabane, având ca elemente centrale accesibilitatea și structura organizatorică. Promovarea era realizată prin canale directe și locale (afișaj, materiale tipărite și recomandări), într-o perioadă în care distribuția digitală nu era încă relevantă pe piața din România.

Identitatea vizuală a companiei a fost construită în jurul simbolului Sfinxului din Bucegi, utilizat ca element de logo și asociat cu poziționarea Christian Tour ca brand cu rădăcini locale și orientare către dezvoltarea unei prezențe stabile pe piața turismului organizat din România. Așa cum Sfinxul din Bucegi este un reper al muntelui românesc, și Christian Tour și-a propus să devină un reper al turismului autohton.



De la inițiativă antreprenorială la model scalabil

În anul 1999, compania intră într-o etapă de extindere prin deschiderea unui al doilea punct de lucru în București și diversificarea ofertei prin introducerea pachetelor turistice interne, în special către litoral și stațiuni balneare. Această mutare marchează o schimbare de paradigmă: de la produse configurate punctual și grupuri ad-hoc, la serii de pachete repetitive, vândute în serii, cu volum și sezonabilitate. Pachetele pentru litoral erau construite în jurul componentei de cazare (și, după caz, masă), pe baza parteneriatelor hoteliere și a revânzării de capacități, iar transportul era, în general, asigurat de turiști pe cont propriu.

Tot în anul 1999 are loc și prima excursie externă cu autocarul către Paris, într-un moment în care mobilitatea europeană începea să se simplifice pentru turiștii români, reprezentând un reper timpuriu în orientarea companiei către turismul extern.

În perioada 2002–2004, Christian Tour extinde oferta către destinații internaționale îndepărtate, introducând circuite în Asia (Thailanda, China, India), produse complexe pentru acea perioadă, care presupuneau logistică extinsă și parteneriate la destinație.

În anul 2003, compania lansează primul charter extern cu autocarul către Paralia Katerini (Grecia), cu plecare din București. Astfel, în anul 2003 are loc trecerea de la simpla revânzare de servicii la construcția unui produs integrat (transport + cazare) controlat de companie. Pentru Emitent, acel charter de autocar devine o validare practică a unei idei care va fi folosită ulterior la scară mult mai mare, respectiv faptul că există cerere masivă pentru vacanțe externe accesibile, dacă produsul este bine organizat, predictibil și livrat coerent.

Începând cu anul 2004, compania intră într-o etapă de creștere accelerată. Rețeaua de agenții se extinde, iar marca comercială „Christian Tour” se consolidează ca identitate principală, depășind cadrul juridic inițial. În această etapă, compania dezvoltă un model de operare orientat către livrarea de pachete turistice complete (transport, cazare și asistență), printr-o infrastructură operațională în creștere, susținută atât de agenții proprii, cât și de parteneriate comerciale.

„Pachetul complet” devine standardul operațional în perioada 2003-2004 și se consolidează în următorii ani, pe măsură ce se maturizează infrastructura de vânzare și operare. Asistența inclusă nu înseamnă doar un număr de telefon, ci un set de mecanisme concrete care fac produsul sigur pentru publicul de masă: reprezentanți la destinație vorbitori de limba română, întâlniri de informare, suport în situații neprevăzute (cazare, probleme medicale, logistică), iar pentru autocar și circuite, însoțitor de grup pe traseu. În timp, această componentă evoluează de la parteneriate locale către structuri integrate proprii, dedicate operării serviciilor la destinație.

Extinderea operațiunilor și consolidarea poziției în piață (2005-2012)

În perioada 2005-2012, compania înregistrează repere relevante în dezvoltarea operațională, marcând tranziția către un model de operare la scară extinsă.

În anul 2008, parteneriatul strategic cu Aegean Airlines marchează tranziția către chartere aeriene de volum, reprezentând un element important în scalarea operațiunilor și în dezvoltarea ofertelor către destinații precum Grecia. În această etapă, Christian Tour lansează curse directe charter către insulele elene, inclusiv Creta, Rodos, Corfu, Zakynthos, Kefalonia și Kos.

Tot în această perioadă este lansat programul Senior Voyage, un produs destinat segmentului de turiști cu vârsta de peste 55 de ani, cu accent pe extrasezon, având rolul de a reduce dependența de vârful de sezon estival și de a susține loializarea clienților. În timp, este dezvoltat și clubul seniorilor, care atinge peste 20.000 de membri activi, persoane care achiziționează în mod uzual cel puțin două vacanțe pe an.

În perioada 2010–2011, rețeaua de agenții atinge un nivel relevant la nivel național (15-30 de agenții), cu extindere în orașe cheie. În paralel, canalul B2B devine un motor de distribuție, iar până la finalul anului 2011 rețeaua ajunge la aproximativ 1.200 de agenții parteneri.

În anul 2012, sunt dezvoltate primele repere digitale relevante ale companiei, inclusiv portalul b2b.christiantour.ro pentru parteneri și un site modernizat, care permite o experiență îmbunătățită de căutare și rezervare online.

Consolidare operațională și digitalizare (2013-2019)

În perioada 2013-2014, compania intră într-o etapă de consolidare operațională și de digitalizare a infrastructurii. Se standardizează fluxurile interne (rezervare, contractare, operare), iar portofoliul de produse este sistematizat pentru a susține volume ridicate.

În anul 2014, este lansată funcționalitatea de ticketing online (fără un brand distinct), care permite vânzarea de bilete de avion ca serviciu individual, atât pentru clienți B2C, cât și pentru parteneri B2B și corporate. Această inițiativă contribuie la dezvoltarea unei linii distincte de business.

În aceeași perioadă, compania obține licența IATA (International Air Transport Association), consolidând capacitatea de operare în zona de ticketing și respectarea cerințelor de standardizare și disciplină financiară specifice industriei aviatice.

Tot în această etapă se consolidează utilizarea unor module precum TINA un ERP (Enterprise Resource Plannin – sistem de planificare a resurselor întreprinderii) dedicat industriei turismului, și AIDA, o platformă de management al inventarului și distribuției, iar call-center-ul își dezvoltă treptat structura operațională, pe măsură ce volumele cresc.

În perioada 2014-2019, compania își diversifică portofoliul și își extinde operațiunile în plan regional. Se dezvoltă puternic zona de circuite europene și exotice, cu logistică completă și însoțitori de grup vorbitori de limba română.

În anul 2019, compania atinge un nivel ridicat de activitate pre-pandemic, înregistrând peste 350.000 de călători (PAX), precum și următorii indicatori operaționali: 611 circuite într-un singur an, până la 48 de zboruri charter săptămânal în vârful de sezon, flotă proprie de 64 de autovehicule, prezență în 40 de orașe și o rețea B2B de circa 1.600 de agenții partenere.

Adaptare la contextul pandemic și accelerarea digitalizării (2020-2022)

În perioada 2020-2022, piața turistică a traversat o schimbare structurală determinată de pandemia COVID-19, iar Christian Tour își adaptează activitatea atât comercial, cât și operațional.

Compania își concentrează atenția asupra turismului intern și dezvoltă un sistem de tip channel manager, prin care hotelurile își pot actualiza în timp real disponibilitatea și tarifele dinamice în sistemul de rezervări. Peste 1.500 de hoteluri din România își înscriu locațiile pe această platformă, făcând ca Emitentul să aibă cel mai mare număr de hoteluri listate din piața românească.

Este lansat modulul de turism intern în sistemul propriu Sphinx, iar prin integrare API (Application Programming Interface), aceste unități sunt comercializate inclusiv online, prin site-ul companiei.

În același timp, compania își reconfigurează oferta externă în funcție de restricțiile existente și dezvoltă mecanisme operaționale de flexibilitate pentru reprogramări și modificări. În paralel, criza pandemică accelerează investițiile în digitalizare și control al inventarului: se consolidează platforma internă Sphinx ca agregator central, se extind integrările cu module (AIDA, TINA, eTrip), iar zona de call-center și CRM (Customer Relationship Management) se dezvoltă pentru a gestiona trasabilitatea relației cu clientul în perioade caracterizate de volatilitate ridicată. Emitentul utilizează instrumente bazate pe inteligență artificială pentru analiza interacțiunilor din call-center și pentru monitorizarea conformității și a calității conversațiilor, componentă detaliată suplimentar în secțiunea privind serviciile post-vânzare.

Beneficiile operaționale ale acestor dezvoltări includ capacitatea de reacție rapidă (stop-sales/open-sales), un control îmbunătățit al riscului asociat capacităților perisabile și procesarea unui volum ridicat de operațiuni fără blocaje structurale.

Consolidare și dezvoltare recentă (2023–2025)

În perioada 2023–2024, Emitentul depășește pragul de 318.000 clienți, beneficiind de o bază extinsă de plecări regionale (peste 15 aeroporturi) și destinații consolidate de masă (Antalya, Creta, Hurghada, Tunisia, Mallorca).

În același timp, crește ponderea segmentelor tematice și a produselor dedicate. Senior Voyage devine un „motor” pentru extrasezon, înregistrând peste 16.032 clienți în anul 2025. Circuitele culturale și experiențele (Pellerin/Once in a Lifetime) se consolidează, iar Winter Sun contribuie la dezvoltarea unei activități comerciale relevante în sezonul de iarnă.

În anul 2024 are loc achiziția rețelei TUI Travel Center, care conduce la extinderea rețelei proprii și marchează intrarea într-o etapă de consolidare și optimizare a prezenței în retail.

În anul 2025, Emitentul se află într-o etapă de maturizare strategică, caracterizată de consolidarea poziției operaționale și de creșterea disciplinei financiare. Modelul de business este construit în jurul unui portofoliu diversificat de produse turistice, cu accent pe pachete charter, experiențe personalizate, turism intern și servicii auxiliare, distribuite printr-un mix de canale proprii și partenerere.

În acest fel, Emitentul devine un Touroperator complex care are toate tipurile de produse agregate într-o singură platformă, ceea ce ajută la distribuția pe diferite canale. Investițiile în tehnologizare și automatizare rămân o prioritate, iar o parte din procese sunt realizate cu suportul instrumentelor bazate pe inteligență artificială, cu scopul de a optimiza gestionarea volumelor mari de date și de a îmbunătăți eficiența operațională.

În paralel, Emitentul continuă procesul de standardizare a fluxurilor interne, îmbunătățirea controlului costurilor și optimizarea capitalului de lucru, într-un context de sezonabilitate specific industriei. Investițiile realizate în anii anteriori în infrastructura digitală, sisteme de rezervare și management al inventarului permit companiei să gestioneze volume ridicate de clienți, să răspundă fluctuațiilor de cerere și să crească predictibilitatea operațională.

În ansamblu, evoluția Christian Tour reflectă o dezvoltare graduală, bazată pe extinderea portofoliului, diversificarea canalelor de distribuție și investiții în infrastructura operațională și digitală, în vederea susținerii unui model scalabil în industria de turism.

PRINCIPALELE AVANTAJE COMPETITIVE

Emitentul își desfășoară activitatea într-o industrie caracterizată prin sezonabilitate pronunțată, sensibilitate la factori externi (economici, geopolitici și de reglementare), volatilitate a cererii și o concurență intensă într-o piață fragmentată, în care diferențierea se realizează atât prin capacitatea de a genera cerere, cât și prin capacitatea de a securiza și livra servicii la standarde constante. În acest context, avantajele competitive ale Emitentului sunt construite ca un set coerent de elemente structurale - reputație, distribuție, integrare operațională, tehnologie, portofoliu și fidelizare care, împreună, susțin stabilitatea activității, scalarea eficientă și protecția marjelor pe termen mediu și lung.

Poziționarea competitivă a Emitentului este fundamentată pe un model de „tour operator complex”, cu acoperire națională, multiple canale de distribuție și capacitatea de a opera la volum ridicat, simultan cu dezvoltarea unei componente digitale scalabile și tranziția către o companie de tehnologie cu produse proprii. Dimensiunea și arhitectura rețelei comerciale permit acces la cerere la nivel național, inclusiv în afara orașelor în care există prezență fizică directă, iar complementar, rețeaua de parteneri revânzători acționează ca multiplicator de volum și ca instrument de propagare rapidă a produselor. Pe lanțul de livrare, Emitentul își consolidează controlul prin integrarea unor componente critice: logistică rutieră, servicii la destinație, servicii de ghid și asistență, precum și infrastructură tehnologică, reducând dependența de terți în perioadele de vârf și crescând nivelul serviciilor prestate.

În același timp, diferențierea este susținută de diversitatea portofoliului și de capacitatea de a extinde sezonul prin produse complementare, ceea ce contribuie la atenuarea sezonității și la optimizarea mixului dintre volum și rentabilitate. Acest mod de structurare a portofoliului este dublată de mecanisme de monetizare a serviciilor suplimentare și de personalizare a experienței, inclusiv prin integrarea opțiunilor în fluxul digital, elemente care sporesc flexibilitatea comercială și capacitatea de adaptare.

Un rol important în consolidarea avantajelor competitive îl au reputația și încrederea construite în timp, reflectate atât de continuitatea operațională în perioade de perturbare a pieței, cât și de măsuri de protecție a consumatorilor, precum existența unei asigurări de insolvență la un nivel semnificativ. În ceea ce privește relația cu clientul, Emitentul beneficiază de un nivel ridicat de recurență, susținut de o bază extinsă de clienți care revin anual și de dezvoltarea unor comunități stabile în segmente dedicate, precum Senior Voyage. În completare, lansarea primului abonament de vacanțe din România - Travel Prime, prin care turiștii au o serie de avantaje financiare și non-financiare, consolidează loialitatea și frecvența de achiziție, contribuind la creșterea valorii pe termen lung a fiecărui client și la optimizarea eficienței investițiilor în marketing.

Principalele avantaje competitive raportat la piață și concurenții Emitentului sunt:

Brand românesc, reputație și reziliență demonstrată în perioade de criză

Emitentul se diferențiază prin statutul de brand românesc cu tradiție, printre puținele active în domeniul turismului, în România, construit în peste trei decenii de activitate și consolidat prin capacitatea de a menține continuitatea operațională și comercială în contexte economice și sectoriale dificile. Modelul de afaceri a fost calibrat pentru a funcționa într-o industrie expusă sezonității, volatilității cererii și

factorilor externi, iar istoricul companiei include traversarea mai multor cicluri economice și episoade de perturbare a pieței, inclusiv perioade de criză. În acest context, Emitentul și-a demonstrat reziliența inclusiv în anul 2020, când, pe fondul crizei sanitare COVID-19, a reușit să rămână profitabil, pe fondul unei adaptări rapide a ofertei, a canalelor și a disciplinei operaționale.

Un element suplimentar de credibilitate și protecție pentru consumatori îl reprezintă existența unei asigurări de insolvență la un nivel semnificativ (aprox. 1 milion EUR), nivel care contribuie la diferențiere în raport cu practici întâlnite în piață, unde există jucători cu acoperiri substanțial mai reduse. Această componentă susține încrederea clienților, în special în segmentele de volum și în perioadele de vârf, când expunerea operațională și financiară este mai ridicată.

Poziționare distinctă ca jucător semnificativ cu capital românesc într-o piață în consolidare accelerată

Piața de turism din România traversează o etapă de consolidare și internaționalizare accelerată, reflectată de tranzacții și intrări strategice în perioada 2024–2026, inclusiv: achiziția a 80% din Creative Eye SRL (operatorul platformei LitoralulRomanesc.ro) de către Szallas Group (Wirtualna Polska Holding) în iunie 2024; intrarea fondului Resource Partners ca acționar majoritar în ITH Group (Vola.ro) în septembrie 2024; achiziția a 70% din Paralela 45 de către Rainbow Tours (Polonia) în mai 2025; precum și intrarea oficială a TUI în România prin operațiuni directe în februarie 2026.

În acest context, Emitentul beneficiază de o poziționare competitivă rară: este unul dintre puținii jucători de dimensiune relevantă rămași cu capital majoritar românesc, într-o piață în care activele locale sunt achiziționate sau integrate în grupuri regionale. Această poziționare are relevanță strategică în condițiile în care procesul de consolidare favorizează operatorii care pot susține investiții recurente în capacități comerciale și operaționale, tehnologie, marketing și securizarea inventarului (zboruri, cazare, servicii la destinație), precum și în dezvoltarea de produse diferențiate. Într-un astfel de mediu, dimensiunea și capacitatea de execuție devin criterii determinante pentru menținerea și extinderea cotei de piață, iar Emitentul dispune de infrastructura, rețeaua și baza de clienți necesare pentru a funcționa ca platformă de consolidare în piața locală.

Listarea pe piața de capital și accesul la finanțare prin mecanisme publice reprezintă un element care poate consolida semnificativ această poziționare. Pe de o parte, creșterea capitalizării și a resurselor disponibile poate susține accelerarea investițiilor în dezvoltarea infrastructurii digitale și automatizarea proceselor comerciale, precum și extinderea portofoliului de produse și a capacității de operare la volum ridicat. Pe de altă parte, statutul de companie listată implică un nivel superior de transparență, guvernanta și vizibilitate publică, cu efect direct asupra credibilității în relația cu partenerii strategici (furnizori, hoteluri, companii aeriene), dar și asupra încrederii consumatorilor într-o industrie în care reputația și siguranța tranzacției sunt factori critici de decizie. În plus, listarea creează premisele utilizării mai eficiente a capitalului în contextul consolidării pieței, prin posibilitatea de a susține dezvoltarea organică accelerată și, după caz, de a evalua oportunități de integrare sau achiziții care pot întări poziția Emitentului într-un mediu competitiv aflat în transformare. Astfel, Emitentul este poziționat nu doar să beneficieze de creșterea naturală a pieței, ci și să capitalizeze trendul de consolidare din România, păstrând în același timp caracterul de platformă locală cu capital românesc într-un sector în care internaționalizarea devine tot mai pronunțată.

Rețea de distribuție multicanal și capacitate de generare a cererii la scară națională

Emitentul operează un model de distribuție omni-channel (omnicanal) care combină vânzarea directă către clienții finali cu distribuția prin parteneri revânzători, asigurând acces la cerere la nivel național, reziliență comercială și capacitate de scalare rapidă a produselor. În prezent componenta directă include rețeaua de agenții (63 agenții, dintre care 10 în franciză), un centru de relații cu clienții și canale digitale, iar componenta prin parteneri include o rețea extinsă de agenții revânzătoare (peste 1.200) aflate în relații contractuale active cu Emitentul. Acesta realizează o pondere majoritară a vânzărilor prin canale directe, care reprezintă aproximativ 58–65% din total. În același timp, canalul partenerilor revânzători își păstrează o contribuție relevantă în perioada 2023–2025, de aproximativ 42–35%, asigurând o bază stabilă de distribuție și susținând acoperirea națională a produselor.

Acoperirea națională este susținută de distribuția geografică a agențiilor, cu prezență în București și în principalele centre urbane din toate regiunile istorice. În București și Ilfov, agențiile sunt poziționate atât în zone centrale, cât și în centre comerciale majore (inclusiv Băneasa Shopping City, Sun Plaza, Mega Mall, ParkLake, Plaza România, Militari Shopping, Vulcan Value Centre și Orhideea), iar în teritoriu, rețeaua include prezențe în orașe precum Cluj-Napoca, Timișoara, Brașov, Sibiu, Oradea, Arad, Deva, Târgu Mureș, Satu Mare, Baia Mare, Sfântu Gheorghe, Miercurea Ciuc, Reșița, Iași, Bacău, Suceava,

Piatra Neamț, Botoșani, Focșani, Constanța, Craiova, Galați, Brăila, Ploiești, Pitești, Târgoviște, Giurgiu și Slobozia. Prin acest model, Emitentul obține acces la cerere inclusiv în orașe unde nu există o acoperire proprie extinsă, prin combinarea canalelor fizice, a centrului de relații cu clienții, a canalelor digitale și a rețelei de parteneri.

Rețeaua de parteneri revânzători ca avantaj structural și multiplicator de volum

Canalul partenerilor revânzători reprezintă un pilon structural al distribuției Emitentului, atât prin acoperirea națională pe care o asigură, cât și prin rolul în susținerea volumelor pentru produse de masă și destinații recurente. Rețeaua este formată dintr-un număr extins de agenții partenere, aflate în relații contractuale active cu Emitentul, utilizate ca bază stabilă în planificarea operațională și comercială. Această rețea a fost rafinată și structurată în timp pe baza relațiilor comerciale active și a performanței istorice, constituind un avantaj în propagarea rapidă a produselor și în menținerea unei penetrări ridicate în teritoriu.

Distribuția către parteneri este susținută de un ecosistem dedicat: portalul de rezervări b2b.christiantour.ro, acces la inventar și confirmări în timp real prin motorul central Sphinx (detaliat în secțiunile de mai jos), materiale comerciale și informații de produs în zone dedicate, suport comercial și suport operațional, programe recurente de training, sesiuni de informare și webinarii, precum și excursii de informare pentru produsele comercializate, integrate într-un sistem de comisionare aplicabil revânzării produselor turistice. Acest set de capabilități reduce fricțiunea operațională și accelerează viteza de distribuție a ofertelor în piață.

Integrare operațională și control asupra componentelor critice ale lanțului valoric

Execuția pe componente care, în mod tradițional, sunt externalizate în industria turistică, reprezintă un element diferențiator al modelului operațional. Ecosistemul integrat al Emitentului include transport rutier prin flota proprie Memento Bus, servicii de operare și asistență în destinație (transferuri, asistență, ghidaj și excursii opționale) prin structuri proprii în piețe cheie, în special în Grecia și Turcia, capabilități de agregare hotelieră și distribuție digitală (Memento Rooms), precum și infrastructura tehnologică proprie (Sphinx). Acest grad de integrare susține securizarea capacităților în perioadele de vârf, controlul standardelor de livrare în destinație și optimizarea costurilor prin reducerea intermediarilor.

Componenta de transport rutier propriu are un rol relevant în această arhitectură. Emitentul utilizează flota Memento Bus pentru rute interne și externe, transferuri aeroport-hotel și operarea circuitelor. Acesta are o importanță strategică prin controlul disponibilității, flexibilitatea operațională și reducerea dependenței de subcontractori în perioadele cu cerere ridicată. Flota este formată din autocare și microbuze moderne (Euro 6), contribuind la standardizarea calității și la eficientizarea costurilor logistice. Operarea este susținută de un sistem informatic dezvoltat intern dedicat managementului transportului rutier (StellaBus), utilizat pentru planificarea rutelor, gestionarea rezervărilor și administrarea inventarului de locuri, cu rol în sincronizarea transportului terestru cu produsele turistice și în optimizarea operațiunilor de transfer și circuit.

Componenta de servicii în destinație este consolidată prin resurse specializate și o capacitate internă de livrare: ghizi proprii, o școală de ghizi internă acreditată și programe de standardizare, precum și un corp extins de specialiști de ghidaj și asistență (peste 300). Această structură permite un nivel ridicat de consistență în experiența livrată, în special pentru produse complexe, circuite și programe tematice. Emitentul operează, atunci când este necesar, infrastructură operațională și în alte țări, inclusiv prin logistică și ghizi în limba română, pentru a asigura coerența serviciilor.

Activitatea de turism de tip inbound are în prezent o pondere redusă în veniturile totale, însă reprezintă o competență operațională distinctă. Aceasta constă în organizarea și coordonarea serviciilor pentru turiștii străini care vizitează România, incluzând transferuri, asistență locală, ghidaj și excursii. Experiența acumulată în gestionarea acestor servicii este valorificată și în destinațiile externe în care Emitentul operează volume proprii semnificative, contribuind la menținerea unui control mai bun asupra calității și livrării serviciilor pe întreg lanțul călătoriei.

Entitățile care fac parte din acest ecosistem integrat (precum Memento Air S.R.L. și Memento International S.R.L.), prin intermediul cărora Emitentul asigură elementele critice ale lanțului valoric, reprezintă entități afiliate Emitentului, fiind controlate de Acționarul Vanzător. La finalul anului 2025, valoarea tranzacțiilor dintre Emitent și părțile afiliate s-a ridicat la 831,5 milioane RON, nivel determinat în principal de faptul că serviciile și produsele comercializate de Emitent sunt facturate de către aceste entități afiliate Emitentului și ulterior revândute de către Emitent.

Emitentul și-a asumat angajamentul ferm ca, până la sfârșitul anului financiar 2027, toate activitățile strâns legate de activitatea sa de tour-operator și agenție de turism, desfășurate în prezent de către părțile afiliate ale Societății, să fie transferate în perimetrul de consolidare al Societății. Acest angajament acoperă, fără a se limita la, următoarele categorii de activități:

- (a) activitățile de intermediere a serviciilor de cazare;
- (b) activitățile de intermediere a serviciilor de transport aerian;
- (c) activitățile de revânzare de pachete și servicii turistice furnizate de alți operatori turistici și de Emitent; precum și
- (d) activitățile de închiriere de spații destinate agențiilor fizice sau altor puncte de lucru aferente activității turistice.



Transferul acestor activități se va realiza fie în mod direct către Societate, fie prin intermediul unor filiale deținute și controlate de Societate, astfel încât respectivele activități să fie pe deplin consolidate în cadrul grupului coordonat de Societate. Obiectivul acestui proces de reorganizare îl constituie asigurarea transparenței operaționale și financiare a Emitentului, reducerea dependenței de tranzacțiile cu părțile afiliate, precum și alinierea structurii corporative a grupului la cele mai bune practici de guvernare corporativă.

Transport charter la scară ridicată și experiență de produs diferențiabilă

Emitentul operează programe charter la scară ridicată, cu plecări din 15 aeroporturi regionale și cu peste 2.000 de zboruri charter anual. Volumul aferent segmentului charter este de 170.060 PAX în 2023, 200.178 PAX în 2024 și 198.885 PAX în 2025, reflectând dimensiunea operațională și capacitatea de planificare a capacităților contractate și a fluxurilor de operare.

Capacitatea aeriană este asigurată prin parteneriate cu operatori aerieni, incluzând colaborări istorice relevante (de exemplu, Aegean Airlines, în special pentru destinațiile din Grecia), precum și cooperări punctuale cu alți transportatori, în funcție de rută și tip de produs. În paralel, Emitentul și-a consolidat în timp gradul de control și flexibilitate operațională prin colaborarea cu operatorul aerian AnimaWings, companie care a făcut parte din ecosistemul grupului înainte de procesul de listare și care, a fost separată, în prezent fiind un proiect distinct al acționarilor semnificativi. Această relație a contribuit la dezvoltarea competențelor interne privind planificarea capacității, configurarea rutelor și adaptarea frecvențelor în funcție de cerere, sezonality și mixul de destinații, permițând o gestionare mai eficientă a programelor charter și o mai bună sincronizare între componenta aeriană și structura produsului turistic.

În zona experienței de produs, pachetele charter includ, de regulă, elemente standardizate precum bagaj de cală și bagaj de mână și catering la bord, fiind disponibile și opțiuni premium (inclusiv catering cald și locuri rezervate în primele rânduri). Un avantaj comercial important inovativ pe piața de charter este posibilitatea de personalizare a serviciilor asociate călătoriei, inclusiv selecția locului în avion cu tarif diferențiat, opțiuni de masă și integrarea asigurărilor în fluxul de rezervare. Această componentă tehnologică de personalizare reprezintă un diferențiator rar întâlnit în piața locală și are un rol direct în susținerea marjelor, inclusiv prin capacitatea de a compensa ajustări comerciale (de exemplu, în contexte de presiune concurențială) prin monetizarea serviciilor opționale. Pe anumite produse și rute, sunt avute în vedere și opțiuni de confort superior, inclusiv configurații de tip business class, acolo unde structura de operare și parteneriatele permit.

Platformă tehnologică proprie și ecosistem digital integrat

Un diferențiator structural al Emitentului îl reprezintă infrastructura tehnologică proprie, dezvoltată intern și operată de o echipă dedicată de programatori, care susține distribuția produselor turistice, integrarea inventarului și automatizarea fluxurilor comerciale și operaționale. Nucleul acestui ecosistem este platforma Sphinx, utilizată ca motor central de rezervare, inventar și preț pentru întregul portofoliu, concepută încă din faza de proiectare pentru a oferi o interfață unică de lucru atât rețelei proprii de agenți, cât și partenerilor revânzători, astfel încât întreaga gamă de produse să fie accesibilă într-un mod unitar, cu reguli comerciale și operaționale standardizate.

Arhitectura Sphinx este construită în jurul unui API Gateway propriu, care funcționează ca un strat unificat de integrare și orchestrare a surselor de inventar. În practică, această abordare permite agregarea furnizorilor „într-un singur loc” și expunerea ofertelor printr-un API unic, capabil să livreze conținut în timp real atât către canalele proprii (de exemplu site-urile), cât și către parteneri și sisteme externe. Un

avantaj direct al acestui model este controlul mult mai bun asupra „ofertei” la nivel central (inclusiv reguli de prioritizare, mecanisme de mark-up, discount, termene și condiții comerciale), precum și controlul mai bun asupra fluxului de checkout, în care pot fi integrate coerent servicii auxiliare și opțiuni de personalizare (de exemplu selecția locului în avion, bagaje suplimentare, asigurări de călătorie, transferuri, rent-a-car, excursii opționale și experiențe la destinație). În același timp, arhitectura a fost proiectată pentru a rezolva provocări tipice setup-urilor multi-furnizor, inclusiv paralelizarea căutărilor, mapări de destinații și produse, unificarea descrierilor și imaginilor, precum și deduplicarea rezultatelor atunci când același produs este disponibil prin mai multe surse.

Dezvoltarea ecosistemului Sphinx a avut ca obiectiv accelerarea vitezei de livrare și maximizarea randamentului dezvoltării: primele servicii au fost lansate într-un interval scurt, iar ecosistemul a fost construit etapizat pe parcursul a aproximativ trei ani. Stack-ul tehnologic utilizat (inclusiv framework-ul Laravel) este valorificat pentru scalare și pentru integrarea rapidă a funcționalităților noi, inclusiv a unor componente bazate pe inteligență artificială, acolo unde acestea aduc beneficii operaționale și comerciale. În paralel, Emitentul urmărește menținerea unui API robust, cu documentație tehnică solidă, astfel încât conținutul și serviciile disponibile în Sphinx să poată fi integrate eficient cu alte sisteme, inclusiv în relația cu o rețea extinsă de parteneri.

La nivel de performanță și scalabilitate, volumul de căutări generat de canalele proprii și de rețeaua de parteneri se multiplică prin numărul de furnizori integrați (aproximativ 40, în creștere). Pentru a gestiona acest profil, arhitectura distribuie căutările în paralel către furnizori și procesează un volum foarte mare de rezultate pe fiecare căutare, cu latență redusă. Riscul unui potențial blocaj tehnic la nivelul furnizorilor (capacitatea acestora de a răspunde la volumele generate) este adresat prin mecanisme operaționale și tehnice precum cozi de procesare coordonate, mecanisme de control al ratei de solicitare (throttling) și tehnici de cache adaptiv. Totodată, modelul permite optimizarea strategică a rezultatelor prin prioritizări diferențiate pe destinații sau categorii, în acord cu obiective comerciale și cu protecția relațiilor/contractelor strategice, inclusiv prin ajustarea regulilor de mark-up și a parametrilor operaționali în funcție de performanță și disponibilitate.

Pentru indexare, căutare și filtrare, ecosistemul utilizează clustere Elasticsearch, proiectate astfel încât să permită scalare atât pe verticală, cât și pe orizontală, în funcție de fluctuațiile de trafic. Acest lucru susține funcționalități avansate specifice comerțului electronic (de exemplu filtrări multiple simultan și agregări pe seturi mari de rezultate), precum și un volum ridicat de cache actualizat în timp real, cu tehnici de invalidare avansate. În completare, Emitentul utilizează mapări automate și mecanisme de duplicare pentru a afișa un conținut curat și bine structurat, inclusiv la nivelul imaginilor (evitarea duplicării când același hotel apare prin mai mulți furnizori). În zona conținutului, obiectivul nu este doar afișarea de preț și disponibilitate, ci și controlul calității informației: descrieri unitare, itinerarii, activități la destinație și detalii de produs, inclusiv prin utilizarea unor tehnici asistate de AI pentru uniformizarea și „cosmetizarea” descrierilor de hoteluri într-un format coerent și relevant pentru turiști.

Istoric, Emitentul și-a calibrat o parte importantă din operațiuni pe capabilitățile unei platforme SaaS de tip eTrip, utilizată ca sistem operațional/ERP de facto pentru definirea produselor, reguli comerciale, gestiunea contractelor (furnizori și clienți), facturare și urmărirea soldurilor. Pe măsură ce compania a crescut, a apărut nevoia unui ritm mai rapid de integrare a furnizorilor globali de cazare și a conținutului de zbor (linie, low-cost, NDC), într-un format pe care eTrip nu îl putea susține la aceeași viteză. În acest context, Emitentul a demarat dezvoltarea Sphinx ca sistem propriu orientat pe agregare, integrare și împachetare dinamică, conceput să fructifice și să amplifice capabilitățile ecosistemului existent. Pentru accelerarea time-to-market, în prima etapă au fost integrate și soluții de tip agregator, prin care o singură conexiune oferea acces rapid la o gamă largă de furnizori (de exemplu Traffics pentru acces la ofertele tour operatorilor germani și IRIX pentru worldwide bedbank wholesalers și conexiuni multi-GDS/low-cost), urmând ca, ulterior, pentru furnizorii identificați ca având potențial strategic, să fie dezvoltate conexiuni directe.

În prezent, prin conexiuni directe și prin integratori, ecosistemul are acces la o paletă extinsă de furnizori pentru cazare, zboruri, croaziere și alte servicii turistice. Exemple de furnizori integrați includ, pe zona de cazare, Expedia, GoGlobal, World2Meet, Ratehawk, Hotelbeds, Hotelston, HelloRomania (sistem dezvoltat intern pentru acces în timp real la tarife și disponibilitate pentru unități din România, precum și canal propriu de distribuție pentru turismul intern), Paradis, Bibi Touring și Litoralul Românesc, iar pe zona de zboruri, Amadeus, Travelport, TraveIfusion, Farelogix, Hitit, PKFare și Orchestra, acoperind un mix de conținut de linie, low-cost și conexiuni NDC. Pe zona de croaziere, sunt integrate exemple precum MSC, Costa și RCCL, susținând extinderea gamei de produse accesibile în aceeași logică de agregare.

Canalele digitale sunt construite astfel încât să valorifice Sphinx ca „sursă unică” de ofertă și reguli comerciale. Site-ul christiantour.ro este dezvoltat intern pentru a acomoda rapid adaptarea la trendurile pieței și la gama de servicii în expansiune. Platforma utilizează conexiunea cu Sphinx pentru a prezenta unitar ofertele către clientul final și valorifică mecanismele de cache (care permit stocarea temporară a datelor frecvent utilizate) pentru a furniza sugestii de călătorie, atât în logică tranzacțională, cât și pentru inspirație. Site-ul include un mega-search capabil să gestioneze căutări pe pachete, cazare și circuite (cu extinderi planificate către alte categorii), controlează fluxul de checkout și pașii de finalizare ai rezervării și include un Page Builder custom, care permite editorilor de conținut să creeze rapid pagini flexibile (ghiduri de destinație, landing page-uri, pagini de campanie) în care pot insera oferte cu tarife actualizate în timp real, alături de conținut editorial. În completare, platforma este proiectată cu un set-estins de funcționalități pentru fine-tuning și optimizare SEO.

Arhitectura de front-end este gândită și în logică multi-tenant, ceea ce permite lansarea de site-uri noi (precum Abuela.ro) cu un look & feel distinct și funcționalități dedicate, utilizând același cod de bază și aceleași resurse tehnologice. Pentru protecția infrastructurii, Emitentul utilizează mecanisme avansate de detecție a scraper-elor și a traficului automatizat (bot detection), astfel încât consumul artificial de resurse să fie filtrat transparent, menținând costurile de infrastructură la un nivel competitiv, în condițiile în care acest tip de trafic poate depăși semnificativ traficul organic.

Componenta hotelieră este integrată în ecosistem prin Memento Rooms, care funcționează atât ca divizie comercială pentru vânzarea de cazare individuală, cât și ca infrastructură de agregare hotelieră, oferind acces la inventar extern prin integrări cu furnizori globali, pentru un portofoliu extins și actualizat. Complementar, ecosistemul include HelloRomania, utilizat atât ca platformă tehnologică pentru unități de cazare din România (cu rol de administrare a proprietății, sincronizare a disponibilităților pe mai multe canale și motor de rezervări), cât și ca platformă de distribuție dedicată turismului intern, în curs de dezvoltare într-un model de tip OTA. Prin această infrastructură, peste 1.500 de unități de cazare din România își afișează în timp real disponibilitatea și tarifele, inventarul fiind sincronizat atât în rețeaua proprie, cât și pe canale externe, inclusiv prin conexiuni dedicate cu platforme relevante. În noua configurație, platforma va integra progresiv servicii complementare (inclusiv transport intern și pachete dinamice), contribuind la extinderea ofertei și la creșterea capacității de monetizare a cererii domestice.

La nivel operațional, o parte semnificativă a proceselor este automatizată (impachetări, confirmări de rezervări, transmiteri către furnizori, colectare plăți și fluxuri operaționale recurente). În același timp, în contextul expansiunii continue, Emitentul menține o abordare pragmatică de tip „manual în prima etapă, automatizare după validare” pentru anumite fluxuri, astfel încât să fie înțelese rapid punctele de fricțiune și să fie automatizate cu prioritate procesele cu impact semnificativ, maximizând flexibilitatea și reducând timpul de lansare al produselor noi. Ecosistemul include și alte platforme interne care susțin automatizarea și optimizarea, precum StellaBus (Transport Inventory Management System pentru gestionarea flotelor de autocare, rutelor, orarelor și tarifelor) și Memento Bus (platformă de tip marketplace pentru promovarea și vânzarea biletelor de autocar), integrate în logica de control operațional a componentelor terestre.

În relația cu clientul, aplicația mobilă este utilizată pentru comunicări și notificări, iar direcția de dezvoltare urmărește extinderea funcționalităților astfel încât turiștii să poată achiziționa servicii și accesa informațiile de călătorie direct din aplicație, într-un format centralizat; până la operaționalizarea completă a acestui flux, o parte relevantă a informațiilor și asistenței este livrată prin ghizi și reprezentanți în destinație. În paralel, Emitentul utilizează tehnologii bazate pe inteligență artificială în zona de conformitate și control al calității interacțiunilor cu clienții: printr-o platformă integrată de analiză a interacțiunilor din call-center sunt monitorizate și evaluate apelurile, cu rapoarte periodice privind respectarea standardelor de comunicare, comportamentul operatorilor și dinamica interacțiunilor de suport, contribuind la îmbunătățirea serviciilor post-vânzare, trasabilitate și reducerea riscurilor operaționale în perioade de volum ridicat sau volatilitate crescută. Pe segmentul de călătorii de afaceri, Emitentul utilizează platforma NOVA, pusă la dispoziția clienților corporate pentru gestionarea rezervărilor și generarea de raportări, asigurând transparență, control al costurilor și eficiență operațională pentru organizații.

Prin această infrastructură tehnologică integrată, Emitentul își consolidează capacitatea de a opera nu doar ca tour-operator tradițional, ci ca platformă digitală de distribuție și agregare de servicii turistice. Controlul asupra fluxurilor de inventar, existența unui API unificat, automatizarea proceselor și posibilitatea de a integra coerent servicii auxiliare în checkout creează premisele tranziției către un model complet de Online Travel Agency, în care ponderea vânzărilor digitale și a produselor flexibile poate crește, iar compania evoluează către un profil cu capabilități tehnologice avansate, integrate direct în modelul de business.

Portofoliu diversificat și capabilitate de livrare pentru produse tematice și produse complexe

Portofoliul este construit astfel încât să acopere sezonul estival și sezonul rece, să includă produse tematice și să permită completarea pachetelor cu servicii auxiliare, crescând valoarea medie pe client prin opțiuni suplimentare adaptate preferințelor de călătorie. Sejururile charter reprezintă principalul generator de volum, fiind completate de segmente cu rol de echilibrare a sezonității și de creștere a valorii: programe de tip Winter Sun/exotice, circuite, turism intern, corporat și emiteri bilete de avion, precum și programe tematice. Diversitatea de produs este susținută și de capacitatea de integrare a serviciilor prin platforma tehnologică descrisă mai sus.

În zona de produse tematice, Emitentul operează programe și branduri distincte: Senior Voyage (segment 55+, orientat spre generarea de activitate în extrasezon și utilizarea capacităților), Experiențe & Aventură / Pellerin (circuite culturale și exploratorii), Snow Mission (vacanțe active de iarnă), Travel Like a Star (segment premium, cu servicii personalizate, logistică privată și cazări de top), precum și produse dedicate familiilor și copiilor (Suri Club / Family), cu animație în limba română, activități dedicate copiilor, hoteluri family-friendly și servicii suport, inclusiv asistență 24/7.

În cadrul Senior Voyage, pachetele îmbină sejururi de relaxare cu componente culturale și experiențe adaptate segmentului 55+. În Grecia, oferta include excursii la obiective precum Palatul Knossos, Rethymno și Chania (Creta), Acropole și Plaka (Atena), Canalul Corint, Micene și Epidaurus (Peloponez), obiective din insulele Ionice (Achilleion, Biserica Sf. Spiridon, croazieră către Navagio), Meteora, precum și programe tematice dedicate sărbătorilor religioase, inclusiv Paștele în Corfu sau Thassos. În Spania, itinerariile acoperă Andaluzia (Sevilla, Córdoba, Granada - Alhambra), Catalonia (Barcelona, obiective Gaudí, Montserrat), Valencia și Țara Bascilor și includ trasee tematice, inclusiv segmente ale Camino. Programele includ și componente sociale și gastronomice (serii cu specific local și degustări) și sunt livrate cu accent pe confort, siguranță și asistență permanentă prin ghizi însoțitori dedicați.

Emitentul operează, de asemenea, pelerinaje, ca linie de produs cu specific propriu, care completează portofoliul și contribuie la adresabilitatea către segmente distincte.

Putere de negociere, securizarea capacităților și relații comerciale de lungă durată

Dimensiunea operațională și volumul ridicat de turiști permit Emitentului să negocieze condiții comerciale favorabile și să securizeze capacități în destinații de volum, sprijinite de relații comerciale de lungă durată cu furnizori și parteneri. Avantajele comerciale includ discount-uri de cantitate și tarife minime garantate, alocări de capacitate cu drept de retur până la termene agree, angajamente ferme în destinații de volum (inclusiv prin mecanisme de garanție), exclusivități pe anumite structuri hoteliere sau produse, precum și beneficii operaționale pentru clienți, precum condiții preferențiale, facilități incluse, upgrade-uri sau avantaje dedicate familiilor. Aceste mecanisme susțin competitivitatea prețului și disponibilitatea produsului în perioadele de vârf.

Monetizarea serviciilor suplimentare și personalizarea experienței clientului

Emitentul comercializează atât pachete complete, cât și servicii individuale, iar modelul de produs este proiectat să permită completarea pachetului cu servicii suplimentare în funcție de preferințele clientului. Pentru pachetele charter și pachetele standard, componentele de bază includ, de regulă, transport, cazare, transferuri, asistență în destinație și ghizi/reprezentanți, precum și asigurări, în funcție de produs. Complementar, Emitentul monetizează servicii suplimentare care pot crește valoarea medie pe client: excursii opționale și experiențe locale, opțiuni premium la transport, transferuri private/VIP, upgrade-uri de cameră și masă, locuri preferențiale, bagaje suplimentare și asigurări. Integrarea acestor opțiuni în fluxul digital, inclusiv selecția locului în avion cu tarif diferențiat și opțiunile de masă, susține diferențierea și flexibilitatea politicii comerciale.

În ecosistem, componenta de asigurări este susținută și printr-o entitate afiliată specializată în intermediere, iar zona de suport operațional este completată de capacități de call-center, externalizat printr-o entitate afiliată, contribuind la capacitatea de a gestiona volume mari și vârfuri sezoniere.

Fidelizare, recurență ridicată și avantaj competitiv în segmentul Senior Voyage

Emitentul înregistrează un nivel ridicat de recurență a clienților, o proporție semnificativă dintre turiști revenind anual pentru achiziția de noi produse. Monitorizarea recurenței este realizată prin identificarea turiștilor unici în sistemele interne și segmentarea acestora între clienți noi și clienți care revin, ceea ce permite urmărirea fidelității și a comportamentului de cumpărare pe termen lung. În cadrul programului Senior Voyage, rata de recurență a cunoscut o creștere accelerată într-un interval scurt, pe fondul consolidării comunității și al maturizării produsului dedicat segmentului 55+. Evoluția reflectă atât

adekvarea ofertei la nevoile acestui public, cât și eficiența mecanismelor de comunicare și suport. Emitentul consideră baza de clienți recurenți din zona Senior Voyage un avantaj competitiv relevant în această nișă, prin dimensiunea, stabilitatea și gradul ridicat de loialitate al comunității formate.

Un pilon central al strategiei de fidelizare îl reprezintă programul de abonament Travel Prime, lansat la 1 ianuarie 2026, primul abonament de vacanțe de acest tip din piața din România. Programul este conceput ca un produs de loializare adresat consumatorului final, implementat pe bază de taxă anuală (aproximativ 79 EUR), aplicabil titularului și unui grup de până la patru persoane incluse în aceeași rezervare. Travel Prime este dezvoltat atât din perspectivă tehnică, cât și comercială, fiind adaptat progresiv la cerințele pieței, cu obiectivul atingerii unui nivel de maturitate operațională deplină începând cu anul 2027.

Beneficiile includ reducere automată la prima rezervare, acces la tarife preferențiale și campanii dedicate cu disponibilitate limitată, garanția celui mai bun preț în anumite condiții, suport prioritar în centrul de relații cu clienții, servicii de flexibilitate incluse la prima rezervare, notificări automate privind călătoria și acces la conținut și comunități dedicate. Programul este conceput pentru a înlocui, treptat, structurile tradiționale de beneficii corporate în relația cu partenerii și poate fi comercializat și ca produs de sine stătător. De asemenea, este prevăzută integrarea sa completă în aplicația mobilă a companiei, ca mecanism principal de fidelizare și raportare, precum și dezvoltarea unor parteneriate comerciale (inclusiv cu instituții financiare) pentru stimularea vânzărilor încrucișate și creșterea valorii pe client.

Răspunsul inițial al pieței indică un nivel ridicat de interes și o dinamică accelerată a solicitărilor, ceea ce susține rolul Travel Prime în creșterea retenției, în consolidarea relației directe cu clientul și în optimizarea costurilor de achiziție prin creșterea valorii pe termen lung a fiecărui client.

PIEȚELE PRINCIPALE

1. Geografia de vânzare și distribuție (piața de desfacere)

România reprezintă piața principală de vânzare și baza de generare a veniturilor. Modelul comercial este construit pe acoperire națională și pe distribuție multicanal, prin combinarea vânzării directe către clientul final cu distribuția prin parteneri revanzători.

Distribuția vânzărilor pe canale reflectă o structură echilibrată între vânzarea directă și cea prin parteneri, astfel cum am evidențiat mai sus. În practică, ponderea canalelor diferă în funcție de tipul produsului: vânzarea directă are o pondere mai ridicată în segmentele de volum, în timp ce distribuția prin parteneri are un rol relevant în produse care implică consultanță și configurare (de exemplu, circuite, produse integrate complexe, emitere bilete de avion și servicii specifice segmentului corporate). Divizia Corporate, prin natura ei, operează preponderent în relații B2B și în procese de ofertare și livrare adaptate nevoilor organizațiilor.

2. Geografia de destinație (piețe/destinații turistice)

Portofoliul este concentrat pe destinații de masă din regiunea Mediteranei și din proximitate, completate de destinații dedicate sezonului rece și de circuite în regiuni globale. Nucleul destinațiilor de volum include Turcia, Grecia, Egipt, Tunisia, Bulgaria și Spania, iar oferta este completată de destinații pentru segmentul Winter Sun/exotice și de circuite organizate în Europa și în destinații îndepărtate din Asia, Africa și America. Această structură a portofoliului are rolul de a susține volumele în sezonul estival, de a reduce dependența de o singură destinație și de a extinde sezonul prin produse cu cerere în trimestrele T1 și T4.

În perioada 2023-2025, destinațiile de masă cu importanță operațională ridicată includ, orientativ: Antalya (Turcia), Creta (Grecia), Hurgada (Egipt), Tunisia, Bulgaria, Zakynthos (Grecia), Mallorca (Spania), Rodos (Grecia), Corfu (Grecia) și Tenerife (Spania). Pentru sezonul rece și segmentul Winter Sun/exotice, portofoliul include destinații precum Maldive, Dubai (EAU), Thailanda, Kenya și Zanzibar, alături de destinații precum Maroc și Caraibe, în funcție de sezon și program.

Structura portofoliului indică o pondere semnificativă a destinațiilor din afara Uniunii Europene, în principal ca urmare a volumelor ridicate înregistrate în Turcia, precum și a consolidării destinațiilor Egipt și Tunisia în perioada 2023-2025. În cadrul destinațiilor din Uniunea Europeană, Grecia reprezintă principalul pol de volum, urmată de Spania și Bulgaria. Turismul intern completează această structură, menținând o contribuție relativ stabilă în perioada analizată.

POZIȚIONARE CONCURRENTIALĂ

Piața turismului organizat din România este caracterizată de sezonalitate, sensibilitate la factori externi și concurență ridicată într-un mediu fragmentat. În acest context, poziționarea concurențială este influențată



de capacitatea de a genera cerere la scară națională, de accesul la capacități (transport și cazare) în destinații de volum, de consistența livrării serviciilor la destinație și de gradul de digitalizare al fluxurilor comerciale și operaționale.

Emitentul operează la o scară relevantă în zona vacanțelor charter și a pachetelor turistice organizate, cu un istoric de operare începând din 1997 și cu un mix între modelul de volum și dezvoltarea unui ecosistem digital. Pentru perioada 2023-2025, dimensiunea operațională a Emitentului este reflectată de nivelul veniturilor din vânzări și de volumele de pasageri (PAX) procesate anual. Veniturile realizate în această perioadă sunt detaliate în secțiunea privind principalele rezultate financiare, iar evoluția volumelor de pasageri este corelată cu structura portofoliului și este prezentată mai sus, în cadrul secțiunii dedicate avantajelor competitive.

Elementele privind capacitatea operațională, precum și dimensiunea și arhitectura canalelor de distribuție (rețeaua de agenții și rețeaua B2B) sunt, de asemenea, descrise în secțiunea privind avantajele competitive, acestea constituind factori structurali care susțin nivelul de activitate și poziționarea concurențială a Emitentului.

În ceea ce privește recunoaștere externă, Emitentul a obținut validări internaționale pe zona digitală (World Travel Awards – „Romania’s Leading Online Travel Agency” în 2021 și 2025) și validări în programe de evaluare și recunoaștere (inclusiv Deloitte Best Managed Companies 2025 și BVB Arena 2025). Per ansamblu, poziționarea este construită pe modelul de „tour operator complex”, în care avantajele de distribuție, integrare operațională, tehnologie proprie și portofoliu diversificat se combină pentru a susține stabilitatea activității și scalarea.

PRINCIPALII COMPETITORI ȘI DIFERENȚIERE PE LINII DE BUSINESS

În contextul unei piețe puternic fragmentate, analiza concurenței relevante pentru Emitent este realizată pe principalele categorii descrise mai jos. În afara acestor segmente, realizarea unor companii este limitată, având în vedere diferențele semnificative dintre modelele operaționale și economice ale jucătorilor activi în piață. Astfel, un tour-operator orientat către volume ridicate și integrare operațională are un profil diferit față de o agenție online specializată în servicii individuale, un operator concentrat pe circuite premium sau o companie de tip travel management company (TMC) dedicată segmentului corporate. În consecință, poziționarea concurențială a Emitentului trebuie analizată diferențiat.

1. Vacanțe organizate de volum (charter, pachete externe și produse de masă)

În zona vacanțelor charter și a pachetelor de masă, concurența este reprezentată de operatori care concurează prin volum, acces la capacități hoteliere și aeriene, mix de destinații și eficiență de distribuție. În această zonă, sunt relevanți competitori precum DER Touristik, iar din perspectiva veniturilor raportate în piață este relevant și grupul Karpaten. Cu toate acestea, trebuie menționat faptul că grupul Karpaten nu acționează în aceleași piețe precum Emitentul, aspectul competitiv fiind limitat strict la nivelul veniturilor înregistrate. Astfel, Karpaten operează preponderent prin distribuție indirectă și are un istoric cu pondere importantă pe turism de tip inbound, fără a deține o rețea extinsă de vânzări directe către clientul final (spre deosebire de Emitent). Modelul concentrat pe fluxuri externe (inclusiv produse asociate turismului de tip inbound) poate avea o sensibilitate diferită la evoluții geopolitice și la dinamica fluxurilor de turiști străini (după cum se poate observa în piața turismului de tip inbound din Europa de Est, ca urmare a conflictului din Ucraina).

Astfel, diferențierea Emitentului în segmentul produselor de volum (în special sejururi charter externe) este susținută de avantajele competitive menționate anterior, mai exact de mix-ul dintre distribuția directă la scară națională (agenții proprii, call-center, canale online), rețeaua extinsă B2B de revânzare, capacitatea operațională de operare charter la scară ridicată și controlul asupra livrării serviciilor prin integrarea unor componente critice (servicii în destinație, logistică rutieră, infrastructură tehnologică). În plus, portofoliul diversificat și dezvoltarea produselor de extrasezon (Winter Sun Senior Voyage) contribuie la atenuarea sezonality, într-un segment în care numeroși operatori rămân puternic dependenți de sezonul estival.

2. Servicii digitale și servicii individuale (Online Travel Agency, emitere de bilete de avion, cazare individuală)

În zona serviciilor digitale și a produselor individuale (în special bilete de avion, city-break-uri dinamice și cazare), concurența este reprezentată de agenții online cu model predominant de agregare și distribuție digitală, precum Vola.ro, eSky și Direct Booking. În plus, pentru turism intern și rezervări de cazare, piața include jucători specializați și platforme de nișă, într-un segment în care concurența este puternic

fragmentată (inclusiv platforme precum LitoralulRomanesc.ro și Travelminit.ro, precum și operatori români specializați).

Diferențierea Emitentului față de OTA-urile „pure” este asociată cu capacitatea de a combina distribuția digitală cu suportul operațional multicanal și cu acces la portofolii integrate, inclusiv pachete în care Emitentul deține experiență de contractare și operare (transport, capacități hoteliere, servicii în destinație). În paralel, platforma tehnologică proprie și arhitectura de integrare (Sphinx și ecosistemul digital descrise anterior) permit extinderea ofertei de servicii individuale și creșterea nivelului de automatizare și personalizare, elemente care pot susține tranziția către un model de agenție de turism online, fără pierderea avantajelor operaționale specifice unui tour-operator.

3. Circuite, produse tematice și segment premium/exotice

În zona circuitelor premium și a vacanțelor exotice, concurența este reprezentată de specialiști de nișă care concurează prin consultanță, personalizare, relații cu furnizori premium și conținut diferențiat, Euforia fiind un reper competitiv relevant. Segmentul este, în general, fragmentat, cu numeroși operatori mai mici și cu diferențieri puternice pe destinații și pe tipul de produs.

Diferențierea Emitentului este susținută de puterea de negociere derivată din volume, de capacitatea de a rula programe tematice la scară și de integrarea logisticii și a serviciilor de asistență, ceea ce permite livrarea produselor complexe în condiții de consistență și control operațional. Reorganizarea și dezvoltarea activității de circuite și introducerea produselor de tip „sejururi-combo” întăresc poziționarea într-un segment unde oferta integrată și execuția complexă devin diferențiatori.

4. TMC (Travel Management Company) MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions)

Pe segmentul corporate, concurența este reprezentată de companii specializate în managementul călătoriilor de afaceri (Travel Management Companies - TMC) și de agenții cu profil dedicat, precum Business Travel, FCM, Happy Tour, Accent, Weco, Olimpic International, precum și alți jucători relevanți în România. Segmentul corporate este unul competitiv, orientat către eficiență operațională, control al costurilor, raportare și respectarea politicilor interne ale organizațiilor, iar diferențierea este determinată de calitatea serviciilor, capabilitățile tehnologice, procesele de conformitate și capacitatea de livrare în perioade cu volatilitate ridicată.

În acest segment, diferențierea Emitentului este susținută de integrarea platformelor digitale și de existența unei infrastructuri dedicate pentru clienți corporate (platforma NOVA), care permite gestionarea rezervărilor și generarea de raportări, precum și de sinergiile dintre zona de călătorii de afaceri și zona de agrement, în proiecte în care organizațiile solicită componente combinate (evenimente, grupuri, beneficii pentru angajați). În plus, apartenența la un ecosistem care include capabilități logistice și produse de volum poate susține proiecte corporate care implică grupuri, deplasări recurente sau soluții integrate.

ACTIVITĂȚILE PRINCIPALE

Emitentul desfășoară activități de turism organizat, având ca obiect principal conceperea, contractarea, organizarea, promovarea și comercializarea de pachete și servicii turistice către clienți persoane fizice și juridice. Activitatea este construită în jurul rolului de tour-operator integrat, Emitentul acționând ca intermediar și integrator între furnizorii de servicii turistice și clientul final, prin asamblarea într-un produs unitar a componentelor de transport, cazare, servicii la destinație și servicii de suport. Modelul de operare este orientat preponderent către turismul extern organizat, fiind completat de produse și servicii complementare care susțin diversificarea portofoliului și reducerea sezonality.

În paralel, Emitentul urmărește o tranziție treptată de la un model predominant de tour-operare „clasică” către un model de OTA (Online Travel Agency), respectiv o platformă digitală integrată, orientată către interacțiune directă cu clientul și către automatizarea end-to-end a fluxului de ofertare, rezervare, plată și post-vânzare. În această logică, dezvoltarea istorică a Emitentului (volum, contractare, know-how operațional, distribuție la scară națională și relații comerciale) reprezintă un set de capabilități care susțin o migrare naturală către un profil mai pronunțat de companie de tehnologie, în care diferențierea este generată de controlul integrat asupra produsului, de date și de experiența digitală oferită clientului.

Contextul de piață favorizează această re poziționare: turismul este un sector cu grad ridicat de digitalizare la nivel global, rezervările de transport și cazare fiind printre primele procese migrate online, iar competiția se mută accelerat către platforme, automatizare, personalizare și utilizarea inteligentă a datelor. În plus, la nivelul UE, o parte relevantă a consumatorilor utilizează deja canale online pentru servicii de turism, conform datelor prezentate mai sus, în secțiunea privind descrierea pieței și a sectorului de activitate.



În mod complementar, utilizarea platformelor digitale pentru componente turistice (în special cazare pe termen scurt) continuă să crească prin platforme online majore (Airbnb, Booking, Expedia Group, TripAdvisor). În acest context, Emitentul este avantajat de poziționarea sa „hibridă” (capabilități de contractare și operare specifice unui tour-operator, dublate de distribuție directă și potențial de scalare digitală), poate combina beneficiile unui ecosistem de platformă (conveniență, viteză, ofertare diversificată) cu beneficii greu de replicat de jucătorii exclusiv digitali (acces la capacități contractate, control operațional asupra livrării, suport comercial și post-vânzare la scară, inclusiv în situații de volatilitate).

Sejururile charter, principalul motor al activității Emitentului este completat de linii de business și produse complementare: circuite culturale și exploratorii, produse de contra-sezon (Winter Sun), programe dedicate (Senior Voyage), turism intern, servicii individuale (ticketing, hotel-only) și corporat/MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions / Întâlniri, Stimulente, Conferințe și Expoziții), care au rol de diversificare, generarea unei marje suplimentare și reducere a sezonality.

Modelul de operare presupune combinarea mai multor tipuri de servicii într-un pachet turistic complet, comercializat atât pe piața turismului extern organizat, cât și pe piața turismului intern, fiind completat de circuite și programe tematice, servicii individuale (de tip ticketing și hotel-only) și servicii auxiliare. Emitentul operează preponderent pe piața din România, adresându-se clienților individuali (B2C), dar și prin intermediul rețelelor de agenții partenere (B2B), utilizând un mix de canale de distribuție ce include rețeaua proprie de agenții, canale partenere și platforme digitale.

Activitatea este caracterizată de sezonality accentuată, dependență de factori externi specifici industriei turistice și necesitatea unei planificări riguroase a capacităților și a capitalului de lucru. În acest context, Emitentul a dezvoltat un model operațional care îmbină volumele ridicate cu diversificarea portofoliului și a canalelor de vânzare, astfel încât să poată livra atât produse standardizate, cu volume mari și risc operațional controlat, cât și produse cu grad ridicat de personalizare, inclusiv prin pachete dinamice și servicii personalizate pentru segmente premium și corporat.

STRUCTURA ACTUALĂ A ACTIVITĂȚII

Activitatea comercială este organizată în patru linii de business, care reflectă atât natura produselor, cât și modul de operare și distribuție. Segmentarea pe linii permite o alocare clară a responsabilităților (producție, contractare, managementul surselor de venit, suport clienți, distribuție și tehnologie) și facilitează gestionarea sezonality și a riscului asociat capacităților contractate.

1. Pachete - pachete charter de turism extern organizat

Linia Pachete acoperă pachetele charter de turism extern organizat, care reprezintă nucleul economic al activității și principala sursă de venituri. Produsele sunt construite pe baza unei capacități de transport aerian contractate în avans, fie prin operarea de zboruri charter dedicate, fie prin rezervarea anticipată a unui număr de locuri pe curse aeriene și a unui portofoliu de hoteluri contractate în regim de angajamente ferme și alocări de capacitate, astfel încât să fie asigurate atât disponibilitatea, cât și competitivitatea tarifelor în perioadele cu cerere ridicată.

În practică, produsele reprezentative din această linie sunt configurate ca „vacanțe complete” (transport, transfer, cazare și asistență la destinație), cu plecări regulate și durate standardizate (de regulă 7 nopți, cu variații în funcție de destinație), către destinații de masă precum Turcia (Antalya), Grecia, Egipt, Tunisia și Spania. În cadrul acestui model, Emitentul urmărește optimizarea gradului de ocupare a locurilor de transport și a disponibilităților hoteliere prin campanii comerciale (early booking, promoții sezoniere, last minute), prin politici de preț dinamic și prin gestionarea atentă a mix-ului de hoteluri și tipurilor de servicii de masă oferite.

În cadrul liniei Pachete, Emitentul își asumă rolul de organizator al unei vacanțe care nu presupune eforturi suplimentare din partea clienților: configurează produsul, contractează și coordonează furnizorii (transport, hoteluri și servicii la destinație, precum transferuri, asistență turistică și suport local) și livrează clientului un pachet unitar, la preț total, cu responsabilitate operațională pe întreg lanțul de servicii.

Un pachet charter standard este construit pentru volum și predictibilitate (de regulă 7 nopți) și include zbor charter direct, transferuri de grup aeroport-hotel-aeroport, cazare (în mod obișnuit la standarde de 4-5 stele) și regim de masă All Inclusive/Ultra All Inclusive, plus asistență turistică la destinație. În jurul acestui nucleu, oferta este segmentată pe nevoi: produse orientate către familii (inclusiv concepte cu programe de animație și facilități pentru copii, sub branduri dedicate), produse premium (hoteluri și servicii superioare, transferuri private, servicii extinse la bord și opțiuni de tip „Premium Charter”) și produse tailor-made pentru clienți care solicită personalizare ridicată (de exemplu, pachete luxury cu



servicii VIP și experiențe exclusive). Clientul poate adăuga servicii auxiliare precum asigurări medicale și storno, excursii opționale, upgrade-uri (bagaje suplimentare, locuri preferențiale, catering, servicii suplimentare la bord), închirieri auto sau transferuri speciale, în funcție de destinație și produs.

Operarea programelor charter presupune planificarea capacităților pe sezon și rute, cu plecări regulate dintr-un număr extins de aeroporturi din România, precum și gestionarea atentă a riscului asociat locurilor de transport și disponibilității hoteliere. Emitentul utilizează campanii comerciale specifice industriei (early booking pentru securizarea volumelor și pre-finanțare, respectiv last minute pentru optimizarea gradului de ocupare) și instrumente de management al veniturilor, urmărind indicatori precum gradul de ocupare (load factor), ritmul de vânzare, prețul mediu și randamentul (yield). În practică, deciziile de ajustare a capacităților și a politicilor de preț sunt corelate cu cererea la nivelul destinațiilor, cu disponibilitatea hotelieră și cu programul de operare al transportului aerian.

Pe parcursul derulării vacanței, suportul la destinație este asigurat prin echipe locale de asistență și linii de urgență, prin servicii de întâmpinare și informare la sosire, precum și prin organizarea și coordonarea excursiilor opționale. Rolul Emitentului este de a coordona furnizorii și de a menține coerența serviciilor, astfel încât clientul să perceapă produsul ca unitar, indiferent de numărul de furnizori implicați.

În etapa de proiectare, sunt definite: (i) portofoliul de hoteluri (hoteluri principale din portofoliu și unități hoteliere complementare), (ii) tipurile de servicii de masă și poziționarea pe segmente de preț, (iii) pachetele standard (de regulă 7 nopți) și variantele (durate alternative, plecări din aeroporturi multiple), (iv) politica de servicii opționale (asigurări, transfer privat, bagaje) și (v) calendarul de campanii comerciale.

Produsele charter sunt dezvoltate plecând de la principiul standardizării: durate și structuri comparabile, plecări recurente, un set de servicii de bază incluse și un set de servicii opționale. Standardizarea permite comparabilitate între hoteluri și destinații, controlul calității și eficiență operațională la volume ridicate.

În cadrul acestui segment, Emitentul operează sub-segmente cu poziționare distinctă. Produsele orientate către familii sunt grupate în selecții de tip family (de exemplu, Suri Club), unde criteriile de includere vizează facilități pentru copii și confort. În paralel, produsul este completat prin componente premium (hoteluri de 5 stele, servicii personalizate și opțiuni de upgrade), inclusiv prin pachete dezvoltate sub umbrela Travel Like a Star. Pentru a crește calitatea percepută și a standardiza experiența, se utilizează servicii suplimentare asociate transportului (de exemplu, opțiuni de bagaje, locuri charter sau alte servicii), integrate în arhitectura de preț și în comunicarea comercială

2. Grupuri și experiențe - circuite, programe tematice și exotice

Linia de afaceri Grupuri și experiențe acoperă zona de produse de grup și programe cu conținut ridicat, incluzând circuite culturale și exploratorii, programe tematice, pachete de tip Winter Sun și vacanțe în destinații exotice, precum și produse combinate („sejururi-combo”) dezvoltate pentru a răspunde cererii de itinerarii mai complexe. Prin structură, această linie are rolul de a diversifica portofoliul Emitentului, de a extinde sezonul de operare dincolo de vârful estival și de a susține un mix comercial cu valoare adăugată mai mare, prin produse care presupun planificare avansată, integrare de servicii multiple și o componentă substanțială de organizare la destinație.

În mod caracteristic, produsele din această linie au complexitate operațională ridicată, întrucât includ itinerarii în mai multe puncte, coordonare între transport (aerian și terestru), cazare în una sau mai multe unități hoteliere, servicii de ghidaj și asistență, precum și integrarea unor experiențe cu conținut (vizite culturale, activități tematice, seri tradiționale, degustări, trasee și programe speciale). Linia este construită în jurul ideii de călătorie organizată, livrată în condiții de predictibilitate și siguranță pentru client, cu un program structurat și cu suport permanent, elemente relevante în special pentru clienții care preferă să achiziționeze un produs cap-coadă, cu logistică și conținut incluse.

Componenta de grupuri: circuite și experiențe

În zona circuitelor, Emitentul comercializează itinerarii prestabilite, culturale, exploratorii sau tematice, atât în Europa, cât și în destinații îndepărtate, în formule care includ, de regulă, transport aerian (preponderent zbor de linie, completat în funcție de destinație cu segmente interne), cazare în mai multe unități hoteliere pe parcursul itinerariului, ghid însoțitor vorbitor de limba română și ghiți locali, transport local (de regulă cu autocarul), un program zilnic structurat, iar, în funcție de produs, acces la obiective turistice și alte servicii incluse. Acest tip de produs se adresează clienților care preferă să călătorească în grup organizat și să beneficieze de o experiență ghidată, cu o componentă de conținut ridicată și cu un nivel de suport superior față de o călătorie individuală.

Un element distinctiv în zona produselor de grup îl reprezintă capacitatea de livrare a ghidajului și a asistenței prin resurse specializate, inclusiv ghizi proprii și o școală de ghizi, precum și experiența operațională acumulată în gestionarea unor fluxuri de grup în destinații externe. Această infrastructură sprijină consistența livrării, mai ales în cazul itinerariilor dense, în care coordonarea timpilor, a deplasărilor și a serviciilor incluse este critică pentru calitatea produsului.

Portofoliul de circuite și experiențe include programe cu conținut cultural clar, ilustrate prin exemple relevante în destinații precum Grecia și Spania. În Grecia, experiențele de grup pot combina sejururi cu excursii la obiective emblematice, precum Palatul Knossos, Rethymno și Chania (Creta), Acropole și cartierul Plaka (Atena), Canalul Corint, Micene și Epidaurus (Peloponez), obiective reprezentative din insulele Ionice (Achilleion, Biserica Sf. Spiridon, croazieră către Navagio), Meteoră, precum și programe tematice dedicate sărbătorilor religioase, inclusiv Paștele în Corfu sau Thassos. În Spania, itinerariile pot include regiuni cu valoare culturală ridicată, precum Andaluzia (Sevilla, Córdoba, Granada - Alhambra), Catalonia (Barcelona, obiectivele Gaudí, Montserrat), Valencia și Țara Bascilor, completate de trasee tematice, inclusiv segmente ale Camino. În structura acestor programe pot fi integrate componente sociale și gastronomice, precum seri cu specific local și degustări, livrate într-un cadru care pune accent pe confort, siguranță și asistență permanentă prin ghizi însoțitori dedicați.

În plus față de circuitele „clasice”, portofoliul include și o zonă de produse tematice și exploratorii, operată sub branduri și concepte dedicate (de exemplu Experiențe & Aventură / Pellerin, precum și alte concepte de experiențe), cu rol în poziționarea Emitentului ca operator cu servicii complete, care acoperă atât produse de volum, cât și produse cu conținut diferențiator.



În cadrul acestei linii se încadrează și programele dedicate, precum Senior Voyage, adresate în principal segmentului 55+, dezvoltate pentru perioadele de extrasezon și caracterizate printr-un nivel sporit de asistență, un ritm de călătorie adaptat și o componentă de socializare accentuată. Aceste programe contribuie la optimizarea utilizării capacităților în perioadele cu cerere mai redusă și se remarcă printr-o rată de recurență ridicată, susținând fidelizarea clienților și stabilitatea volumelor.

Winter Sun și exotice: extinderea sezonului rece și flexibilitatea configurării transportului

Componenta Winter Sun și destinațiile exotice au rolul de a genera cerere și venituri în perioada în care turismul estival este natural mai redus, contribuind la extinderea sezonului de operare în trimestrele de iarnă și la echilibrarea sezonității. Portofoliul este construit în jurul unor destinații cu climat favorabil în sezonul rece, precum Emiratele Arabe Unite, Maldive, Zanzibar, Caraibe, Kenya, alături de alte destinații în funcție de programul sezonier (inclusiv Thailanda și Maroc, în funcție de structura ofertei și a cererii).

Pentru aceste programe, transportul este configurat în mod flexibil, în funcție de profilul destinației și de structura cererii, utilizând, după caz, zboruri charter dedicate, capacități aeriene rezervate anticipat sau curse regulate. În mod practic, această abordare permite adaptarea programelor la sezonitatea fiecărei destinații, la disponibilitatea de transport și la raportul dintre capacitățile asumate și vânzarea „la cerere”, menținând în același timp posibilitatea de a ajusta programul în funcție de evoluțiile pieței.

Complexitatea operațională pentru Winter Sun și exotice este determinată atât de configurarea transportului (inclusiv conexiuni, orare variabile și segmente multiple), cât și de organizarea serviciilor din destinație. Pachetele sunt susținute prin servicii locale esențiale, precum transferuri, asistență turistică și excursii opționale, iar planificarea ia în considerare gestionarea modificărilor de program și a situațiilor operaționale care pot apărea mai frecvent în cazul destinațiilor long-haul sau al destinațiilor cu conecție aeriană mai complexă.

Programe tematice și experiențe: de la conținut cultural la produse „combinate”

Pe lângă circuite și Winter Sun, linia Grupuri și experiențe include programe tematice care cresc atractivitatea portofoliului și permit adresarea unor segmente de public distincte. În această zonă se încadrează atât programe cu conținut cultural și exploratoriu, cât și programe construite în jurul unei pasiuni sau a unui tip de activitate, precum vacanțele active de iarnă (prin conceptul Snow Mission, care include elemente de experiență de grup, activități specifice și componente sociale de tip après-ski), respectiv produse premium, în care experiența este personalizată și livrată cu un nivel superior de servicii (prin conceptul Travel Like a Star, cu servicii de tip concierge, itinerarii personalizate, logistică privată și cazări de top).

Un element important în evoluția acestei linii îl reprezintă dezvoltarea produselor de tip sejururi-combo, care combină mai multe destinații în cadrul aceleiași călătorii și cresc valoarea percepută prin complexitatea și diversitatea experienței. Exemple de logică de produs includ combinații de tip „city break + sejur” sau combinații cu destinații îndepărtate, cum ar fi o structură de călătorie care să includă

câteva zile într-un oraș-destinație, urmate de un sejur de relaxare într-o destinație complementară (de exemplu, un mix de tip Singapore + Bali).

Linia include, de asemenea, pelerinajele ca produs cu specific propriu, care completează portofoliul și permite adresarea unor comunități și segmente distincte, în logica de grup organizat, cu itinerarii structurate și asistență dedicată.

Per ansamblu, această linie de business funcționează ca un pilon de diversificare și stabilizare, cu rol în extinderea sezonului, în îmbogățirea portofoliului cu produse de conținut și în consolidarea poziționării Emitentului ca operator capabil să livreze produse complexe, integrate și scalabile, atât prin canale directe, cât și prin canale partenere, în funcție de profilul produsului și al clientului.

3. Zboruri și Cazări - turism intern, autocar, produse flexibile și servicii individuale

Segmentul de activitate Zboruri și Cazări reunește produsele și serviciile cu componentă flexibilă sau individuală, respectiv turismul intern, vacanțele cu autocarul, cazările comercializate separat, serviciile de emiteră a biletelor de transport, pachetele flexibile configurate dinamic și programele dedicate. Această linie este susținută de infrastructura de distribuție și de platformele tehnologice ale Emitentului și are un rol strategic atât în diversificarea veniturilor pe parcursul anului, cât și în tranziția către un model de operare cu componentă digitală accentuată.

Turismul intern este operat pe tot parcursul anului și acoperă o gamă largă de produse, incluzând vacanțe estivale pe litoral, sejururi la munte și pentru sporturi de iarnă, turism balnear și de tratament, Delta Dunării, city-break-uri interne, pelerinaje și programe organizate pentru grupuri. Oferta este susținută de platforme dedicate care integrează un portofoliu de peste 1.000 de unități de cazare din România, permițând atât comercializarea sub formă de pachet turistic complet, cât și rezervarea separată a cazării. Prin distribuția pe întreg anul și prin adresarea unor segmente cu cerere relativ constantă, turismul intern contribuie la stabilizarea activității și la reducerea impactului sezonalității specifice turismului extern.

Vacanțele cu autocarul sunt operate printr-o flotă proprie de autocare și microbuze, utilizată atât pentru programe turistice în România și în Europa, cât și pentru transferuri și alte servicii conexe. Organizarea operațională permite preluarea turiștilor din principalele regiuni ale României și transportul acestora către punctele de plecare, precum și operarea rutelor externe către destinații de proximitate, precum Grecia, Bulgaria, Turcia sau Muntenegru, respectiv a circuitelor europene. Acest tip de produs oferă accesibilitate și flexibilitate în configurarea rutelor și a capacităților, fiind adaptat atât pentru sejururi organizate, cât și pentru programe de grup și circuite.

Serviciile individuale și pachetele flexibile includ emiteră de bilete de transport aerian prin sisteme de rezervare integrate și colaborări cu operatori aerieni, comercializarea separată a serviciilor de cazare prin platforme dedicate, precum și dezvoltarea de pachete configurate dinamic, care combină în timp real opțiuni de transport și cazare într-un produs personalizat, cu libertate în alegerea datelor și a duratei. Această componentă utilizează intens infrastructura tehnologică a Emitentului și are un rol important în susținerea creșterii digitale și a scalării activității, precum și în extinderea portofoliului cu produse care presupun un nivel mai redus de angajamente operaționale față de pachetele construite pe capacități de transport asumate în avans. În plus, aceste produse generează venituri pe tot parcursul anului și creează oportunități de completare a ofertei către pachetele turistice complete.

Prin structura sa, segmentul Zboruri și Cazări funcționează ca un pilon de flexibilitate și echilibru în modelul de business al Emitentului, completând activitățile de turism extern organizat prin produse cu ciclul de vânzare diferit, risc operațional mai redus și o contribuție semnificativă la dezvoltarea componentelor digitale și a relației directe cu clientul final.

4. Alte segmente (Corporate – călătorii de afaceri și MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions / Întâlniri, Stimulente, Conferințe și Expoziții))

Linia All other segments acoperă în principal serviciile de călătorii de afaceri și MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions / Întâlniri, Stimulente, Conferințe și Expoziții), adresate clienților corporate. Oferta include rezervări de transport și cazare, servicii de consultanță, implementarea și administrarea politicilor de călătorie ale companiilor, raportare și management al costurilor, precum și organizarea de evenimente corporate, conferințe, programe de stimulare și activități de consolidare a echipelor. Segmentul Corporate este distribuit direct către companii, printr-un model dedicat de gestionare a relației cu clienții și contractare directă.

În zona de călătorii de afaceri, Emitentul gestionează atât rezervări punctuale, cât și programe recurente, oferind suport pentru controlul costurilor, fluxuri de aprobare, raportare periodică și, după caz, integrarea

politicilor interne de călătorie ale clienților. Aceste servicii sunt completate de administrarea serviciilor adiacente, precum asigurări, transferuri și suport operațional, contribuind la dezvoltarea unor relații comerciale stabile și recurente, mai puțin expuse sezonalityi caracteristice turismului de agrement.

Operarea segmentului corporate este susținută și de utilizarea unei platforme dedicate, NOVA, pusă la dispoziția clienților business pentru gestionarea rezervărilor și a fluxurilor operaționale asociate călătoriilor de serviciu. Prin intermediul acestei platforme, managerii și persoanele autorizate din cadrul companiilor pot efectua rezervări, pot urmări respectarea politicilor interne de călătorie, pot genera rapoarte detaliate și pot monitoriza costurile în timp real. Integrarea platformei în fluxul operațional contribuie la creșterea transparenței, la eficientizarea proceselor interne ale clienților și la consolidarea controlului asupra bugetelor de călătorie, aspecte esențiale în relația cu organizațiile de dimensiuni medii și mari.

Componenta MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions / Întâlniri, Stimulente, Conferințe și Expoziții) vizează organizarea și coordonarea de evenimente corporate și programe complexe, care implică negocierea și gestionarea simultană a mai multor furnizori, inclusiv locații de evenimente, unități de cazare, servicii de transport, catering și servicii la destinație. Emitentul asigură un punct unic de coordonare pentru client, de la concept și bugetare până la implementare și managementul relațiilor, cu accent pe livrarea integrată a serviciilor și controlul calității.

Segmentul corporate are un rol strategic în structura de business a Emitentului, contribuind la stabilizarea cererii, la distribuirea activității pe parcursul întregului an și la diversificarea surselor de venit. În acest context, modelul operațional al Emitentului este unul hibrid, în care rolul de tour-operator și integrator este completat de capacități proprii sau controlate pentru componente critice ale produsului, incluzând transport aerian și rutier, servicii la destinație și asistență, tehnologie și distribuție, precum și coordonarea resurselor umane specializate. Această integrare permite un control sporit asupra calității serviciilor, scalarea eficientă a activității și reducerea dependenței de intermediari în zonele cheie.

DEFINIREA „TURISMULUI ORGANIZAT” ȘI CONSTRUIREA PACHETULUI STANDARD

În accepțiunea Emitentului, „turism organizat” reprezintă conceperea și comercializarea unor produse turistice integrate, în cadrul cărora clientul achiziționează o vacanță la un preț total, beneficiind de un parcurs clar definit și de suport pe întreaga durată a serviciilor. Emitentul îndeplinește rolul de integrator, reunind într-un produs unitar serviciile furnizorilor de transport, cazare și servicii la destinație și asumându-și responsabilitatea coordonării operaționale a tuturor componentelor incluse. Acest model permite livrarea unei experiențe coerente și previzibile, în care clientul este degrevat de sarcinile de organizare și de gestionarea relației cu furnizorii individuali.

Structura de bază a unui pachet de turism organizat include, în mod uzual, transportul către destinație și retur, realizat în funcție de specificul produsului prin zbor charter, zbor de linie sau transport cu autocarul. Cazarea este asigurată la unitatea selectată, pe întreaga durată a sejurului sau a itinerariului, iar acolo unde produsul presupune acest lucru, sunt incluse transferuri de grup între aeroport și hotel, respectiv transferuri locale în cadrul circuitelor. Un element esențial al pachetului îl reprezintă asistența turistică, asigurată fie prin reprezentanți la destinație în cazul sejururilor, fie prin ghid însoțitor și ghizi locali în cazul circuitelor, rolul acestora fiind de a sprijini derularea programului și de a gestiona situațiile operaționale care pot apărea pe parcurs.

Peste această structură de bază, Emitentul oferă posibilitatea completării pachetului cu o serie de servicii opționale, menite să sporească nivelul de confort și de protecție al clientului. Acestea pot include asigurări medicale și de anulare a călătoriei, excursii opționale și experiențe locale, servicii suplimentare sau upgrade-uri (cum ar fi transferuri private ori facilități adiționale pe durata transportului), bagaje suplimentare sau servicii de închiriere auto, în funcție de destinație și de tipul produsului. Serviciile opționale au un rol dublu în modelul de business: pe de o parte, contribuie la îmbunătățirea experienței clientului și la creșterea gradului de satisfacție și recurență, iar pe de altă parte, susțin creșterea valorii medii per client și diversificarea surselor care generează marjă.

Portofoliul Emitentului cuprinde mai multe tipuri de produse, diferențiate în funcție de modul de organizare a transportului și de gradul de flexibilitate oferit. Pachetele charter sunt produse standardizate, de volum, cu plecări fixe și capacități contractate în avans, care includ, de regulă, transport aerian direct, transferuri și cazare, Emitentul asumându-și riscul aferent capacităților alocate. Pachetele cu zbor de linie au un itinerariu prestabilit, însă transportul se realizează pe curse aeriene regulate, fiind utilizate în special pentru circuite sau pentru destinații unde operarea charter nu este disponibilă. În completare, Emitentul dezvoltă pachete dinamice, generate în timp real prin combinarea opțiunilor de transport și cazare disponibile, care permit flexibilitate deplină în alegerea datelor și a duratei, la un preț unic. De asemenea,

oferta include și produse care presupun exclusiv cazare, fără componentă de transport, acestea fiind comercializate separat prin agregarea inventarului hotelier prin conexiuni tehnologice dedicate.

PRINCIPALELE PRODUSE / SERVICII

Portofoliul comercial al Emitentului este structurat astfel încât să acopere atât produse de volum, cu adresabilitate largă, cât și produse cu valoare adăugată ridicată, destinate unor segmente specifice de clienți. Oferta se adresează familiilor, cuplurilor, tinerilor, seniorilor, clienților premium, companiilor și grupurilor organizate, fiind adaptată în funcție de profilul de călătorie, durata sejurului, destinație și sezonabilitate. Această structură permite Emitentului să răspundă unui spectru larg de nevoi și să îmbine produsele standardizate cu cele diferențiate, cu niveluri diferite de complexitate și personalizare.

1. Mix-ul pachete complete vs. servicii individuale

Activitatea comercială este dominată de pachetele turistice complete, specifice turismului organizat, care au generat, orientativ, în perioada 2023-2025 aproximativ 79-83% din veniturile totale, observându-se o ușoară scădere a dependenței de pachete turistice complete spre finalul perioadei. Acestea sunt completate de servicii individuale, care au generat, orientativ în perioada 2023-2025, 17-21% din venituri și includ produse cu un grad mai ridicat de flexibilitate, adresate clienților care preferă configurarea personalizată a călătoriei sau achiziția separată a anumitor componente.

1.1. Pachete turistice complete (turism organizat)

Indiferent de categorie, pachetele turistice complete sunt construite în jurul aceluși principii de produs: definirea clară a destinației, duratei și nivelului de servicii, includerea componentelor esențiale ale călătoriei și livrarea unei experiențe unitare, în care clientul beneficiază de un preț total și de suport pe întreaga durată a sejurului sau a itinerariului.

Sejururile charter, care constituie segmentul cu cel mai mare volum, sunt structurate pe plecări fixe și se adresează în principal turismului de masă. În sezonul estival, oferta este concentrată pe destinații mediteraneene consacrate, precum Turcia (Antalya), insule și regiuni din Grecia, Egipt sau Spania, cu pachete standard de 7 nopți sau durate apropiate, cazare preponderent în hoteluri de 4 și 5 stele și regimuri de masă de tip All Inclusive sau Ultra All Inclusive. Programele Winter Sun sunt adaptate sezonului rece și includ destinații cu climat cald, precum Emiratele Arabe Unite, Maldive, Zanzibar, Kenya sau alte destinații stabilite în funcție de programul sezonier. În ambele cazuri, pachetul include, în mod uzual, transportul, cazarea, transferurile atunci când produsul le presupune și asistența turistică, fiind completat de servicii opționale, precum asigurări, excursii sau diverse upgrade-uri.

Circuitele și produsele de tip experiență (Pellerin) sunt concepute pentru clienții care preferă un program structurat, ghidat și cu un conținut ridicat de cultură, istorie sau explorare. Aceste produse se bazează pe itinerarii prestabilite, care implică deplasări între mai multe localități și includ, de regulă, transport aerian pe curse regulate, cazare în mai multe unități hoteliere pe parcursul traseului și transport local. Oferta este completată de ghid însoțitor și ghizi locali, bilete de intrare la obiectivele turistice, programe zilnice detaliate și, în funcție de destinație, croaziere sau regimuri de masă adaptate. Aceste produse sunt caracterizate de un nivel ridicat de organizare și sunt adresate unui segment de clienți care caută siguranța unui grup organizat și o experiență detaliată.

Senior Voyage (55+) reprezintă un program dedicat segmentului seniorilor, dezvoltat în principal pentru perioadele de extrasezon. Produsele sunt concepute cu un ritm de călătorie adaptat, un nivel sporit de asistență și o componentă socială accentuată, care favorizează interacțiunea între participanți. Aceste programe urmăresc atât optimizarea utilizării capacităților în perioadele mai puțin active, cât și fidelizarea clienților, fiind caracterizate de un grad ridicat de recurență și de un nivel constant de suport înainte și pe durata călătoriei.

Turismul intern este prezent în portofoliu pe tot parcursul anului și acoperă o gamă largă de produse, incluzând vacanțe pe litoral, sejururi la munte și pentru sporturi de iarnă, turism balnear și de tratament, Delta Dunării, city-break-uri interne și pelerinaje. Produsele pot fi comercializate fie sub formă de pachete turistice, fie ca rezervări de cazare realizate independent, în funcție de preferințele clientului și de canalul de distribuție utilizat.

Vacanțele cu autocarul sunt orientate către mobilitatea terestră și acoperă atât destinații de proximitate, precum Bulgaria, Grecia, Turcia sau Muntenegru, cât și circuite europene. Aceste produse permit colectarea turiștilor din mai multe regiuni și oferă flexibilitate în configurarea rutelor și a programelor, fiind adaptate atât pentru sejururi organizate, cât și pentru circuite și programe de grup.

1.2. Servicii individuale



Serviciile individuale au un rol complementar în portofoliul Emitentului și contribuie la diversificarea veniturilor și la extinderea prezenței digitale. În această categorie sunt incluse:

(i) Serviciile de emiteră a biletelor de avion includ vânzarea de bilete pentru zboruri regulate și low-cost, precum și servicii asociate, cum ar fi bagajele suplimentare, selecția locurilor sau alte servicii speciale. Acest tip de produs are o cerere relativ constantă pe parcursul anului și este utilizat atât în segmentul de retail, cât și în relația cu clienții corporate sau ca element complementar altor produse.

(ii) Memento Rooms vizează comercializarea separată a serviciilor de cazare (internaționale și din România), fără componentă de transport, oferind acces la un portofoliu extins de unități hoteliere. Acest produs are un profil de risc mai redus comparativ cu pachetele care includ transport și susține dezvoltarea pachetelor flexibile, configurate dinamic, precum și creșterea canalului digital.

(iii) Serviciile de călătorii de afaceri includ servicii dedicate companiilor, care acoperă rezervări de transport și cazare, consultanță privind politicile de călătorie, raportare și management al costurilor, precum și organizarea de evenimente și proiecte MICE. Acest tip de serviciu contribuie la reducerea sezonality și la stabilizarea cererii, prin relații comerciale recurente.

(iv) Serviciile auxiliare completează oferta principală și includ asigurări medicale și de anulare, transferuri, excursii opționale, experiențe locale, diverse upgrade-uri și servicii conexe, având rolul de a crește valoarea medie per client și nivelul de protecție pe durata călătoriei, fiecare dintre acestea fiind ulterior integrate din punct de vedere financiar-contabil la nivelul pachetelor turistice complete, astfel cum acestea sunt detaliate mai sus).



2. Exemple de pachete turistice uzuale

Un exemplu de produs de volum este sejurul charter de tip „Relaxare & Family”, cu destinații precum Antalya sau Creta, durată de 7 nopți, zbor charter, transferuri de grup, cazare în hoteluri de 4-5 stele, regim All Inclusive sau Ultra All Inclusive și asistență la destinație, adresat familiilor și cuplurilor care caută predictibilitate și servicii complete.

În schimb, un exemplu de produs orientat către marjă este circuitul cultural de tip „Experiențe & Aventură”, cu destinații precum Egipt sau Turcia, durată de 7-10 zile, transport aerian pe curse regulate, cazare în mai multe hoteluri, ghid român și ghizi locali, bilete de intrare la obiective și transferuri locale, destinat turiștilor interesați de cultură și istorie.

Pentru segmentul seniorilor, un exemplu relevant este un program Senior Voyage în destinații europene precum Coasta de Azur, Napoli sau Spania, cu durată de 7 nopți, transport aerian, cazare în hoteluri de 3-4 stele, demipensiune, asistență dedicată și program social, conceput pentru un ritm moderat de călătorie și un nivel ridicat de suport.

Un exemplu de program tematic cu sezonality specifică este un pachet dedicat sărbătorilor (de tip Paște) în insule precum Corfu sau Thassos, construit ca produs de grup, cu transport, cazare, program organizat și asistență, adresat clienților care caută o experiență structurată, cu componentă culturală și de comunitate. Acest tip de produs are rolul de a genera cerere în perioade care, în mod tradițional, sunt în afara vârfului de vară și de a utiliza eficient capacitățile operaționale

PORTOFOLIUL DE DESTINAȚII ȘI PARTENERIATE

Portofoliul de destinații acoperă destinații de masă (în special în zona Mediteranei), destinații exotice și destinații îndepărtate, precum și produse interne (România). Portofoliul este susținut atât prin contracte directe cu hoteluri, cât și prin parteneriate cu companii de management al destinației (DMC) și furnizori de transport, utilizând un mix de contracte garantate, alocări de capacitate și contractare la cerere, pentru echilibrarea marjei comerciale și a nivelului de risc.

1. Principalele destinații la nivelul anilor 2023-2025 (după volumele PAX)

2025			
Destinație	PAX	Profil produs	Detalii suplimentare
Turcia	84.959	charter avion + produse individuale	destinație „ancoră” (susține volumul și stabilitatea unui program turistic)
Grecia	64.195	charter avion + produse individuale	mix de insule și zone continentale
România	56.728	turism intern (litoral, munte, balnear și tratament, city-break)	-

Egipt	41.737	charter avion + produse individuale	destinație cu operare extinsă în afara verii
Tunisia	18.978	charter avion + produse individuale	alternativă competitivă în sezon estival
Spania	15.705	charter avion + produse individuale	mix estival și componente de iarnă pentru anumite insule
Bulgaria	15.483	charter avion + produse individuale	proximitate și accesibilitate

2024			
Destinație	PAX	Profil produs	Detalii suplimentare
Turcia	82.454	charter avion + produse individuale	destinație „ancoră” (susține volumul și stabilitatea unui program turistic)
Grecia	67.495	charter avion + produse individuale	mix de insule și zone continentale
Egipt	28.329	charter avion + produse individuale	destinație cu operare extinsă în afara verii
Tunisia	20.644	charter avion + produse individuale	alternativă competitivă în sezon estival
România	33.571	turism intern (litoral, munte, balnear și tratament, city-break)	-
Spania	17.797	charter avion + produse individuale	mix estival și componente de iarnă pentru anumite insule
Bulgaria	15.461	charter avion + produse individuale	proximitate și accesibilitate



2023			
Destinație	PAX	Profil produs	Detalii suplimentare
Turcia	73.568	charter avion + produse individuale	destinație „ancoră” (susține volumul și stabilitatea unui program turistic)
Grecia	63.036	charter avion + produse individuale	mix de insule și zone continentale
Egipt	22.188	charter avion + produse individuale	destinație cu operare extinsă în afara verii
Bulgaria	14.374	charter avion + produse individuale	proximitate și accesibilitate
Spania	12.993	charter avion + produse individuale	mix estival și componente de iarnă pentru anumite insule
Italia	9.824	charter avion + produse individuale	
Tunisia	5.945	charter avion + produse individuale	alternativă competitivă în sezon estival

2. Profil detaliat al destinațiilor cheie

Turcia (în special zona Antalya) reprezintă destinația principală ca volum și rulaj, cu plecări dintr-un număr extins de aeroporturi din România și cu o strategie de contractare care combină capacități ferme pentru hoteluri cu cerere ridicată și flexibilitate prin contracte la cerere pentru optimizarea gradului de ocupare. Oferta include, în mod uzual, hoteluri de 4-5 stele, cu regim All Inclusive/Ultra All Inclusive, orientate spre familii și cupluri, cu facilități de tip miniclub, parc acvatic și servicii extinse la resort.

Grecia este o destinație majoră prin diversitatea produselor și a regiunilor deservite, incluzând atât sejururi charter pe insule, cât și programe cu autocarul. În funcție de profilul de client, oferta poate varia de la pachete standard pentru bugete medii până la pachete premium și experiențe locale (gastronomie, plaje speciale, excursii de o zi).

Egiptul are un rol important în extinderea sezonului, fiind o destinație operabilă într-o plajă mai largă de luni decât destinațiile strict estivale. Oferta se concentrează, în mod uzual, pe sejururi de tip resort

(Hurghada, Sharm el Sheikh), cu regim All Inclusive, completate de excursii opționale și programe culturale în format de circuit.

România completează portofoliul printr-o ofertă activă pe tot parcursul anului: litoral vara, munte și ski iarna, balnear și tratament în extrasezon, city-break-uri interne și Delta Dunării în perioadele specifice. Acest segment permite distribuirea vânzărilor pe întreg anul și acoperirea unor segmente cu cerere relativ constantă.

Destinațiile exotice (Winter Sun) au volume mai reduse decât destinațiile de masă, însă contribuie la creșterea venitului mediu per pasager și la utilizarea capacităților în primul și ultimul trimestru al anului. Aceste programe includ, de regulă, produse cu nivel ridicat de personalizare, opțiuni de upgrade și servicii la destinație.

3. Parteneriate și tipuri de furnizori

Relațiile comerciale ale Emitentului sunt structurate pe mai multe categorii de furnizori: (i) Portofoliul de cazare este asigurat prin colaborări directe cu hoteluri și lanțuri hoteliere, atât pe bază de angajamente ferme, cât și prin alocări de capacitate sau rezervări la cerere; (ii) Serviciile necesare la destinație sunt furnizate prin parteneri specializați și furnizori locali, care asigură transferurile, asistența turistică și organizarea de activități și excursii opționale; (iii) Transportul aerian este realizat prin operarea de zboruri charter și prin utilizarea curselor regulate, accesate prin sisteme de rezervare integrate, în timp ce transportul terestru este asigurat preponderent prin flota proprie, completată, atunci când este necesar, de subcontractori; (iv) În completare, Emitentul utilizează platforme și integrări tehnologice dedicate pentru accesul la inventar hotelier internațional și pentru dezvoltarea de pachete turistice flexibile, configurate dinamic.

MODEL OPERAȚIONAL ȘI INTEGRAREA PE LANȚUL VALORIC

Modelul de afaceri al Emitentului urmărește integrarea mai multor etape din lanțul valoric al turismului pentru a controla eficient crearea și livrarea produsului către client, reducând dependența de intermediari pentru componente critice și consolidând capacitatea de scalare. Principalele etape operaționale acoperă conceperea produsului, contractarea furnizorilor, alocarea și managementul capacităților, distribuția și serviciile de asistență și post-vânzare, toate susținute de proceduri interne standardizate și de sisteme informatice de rezervare, inventar, relație cu furnizorii și control financiar.

1. Conceperea produsului și coordonarea internă

Conceperea și structurarea produsului este coordonată de departamentul de producție, care definește destinațiile, duratele și structura pachetelor în funcție de cerere, sezonabilitate, istoric de vânzări, obiective de marjă și profil de risc. Deciziile privind capacitățile majore, în special cele de transport aerian, presupun o aliniere strânsă între planul comercial al Emitentului și planul de operare al companiilor aeriene partenere, fiind validate la nivel de management pentru a gestiona angajamentele financiare asociate garanțiilor și capacităților asumate.

2. Contractarea furnizorilor - model hibrid (marjă vs. risc)

Contractarea furnizorilor se realizează, în mod uzual, cu multe luni înainte de sezonul de vânzare, într-un model hibrid care echilibrează marja și riscul. În relația cu hotelurile, Emitentul utilizează:

- (i) Pentru destinațiile de masă și unitățile hoteliere cu rol central în structura programelor sale, Emitentul utilizează contracte pe bază de angajamente ferme, care presupun rezervarea în avans a unor capacități de cazare. Acest tip de contractare este aplicat în cazul hotelurilor cu cerere constantă și predictibilă, care susțin volumele principale ale activității și permit planificarea pe termen mediu a programelor de operare. Prin aceste angajamente, Emitentul asigură disponibilitatea cazării în perioadele de vârf și obține condiții comerciale competitive, asumându-și, în același timp, un nivel controlat de risc operațional, gestionat prin experiența istorică a vânzărilor și prin mecanisme de optimizare a gradului de ocupare.
- (ii) Pentru completarea capacităților și menținerea unui nivel ridicat de flexibilitate, Emitentul utilizează contracte care prevăd alocarea de capacități hoteliere cu posibilitatea ajustării sau returnării acestora până la un termen agreat. Acest tip de contractare permite accesul la camere suplimentare fără asumarea integrală a riscului comercial, oferind Emitentului posibilitatea de a adapta oferta în funcție de evoluția cererii și de ritmul vânzărilor. Prin utilizarea acestor mecanisme, Emitentul își optimizează mix-ul de produse și își reduce expunerea în situațiile în care cererea este volatilă sau dificil de anticipat.



- (iii) Pentru produsele orientate către diversificare, destinații de nișă, city-break-uri și pachete flexibile configurate dinamic, Emitentul utilizează contractarea la cerere, fără angajamente ferme de capacitate. Acest model permite accesul la un portofoliu extins de unități de cazare și servicii, fiind adaptat produselor cu cerere fragmentată sau variabilă, unde flexibilitatea și capacitatea de reacție rapidă sunt mai importante decât obținerea celui mai mic tarif posibil. Prin această abordare, Emitentul poate extinde oferta fără a-și asuma riscuri comerciale semnificative și poate răspunde eficient preferințelor individuale ale clienților.
- (iv) În zona transportului aerian, Emitentul utilizează un mix de soluții, adaptate fiecărui tip de produs și nivelului de risc asumat. Pentru programele de volum, sunt operate zboruri charter dedicate, care presupun rezervarea integrală a capacității și oferă control asupra orarelor, rutelor și structurii produsului. În completare, Emitentul utilizează rezervări anticipate de locuri pe curse aeriene, ca soluție intermediară între charter și transportul de linie, ceea ce permite ajustarea mai fină a capacității și a expunerii comerciale. Pentru circuite, servicii de emiterie a biletelor, produsele corporative și pachetele flexibile configurate dinamic, sunt utilizate curse aeriene regulate, accesate prin sisteme de rezervare integrate și conexiuni directe cu operatorii aerieni. Acest mix de soluții permite adaptarea ofertei la structura cererii, echilibrarea riscului și optimizarea costurilor de transport.

3. Managementul resurselor și optimizarea veniturilor

Un element central al modelului este managementul capacităților, care aliniaza stocurile cu valabilitate limitată (locuri avion, camere, locuri în autocare) cu cererea, pentru maximizarea veniturilor și minimizarea riscului de inventar nevândut. Emitentul urmărește în mod curent indicatori precum gradul de ocupare (load factor), prețul mediu și randamentul (yield), ritmul de vânzare și situațiile de sold-out, utilizând strategii de preț dinamic și campanii comerciale (early booking și last minute) pentru optimizarea mix-ului dintre volum și marjă.

Deciziile operaționale sunt coordonate de departamentele de Producție și Revenue, iar deciziile strategice privind capacitatea totală și angajamentele majore sunt aprobate la nivel de top management. Acest tip de guvernanta este important în special în perioadele de volatilitate (costuri de transport, fluctuații de cerere, schimbări de reglementare), când ajustarea rapidă a prețului și a mix-ului de produse poate limita riscul capacităților nevândute și proteja marja.

4. Flux operațional integrat (de la conceperea produsului la servicii post-vânzare)

Activitatea Emitentului este organizată conform unui flux operațional integrat, care acoperă întregul ciclu de viață al produsului turistic, de la identificarea oportunităților de piață și conceperea produsului, până la livrarea efectivă a serviciilor și gestionarea relației cu clientul după finalizarea călătoriei. Acest model permite coordonarea coerentă a tuturor etapelor implicate și asigură continuitatea responsabilității pe întreg parcursul experienței turistice.

Procesul începe cu analiza cererii și selecția destinațiilor, etapă în care Emitentul evaluează istoricul vânzărilor, tendințele de piață, sezonalitatea, comportamentul clienților și evoluția prețurilor. Această analiză este completată de evaluarea disponibilității capacităților de transport și cazare, precum și de stabilirea unui nivel de preț țintă, care să permită poziționarea competitivă a produselor în raport cu cererea estimată. Pe baza acestor informații sunt selectate destinațiile și conturate structurile de produs care urmează să fie dezvoltate pentru sezonul respectiv.

În etapa următoare are loc negocierea și contractarea furnizorilor, care reprezintă una dintre componentele esențiale ale activității de tour-operare. Emitentul încheie acorduri cu hoteluri și lanțuri hoteliere, utilizând un mix de angajamente ferme, alocări de capacitate cu drept de ajustare și contractare la cerere, în funcție de profilul destinației și de nivelul de risc acceptat. În paralel, sunt configurate soluțiile de transport aerian, prin operarea de zboruri charter dedicate, rezervarea anticipată de locuri sau utilizarea curselor regulate, precum și colaborările cu parteneri locali pentru transferuri, asistență și activități la destinație. Scopul acestei etape este asigurarea tuturor componentelor necesare livrării produsului în condiții de predictibilitate și control al costurilor.

Odată finalizată contractarea, urmează configurarea produsului în sistemele interne ale Emitentului. În această etapă sunt încărcate tarifele, disponibilitățile, regulile comerciale, condițiile de anulare și plată, precum și toate elementele necesare vânzării și operării produsului. Această configurare permite distribuția unitară a produselor prin toate canalele de vânzare și asigură coerența informațiilor prezentate clienților și partenerilor.

Produsele sunt apoi introduse în etapa de lansare comercială, care include campanii de tip early booking, dezvoltarea de pachete tematice, stimulente comerciale și materiale de marketing. În paralel, Emitentul derulează sesiuni de informare și instruire pentru rețeaua proprie de vânzare și pentru agențiile partenere, astfel încât produsele să fie corect prezentate și poziționate în relația cu clientul final.

Vânzarea și confirmarea rezervărilor se realizează printr-un mix de canale, care include agențiile proprii, call-center-ul dedicat, platformele digitale și portalul B2B destinat agențiilor partenere. Odată efectuată rezervarea, Emitentul asigură emiterea documentelor de călătorie, confirmările necesare și comunicarea tuturor informațiilor relevante către client, înainte de plecare.

Pe durata călătoriei, Emitentul coordonează derularea serviciilor la destinație, asigurând transferurile, suportul la sosire, asistența turistică prin reprezentanți sau ghizi, precum și organizarea și gestionarea excursiilor opționale. Rolul Emitentului în această etapă este de a coordona furnizorii implicați și de a interveni prompt în situații neprevăzute, astfel încât experiența clientului să rămână coerentă și conformă cu produsul achiziționat.

După finalizarea călătoriei, fluxul operațional continuă cu activitățile post-vânzare, care includ gestionarea solicitărilor clienților, a eventualelor reclamații sau ajustări comerciale, precum și procesele de retenție și fidelizare. Feedback-ul colectat în această etapă este utilizat atât pentru îmbunătățirea produselor existente, cât și pentru fundamentarea deciziilor de dezvoltare a ofertelor viitoare.

Prin acest flux integrat, Emitentul reușește să mențină controlul asupra întregului proces, să coordoneze un număr ridicat de furnizori și clienți și să livreze produse turistice coerente, de la concepție până la finalizarea experienței și relația post-călătorie.

CALENDAR OPERAȚIONAL: CONTRACTARE, VÂNZARE ȘI SEZONALITATE

Ciclul de viață al unui produs turistic este, de regulă, cuprins între 6 și 9 luni, de la identificarea oportunității până la plecarea primilor turiști, interval necesar pentru negocierea capacităților, integrarea tehnică în sisteme și lansarea campaniilor de vânzare.

Pentru sezonul de vară (plecări, în mod uzual, din mai până în octombrie), contractarea capacităților de bază se finalizează în toamna anului anterior, pentru a permite lansarea timpurie a vânzărilor și securizarea volumelor. Pentru sezonul de iarnă (noiembrie-aprilie), în special pe zona „Winter Sun” și programele specifice sărbătorilor, contractarea are loc, de regulă, în primăvară și vară, pentru a susține vânzarea începând cu finalul verii.

Sezonalitatea este accentuată, trimestrul al treilea (iulie-septembrie) reprezentând vârful de sezon, corelat cu operarea masivă a sejururilor charter de vară. Trimestrele unu și patru funcționează ca sezoane secundare, susținute de produse dezvoltate explicit pentru extrasezon, în special „Winter Sun” și programele Senior Voyage.

PLANIFICAREA CAPITALULUI DE LUCRU ȘI MECANISMUL DE PREFINANȚARE

Necesitatea unei planificări riguroase a capitalului de lucru derivă din decalajul dintre momentul plăților către furnizori (garanții și avansuri pentru hoteluri și transport) și momentul prestării efective a serviciilor către clienți. Emitentul achită avansuri și garanții către hotelieri și furnizori de transport cu mult timp înainte de sezon, în special pentru destinațiile de masă și pentru capacitățile charter, iar aceste ieșiri sunt contrabalansate prin încasarea avansurilor de la clienți în campaniile de early booking.

În mod uzual, clienții achită la rezervare un avans semnificativ (de regulă 30%-50% din valoarea pachetului, iar în anumite oferte speciale avansul poate fi mai mare, până la plată integrală), iar diferența se încasează cu o perioadă înainte de plecare, în funcție de tipul produsului și de condițiile comerciale. Acest mecanism generează un ciclu de capital de lucru negativ, în care avansurile clienților finanțează o parte importantă a angajamentelor către furnizori, completat, atunci când este necesar, de facilități de credit bancare pentru acoperirea decalajelor temporare.

GENERAREA VENITURILOR ȘI SURSELE DE VALOARE ADĂUGATĂ

Emitentul generează venituri preponderent prin agregarea și comercializarea de pachete turistice integrate, în cadrul cărora valoarea adăugată este creată prin consolidarea unor volume ridicate de tranzacții, negocierea de tarife preferențiale și securizarea capacităților critice prin angajamente ferme și alocări de capacitate. Profitabilitatea este susținută de controlul atent al capacităților de transport și de cazare, precum și de optimizarea prețurilor și a veniturilor în funcție de cerere, ceea ce permite maximizarea gradului de ocupare și a diferenței dintre costul net al serviciilor și prețul de vânzare către clientul final.

Modelul este completat de venituri din comisioane și taxe de servicii aferente componentelor comercializate individual, precum bilete de transport, servicii de cazare vândute separat și servicii dedicate clienților corporate, precum și din monetizarea serviciilor auxiliare (asigurări, excursii opționale, transferuri și servicii suplimentare), care contribuie la creșterea valorii medii per client.

În structura veniturilor, pachetele complete reprezintă nucleul modelului de business, în timp ce serviciile individuale au rol complementar, cu relevanță strategică în tranziția către un model de tip Online Travel Agency.

DISTRIBUȚIE, CANALE ȘI POLITICI COMERCIALE

Distribuția produselor este realizată printr-un model omni-channel, care combină canalul direct către clientul final (B2C) și canalul de revânzare prin agenții partenere (B2B).

Sejururile charter sunt distribuite într-un mix echilibrat B2C-B2B, canalul direct având rol important în marjă și în controlul relației cu clientul, iar rețeaua B2B fiind critică pentru acoperire teritorială și scalarea volumelor. Circuitele și produsele complexe sunt vândute în mod frecvent prin B2B și prin B2C asistat (agenții fizice), unde consultanța agentului este importantă. Produsele corporate sunt distribuite direct către companii, iar activitatea de emisie a билетelor de transport se află într-un proces de digitalizare accelerată a canalului direct către consumatorul final, în paralel cu menținerea unei componente consistente în zona de distribuție prin parteneri și în segmentul corporat.

Conflictele de preț între canale sunt evitate prin centralizarea inventarului și a politicilor tarifare într-un motor unic de rezervări, SPHINX, prezentat mai sus în secțiunea privind avantajele competitive ale Emitentului, care alimentează în timp real atât platformele B2C, cât și portalul B2B. În practică, pachetele sunt comercializate la un preț de catalog unitar, iar partenerii B2B sunt remunerați prin comision, nu prin aplicarea unui adaos comercial. Diferențierea comercială a canalului direct se realizează prin servicii și mecanisme de fidelizare (de exemplu, abonamente și beneficii asociate), fără a fragmenta prețul public de bază al aceluiași produs.

Canalul B2B funcționează pe baza contractelor de colaborare cu agențiile partenere, fiind susținut de o platformă dedicată prin care partenerii verifică disponibilitatea în timp real, efectuează rezervări cu confirmare instantanee și descarcă documente de călătorie. Relația este completată de suport comercial și operațional, linii dedicate de asistență și programe de training, webinarii și călătorii cu scop de informare, derulate pentru consolidarea calității vânzării și a cunoașterii produselor de către parteneri.

PRINCIPALELE RESURSE

1. Resurse de distribuție

Resursele de distribuție includ rețeaua proprie de agenții (B2C), canale de vânzare asistată (call-center) și platforme digitale, precum și rețeaua de parteneri B2B. Modelul omni-channel permite atât captarea marjei prin canal direct, cât și scalarea volumelor prin canal B2B, cu paritate de preț și inventar centralizat.

2. Resurse operaționale

Modelul operațional este unul hibrid, în care Emitentul, împreună cu entități din ecosistemul său, are rol de furnizor direct pentru componente critice ale produsului. Ecosistemul presupune oferirea de servicii de transport rutier (prin divizia proprie de transport), servicii la destinație și asistență turistică, furnizate prin parteneri locali specializați în organizarea și coordonarea operațiunilor turistice (structuri de tip inbound), în destinații cheie, precum și tehnologie și distribuție (prin platforme dezvoltate intern). Separat, Emitentul folosește resurse specifice privind furnizarea de servicii de zbor, prin companiile aeriene partenere.

3. Resurse tehnologice

Emitentul utilizează o infrastructură tehnologică proprie, dezvoltată intern, care centralizează oferta de produse turistice, automatizează procesele de rezervare și operare și permite controlul capacităților contractate, precum și raportarea operațională și financiară. Nucleul acestei infrastructuri este motorul central de rezervări și configurare flexibilă a pachetelor (SPHINX), completat de platforme dedicate turismului intern (HelloRomania, inclusiv cu rol de canal propriu de distribuție digitală pentru piața domestică), soluții pentru comercializarea separată a cazării (Memento Rooms) și sisteme de suport pentru relația cu clienții, administrarea operațională și gestionarea vânzărilor telefonice. Acest ecosistem permite procesarea unui volum ridicat de tranzacții și susține distribuția integrată pe canalele B2C și B2B.



Detalii suplimentare privind arhitectura tehnologică, integrarea surselor de inventar și capabilitățile digitale sunt prezentate la subsecțiunea „Platformă tehnologică proprie și ecosistem digital integrat” din cadrul secțiunii privind avantajele competitive ale Emitentului, precum și în secțiunea privind Strategia Emitentului, la pilonul referitor la tranziția către un model de Online Travel Agency și consolidarea profilului de companie cu capabilități tehnologice avansate.

4. Resurse umane și know-how

Scalarea este susținută prin existența departamentelor dedicate și prin procese standardizate. Structura de personal include un nucleu stabil și un ecosistem extins de colaboratori, cu adaptare sezonieră. La nivelul Emitentului, situația angajaților este prezentată în secțiunea de mai jos, intitulată „Angajați și politici referitoare la angajați”.

Vârfurile sunt gestionate prin contracte sezoniere, programe de lucru în ture pentru funcțiile critice și externalizarea unor componente de suport în entități specializate din ecosistem.

Componenta de know-how este susținută prin programe interne de training și dezvoltare profesională, inclusiv printr-o structură dedicată de formare (Christian Academy), care acoperă pregătirea agenților, a managerilor de agenție, a ghizilor și a specialiștilor din zone precum marketing și IT. Pentru produsele de tip circuit și asistența la destinație, Emitentul coordonează o rețea de peste 300 de ghizi atestați, formați și standardizați prin programele interne.

SERVICII POST-VÂNZARE, ASISTENȚĂ ȘI GESTIONAREA INCIDENTELOR

Pentru destinațiile exotice, produsul este construit, de regulă, în jurul unui mix între zboruri de linie și capacități aeriene rezervate în avans, utilizate pentru asigurarea disponibilității și stabilității tarifelor, completat de contractarea unităților de cazare și a serviciilor la destinație prin parteneri locali validați. Se urmărește menținerea unei structuri clare a serviciilor incluse (precum transferuri, asistență turistică și condiții de anulare), precum și o comunicare transparentă a opțiunilor de asigurare și protecție (medicală și de anulare), având în vedere nivelul de preț al produselor și distanțele mari parcurse până la destinație.

Emitentul asigură servicii de asistență pe întreg parcursul derulării produsului turistic, de la confirmarea rezervării până la întoarcerea clientului, componentă considerată esențială pentru menținerea relației cu clienții și protejarea reputației comerciale. Suportul include call-center și servicii de comunicare cu clientul, informări înainte de plecare (inclusiv notificări și publicarea informațiilor de plecare), precum și asistență de urgență disponibilă non-stop pentru situații critice, în funcție de produs și de pachetul de servicii asociat.

La destinație, asistența este asigurată prin reprezentanți locali și ghizi, inclusiv prin structuri proprii de management la destinație, în destinațiile cheie, respectiv prin parteneri verificați în piețele unde nu există prezență operațională directă. Emitentul gestionează situațiile neprevăzute prin proceduri standardizate, care acoperă, între altele, cazurile de supra-rezervare hotelieră (cu obligația de a asigura alternative echivalente sau superioare, fără costuri suplimentare pentru client), reclamații și remediere la fața locului, precum și procese de soluționare post-retur în termene procedurale.

În cazul modificărilor de zbor, decizia operațională aparține operatorului aerian, însă Emitentul menține un rol activ de informare și suport. Pentru produsele de tip circuit, Emitentul poate reprograma sau anula programul atunci când nu se întrunește grupul minim, cu notificare prealabilă și opțiuni de rambursare sau reprogramare, conform condițiilor comerciale.

În zona MICE, livrarea implică, de regulă, proiectare de eveniment (buget, locație, logistică), negocierea contractelor cu furnizorii (hoteluri, săli, transport), managementul participanților și suport la fața locului. Segmentul are cerințe ridicate de control și de conformitate, iar valoarea adăugată este dată de capacitatea de coordonare integrată și de negociere la volum.

PORTOFOLIU DE BRANDURI ȘI POZIȚIONARE

Portofoliul comercial este organizat sub un set de branduri și sub-branduri cu roluri distincte, construite pentru a acoperi segmente diferite de clienți și tipuri de produse. Arhitectura de brand facilitează poziționarea diferențiată (segmentul de volum, family, premium, circuite, seniori, sporturi de iarnă), susține comunicarea campaniilor sezoniere și permite dezvoltarea de inițiative digitale dedicate pentru servicii individuale și vânzări online.

- (i) Christian Tour este brandul umbrelă pentru segmentul de volum, concentrat pe sejururi charter, turism intern și produse de agrement cu structură standardizată. Brandul este utilizat pentru

campanii comerciale recurente (Early Booking / Last Minute), pentru pachetele tip „vacanță completă” și pentru distribuția prin rețeaua de agenții și canalele digitale.

- (ii) Suri Club (Family) reprezintă o zonă de produs orientată către familii cu copii, în care selecția hotelurilor și a serviciilor pune accent pe facilități de familie (piscină, aquapark, plajă cu acces facil, camere familiale), pe siguranță și pe confort. În mod uzual, produsele sunt integrate în sejururi charter către destinații de masă, cu regim All Inclusive/ Ultra All Inclusive și cu opțiuni de excursii potrivite pentru familii.
- (iii) Pellerin / Experiences & Adventures acoperă segmentul de circuite culturale, exploratorii și programe tematice, inclusiv către destinații îndepărtate, unde diferențierea se bazează pe calitatea itinerariilor, pe nivelul serviciilor de ghid și pe conținutul programelor (obiective, experiențe locale), precum și pe coordonarea integrată a mai multor componente ale călătoriei (zboruri de linie, transport local și cazare în unități hoteliere diferite pe parcursul itinerariului). Această zonă este asociată cu marje comerciale superioare produselor standardizate și cu un nivel ridicat de retenție în rândul clienților care călătoresc frecvent.
- (iv) Senior Voyage este un program dedicat clienților 55+, proiectat pentru extrasezon și pentru un nivel sporit de asistență. Produsele sunt configurate cu ritm moderat, servicii adaptate (inclusiv opțiuni de masă și activități), comunicare operativă și componentă socială, contribuind la recurență și la stabilizarea volumelor în primul și ultimul trimestru al anului și în sezoanele de tranziție.
- (v) Travel Like a Star acoperă segmentul premium și tailor-made, concentrat pe hoteluri de 5 stele, servicii personalizate (transfer privat, experiențe exclusive, servicii VIP), precum și pe selecții de destinații și unități cu standard superior. Produsele pot fi configurate atât în cadrul charterelor (prin selecție de hoteluri premium și servicii suplimentare), cât și prin soluții individuale/dinamice.
- (vi) Snow Mission este o linie de produs dedicată sporturilor de iarnă (ski și vacanțe de sezon rece), cu accent pe destinații montane, pachete cu cazare și servicii specifice (skipass, transferuri, închiriere echipamente, asistență), organizate astfel încât să susțină cererea în sezonul de iarnă și să completeze portofoliul de extrasezon.
- (vii) Memento Bus reprezintă componenta de transport rutier, utilizată pentru vacanțe cu autocarul, circuite și transferuri. Flota proprie permite control asupra programelor, optimizarea rutelor și o capacitate ridicată de ajustare a produselor în funcție de cerere (colectare din mai multe regiuni, rute externe de proximitate).
- (viii) Memento Rooms este platforma orientată către comercializarea separată a serviciilor de cazare și către agregarea unui portofoliu extins de unități hoteliere, având un rol important în scalarea canalului digital și în dezvoltarea de produse flexibile, configurate dinamic, prin combinarea serviciilor de cazare cu alte componente ale călătoriei. Pe lângă vânzarea de cazare, platforma funcționează ca infrastructură de distribuție pentru un portofoliu diversificat de unități și contribuie la optimizarea echilibrului dintre nivelul de angajamente operaționale și marja comercială.
- (ix) Abuela reprezintă platforma specializată în emiterea și comercializarea biletelor de avion și a serviciilor individuale asociate călătoriilor aeriene, adresând atât segmentul de agreement, cât și segmentul corporate. Brandul este poziționat în zona serviciilor de tip online travel agency, oferind acces la zboruri operate de companii aeriene de linie și low-cost, prin integrări directe cu sisteme globale de distribuție și agregatori specializați. Abuela permite compararea în timp real a opțiunilor de zbor, configurarea serviciilor auxiliare (bagaje, selecție loc, asigurări) și integrarea acestora în fluxul digital de rezervare. Platforma susține diversificarea portofoliului către servicii individuale, crește frecvența de interacțiune cu clienții și contribuie la consolidarea poziționării Emitentului în zona digitală, inclusiv în contextul tranziției către un model complet de Online Travel Agency.
- (x) Travel Prime este programul de abonament al Emitentului, conceput ca instrument de fidelizare și creștere a valorii pe termen lung a relației cu clientul. Funcționând pe baza unei taxe anuale, programul oferă titularului și persoanelor incluse în aceeași rezervare acces la beneficii

comerciale și operaționale, precum reduceri automate, tarife preferențiale, acces anticipat la campanii cu stoc limitat, suport prioritar și servicii suplimentare incluse. Travel Prime contribuie la creșterea recurenței și a frecvenței de achiziție, la optimizarea costurilor de marketing prin retenție și la consolidarea unei comunități stabile de clienți activi. Prin structură și poziționare, programul reprezintă un element de diferențiere pe piața locală și un pilon al strategiei de dezvoltare digitală și de loialitate a Emitentului.

- (xi) Once in a Lifetime reprezintă colecția de circuite, reunind experiențe turistice unice, create pentru momente care nu se repetă și poziționate ca repere de viață, nu simple vacanțe. Sub conceptul „O dată în viață”, circuitele Once in a Lifetime sunt dedicate celor care aspiră la aventuri extraordinare în destinații unice și pe trasee spectaculoase, de la explorarea junglei Amazonului și ascensiuni până la tabăra de bază Everest, până la experiențe arctice, deșertice sau culturale rare ori itinerarii precum cele din Vietnam. Conceput ca un produs umbrelă, nu ca un brand autonom, conceptul consolidează poziționarea premium a Emitentului, prin acces limitat, autenticitate și o puternică dimensiune emoțională, generând amintiri definitive și diferențiere competitivă pe piața locală.
- (xii) Winter Sun reprezintă produsul de chartere operate în perioada toamnă - iarnă - primăvară, când în România și Europa nu este sezon estival (Abu Dhabi, Maldive, Dubai, etc.).



EVOLUȚIE ȘI INIȚIATIVE RECENTE

În perioada 2023-2025, Emitentul și-a accelerat dezvoltarea prin consolidarea produselor de extrasezon, prin upgrade-ul experienței de zbor în zona charter (inclusiv prin integrarea unei flote moderne a partenerilor și a unor servicii diferențiate în conceptul de „Premium Charter”), prin maturizarea platformei tehnologice centrale și prin inițiative orientate către fidelizarea clienților și către o abordare în care canalele digitale reprezintă principalul punct de contact și vânzare.

În paralel, Emitentul urmărește extinderea strategică a capacităților sale în zona de **inbound**, cu obiectivul de a atrage turiști străini în România, direcție considerată prioritară pentru dezvoltarea pe termen mediu.

Direcția se bazează pe infrastructura deja existentă a Emitentului, incluzând platformele de distribuție, contractarea directă a unităților de cazare prin sisteme proprii, capacitatea de organizare a transportului rutier, experiența operațională în gestionarea grupurilor și expertiza acumulată în coordonarea serviciilor turistice la destinație.

Obiectivul principal îl reprezintă dezvoltarea de programe standardizate și tematice destinate piețelor externe, precum și construirea de parteneriate B2B pentru distribuție internațională. Inițiativa este poziționată ca un proiect cu relevanță extinsă pentru piața locală, având rolul de a completa portofoliul tradițional de turism **outbound** și de a susține o utilizare mai echilibrată a capacităților pe parcursul întregului an.

CALITATE, CONFORMITATE ȘI CONTROL OPERAȚIONAL

Operarea la volume ridicate presupune proceduri standardizate și un control consistent al calității. Emitentul utilizează procese interne pentru validarea furnizorilor, monitorizarea serviciilor la destinație, gestionarea reclamațiilor și urmărirea indicatorilor operaționali. Funcțiile de Quality & Compliance contribuie la standardizarea livrării, la formarea personalului și la menținerea unui nivel predictibil al serviciilor, în special în segmentele cu expunere ridicată (charter și programe de grup).

În zona de gestionare a situațiilor neprevăzute, Emitentul aplică proceduri operaționale clare, care includ: (i) protocoale pentru situațiile de indisponibilitate a capacității hoteliere, ce presupun identificarea rapidă a unor unități alternative echivalente sau superioare, comunicare promptă cu turiștii și suport la destinație; (ii) protocoale pentru întârzieri sau anulări de zbor, care acoperă informarea clienților, coordonarea cu operatorul aerian și, acolo unde este posibil, sprijin pentru reprogramări; (iii) fluxuri structurate de gestionare a reclamațiilor, de la semnalarea la fața locului și remedierea imediată, până la documentare și soluționare după întoarcerea din călătorie; și (iv) proceduri specifice circuitelor, care vizează situații precum atingerea pragului minim de grup, reprogramări sau opțiuni de rambursare.

PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI

Indicatorii operaționali prezentați mai jos (PAX total, număr total de produse turistice (rezervări) și venituri medii per produs turistic – rezervare) sunt calculați pe baza booking day, respectiv a datei efectuării vânzării, și reflectă vânzările totale generate în perioada analizată. Acești indicatori au caracter

Non-IFRS și nu sunt conformi cu metoda de recunoaștere a veniturilor aplicabilă în raportarea financiară conform IFRS.

(i) PAX total la nivelul Emitentului

Volumul total de turiști (PAX) reprezintă unul dintre principalii indicatori operaționali pentru un tour-operator, întrucât reflectă dimensiunea efectivă a activității, capacitatea de distribuție și gradul de utilizare a capacităților contractate (aeriene, hoteliere și logistice). Într-un model de business caracterizat prin costuri fixe relevante și angajamente de capacitate (în special în zona charter), dinamica PAX este esențială pentru absorbția costurilor și optimizarea marjelor.

În perioada 2023-2025, Emitentul a înregistrat o evoluție ascendentă a volumului total de turiști, de la aproximativ 297.028 PAX în 2023, la 352.982 PAX în 2024 și 368.792 PAX în 2025, reflectând atât consolidarea destinațiilor de masă, cât și creșterea segmentelor complementare (circuite, produse tematice, Winter Sun). Ritmul de creștere al acestui indicator evidențiază capacitatea de scalare a modelului operațional și eficiența canalelor de distribuție, precum și gradul de atractivitate comercială a portofoliului.

Pentru un operator integrat, dinamica PAX este relevantă nu doar ca indicator de volum, ci și ca bază pentru negocierea condițiilor comerciale cu furnizorii (discount-uri de volum, tarife preferențiale, capacități garantate), contribuind indirect la avantajul competitiv.

(ii) Număr total de produse turistice (rezervări)

Numărul total de produse turistice (rezervări) reprezintă un indicator distinct față de PAX, întrucât reflectă volumul tranzacțiilor realizate și structura comenzilor generate în sistem (rezervări individuale, rezervări care includ mai multe persoane, pachete complete, servicii individuale sau combinații de servicii). Spre deosebire de PAX, care măsoară numărul de persoane deservite, acest indicator evidențiază dinamica comercială propriu-zisă și comportamentul de achiziție al clienților.

Pentru un operator integrat, indicatorul este relevant în analiza productivității comerciale, a performanței canalelor de distribuție (agenții proprii, B2B, online), a eficienței proceselor de conversie și a gradului de penetrare a produselor complementare (servicii auxiliare, configurări flexibile, produse dinamice). De asemenea, el oferă o imagine asupra diversificării portofoliului, întrucât include atât pachete turistice complete, cât și servicii individuale sau produse modulare.

În perioada 2023-2025, numărul total de produse turistice (rezervări) a fost de aproximativ 110.047 în 2023, 130.268 în 2024 și 135.201 în 2025, evoluția fiind corelată cu creșterea volumului total de turiști, cu extinderea componentelor digitale și cu consolidarea rețelei de distribuție. Dinamica acestui indicator reflectă atât maturizarea canalelor online și diversificarea ofertei, cât și dezvoltarea segmentelor recurente și tematice.

Într-un model operațional integrat, numărul total de produse turistice (rezervări) este, de asemenea, relevant pentru planificarea capacităților, dimensionarea resurselor comerciale și operaționale și estimarea necesarului de capital de lucru, constituind un indicator de bază în gestionarea sezonității și a fluxurilor comerciale.

(iii) Venituri medii per produs turistic (rezervare)

Indicatorul „Venituri medii per produs turistic (rezervare)” reflectă valoarea medie generată de fiecare tranzacție realizată și este relevant pentru evaluarea performanței comerciale la nivel de comandă, nu doar la nivel de persoană deservită. Venitul mediu per produs evidențiază structura rezervărilor și comportamentul de achiziție (rezervări individuale, rezervări de familie sau grup, pachete complete vs. servicii modulare).

În industria turismului, acest indicator este esențial pentru analiza mix-ului de produse, a gradului de integrare a serviciilor suplimentare în fluxul de vânzare și a capacității de a crește valoarea coșului mediu. Evoluția sa este influențată de structura portofoliului (ponderea pachetelor charter față de circuite, produse exotice sau premium), de nivelul de atașare a serviciilor auxiliare (asigurări, selecție loc în avion, bagaje suplimentare, upgrade-uri, excursii opționale), precum și de dinamica tarifelor în principalele destinații.

În perioada 2023-2025, veniturile medii per produs turistic (rezervare) au fost de aproximativ 1.282,42 EUR în 2023, 1.326,69 EUR în 2024 și 1.438,66 EUR în 2025, dinamica reflectând atât creșterea valorii medii a comenzilor, cât și maturizarea canalelor digitale și integrarea mecanismelor de personalizare și



monetizare suplimentară. Costul mediu de achiziție a clientului (CAC) pentru Christian Tour este estimat la aproximativ 42 EUR, în contextul structurii actuale a canalelor de distribuție.

Pentru un model de business care combină produse de volum cu segmente cu valoare adăugată mai ridicată, acest indicator este esențial în evaluarea sustenabilității financiare, a eficienței politicilor comerciale și a capacității de a crește marja fără a depinde exclusiv de majorarea volumelor.

(iv) Structura veniturilor pe linii de business (vânzări la data rezervării)

Veniturile Emitentului sunt generate dintr-un portofoliu diversificat de produse și servicii turistice, structurate pe liniile de business descrise mai sus, fiecare având un rol distinct în generarea de volum, marjă și stabilitate a activității pe parcursul anului. Structura veniturilor reflectă modelul operațional integrat al Emitentului, precum și strategia de combinare a produselor de turism extern organizat, care generează volume ridicate, cu segmente complementare orientate către diversificare, reducerea sezonality și creșterea gradului de recurență a clienților.

Vânzările la data rezervării reprezintă valoarea totală a serviciilor turistice vândute de Companie într-un anumit exercițiu financiar, independent de momentul prestării efective a serviciilor și fără a ține cont de ajustările necesare pentru recunoașterea veniturilor conform Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS). Acest indicator este utilizat de management (CODM) pentru evaluarea performanței comerciale și a volumului de activitate.

Tabelul de mai jos prezintă structura vânzărilor la data rezervării pe principalele linii de business pentru exercițiile financiare 2023-2025:

Linie de business	2023(%)	2024(%)	2025(%)
Pachete	66,59%	62,66%	64,90%
Grupuri și experiențe	19,84%	18,15%	19,10%
Zboruri și Cazări	11,71%	16,92%	13,01%
Alte segmente	1,86%	2,27%	2,99%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Sursa: Calcul Emitent pe baza Situațiilor Financiare Auditate

Metoda de recunoaștere a veniturilor la nivelul Emitentului este prezentată în cadrul secțiunii privind principalele rezultate financiare ale Emitentului, aferente perioadei 2023-2025.

structura organizațională Christian Tour



STRUCTURA SOCIETĂȚII

SEZONALITATE ȘI GESTIONAREA RISCURILOR DE SEZONALITATE

Industria turismului este caracterizată printr-o sezonalitate structurală pronunțată, cu vârf de activitate în sezonul estival și niveluri mai reduse de cerere în trimestrele I și IV. Riscurile asociate sezonității activității Emitentului, inclusiv impactul potențial asupra veniturilor, marjelor și fluxurilor de numerar, sunt prezentate în detaliu în secțiunea „Factori de risc” din cadrul prezentului Prospect.

Emitentul gestionează acest profil sezonier prin diversificarea portofoliului de produse și prin dezvoltarea unor segmente care contribuie la extinderea sezonului turistic, însă descrierea detaliată a riscurilor și a potențialelor sale efecte este inclusă în secțiunea menționată anterior.

DEPENDENȚE SEMNIFICATIVE ȘI GESTIONAREA ACESTORA

Activitatea Emitentului implică o serie de dependențe operaționale specifice industriei turismului, în principal în ceea ce privește transportul aerian, serviciile de cazare, serviciile la destinație și infrastructura tehnologică. Aceste dependențe sunt gestionate prin diversificarea parteneriatelor, contractare mixtă și integrarea unor componente critice în ecosistemul propriu.

Pe segmentul transportului aerian, Emitentul depinde de capacitatea operată de companii aeriene partener pentru acoperirea destinațiilor și a plecărilor regionale. Riscul este diminuat prin colaborarea cu mai mulți operatori și prin utilizarea atât a zborurilor charter, cât și a curselor regulate, în funcție de structurarea programelor și de cerere.

În ceea ce privește serviciile la destinație și componenta de cazare, dependența față de furnizori individuali este dispersată printr-un mix de contractare: angajamente ferme și garanții de preț în destinațiile cu volum ridicat, mecanisme flexibile sau contractare la cerere pentru adaptabilitate, precum



și acces la inventar agregat prin furnizori internaționali integrați tehnologic. În piețele cheie, existența unor structuri proprii sau relații consolidate cu parteneri locali contribuie la reducerea riscului operațional.

Pe zona tehnologică, Emitentul utilizează o infrastructură dezvoltată intern, ceea ce reduce dependența de furnizori externi pentru sistemele critice de rezervare și operare, dar implică responsabilitate internă în ceea ce privește continuitatea, dezvoltarea și securitatea platformelor. În același timp, pentru emiterea biletelor de avion și conectivitatea cu companiile aeriene, sunt utilizate sisteme globale standard din industrie, specifice acestui domeniu.

Per ansamblu, modelul operațional este construit astfel încât să limiteze concentrarea riscurilor într-un singur partener sau furnizor și să permită adaptarea rapidă în funcție de condițiile de piață.

REPUTAȚIE, RECUNOAȘTERI ȘI CONFORMITATE

De-a lungul timpului, Emitentul a obținut recunoașteri relevante, dintre care cele mai importante sunt:

- (i) Deloitte Best Managed Companies 2025 (certificare Best Managed Company, anunțată la gala Deloitte din februarie 2025, în cadrul unui grup restrâns de companii antreprenoriale românești premiate);
- (ii) World Travel Awards 2025 - „Romania’s Leading Online Travel Agency 2025”, cu un titlu similar obținut și în anul 2021;
- (iii) BVB Arena 2025 - includerea printre finaliștii programului (ediția a VIII-a) și premierea în cadrul galei din septembrie 2025;
- (iv) premii și poziționări în topuri de profil pentru anul 2024 (locuri fruntașe în clasamente bazate pe cifra de afaceri și profitabilitate la categoria tour-operatorilor);
- (v) Premiul de Excelență Bursa 2023 pentru calitatea serviciilor;
- (vi) recunoașteri ANAT (Asociația Națională a Agențiilor de Turism) pentru segmentul charter (menționat ca „Cel mai bun tour-operator charter” pentru 2022 și 2023);
- (vii) Top Employer Romania 2023;
- (viii) recunoașteri anterioare (World Travel Awards 2021; premii de industrie 2021-2022; People’s Choice - Go Global Awards 2022; premiu de excelență pentru 25 de ani de activitate în 2022).



STRATEGIE

Strategia Emitentului pentru perioada 2026-2028 este orientată către dezvoltarea sustenabilă a activității, consolidarea poziției de lider pe piața din România și îmbunătățirea profitabilității pe termen mediu și lung, într-un context specific industriei turistice caracterizat de sezonalitate, volatilitate a cererii, presiune competitivă și expunere la factori externi (inclusiv riscuri geopolitice, variații de costuri și disponibilitate de transport și capacitate hotelieră). Direcția strategică urmărește combinarea avantajelor unui model de tour-operare orientat către volum (capacitate, negociere, produse de masă și distribuție națională) cu avantajele unui model digital (acces direct la client, scalare, eficiență comercială, personalizare și automatizare), în paralel cu diversificarea controlată a portofoliului și a liniilor de activitate, astfel încât performanța să fie mai puțin dependentă de un singur sezon, o singură destinație sau un singur canal de vânzare.

În această arhitectură, Emitentul urmărește accelerarea tranziției către un model de tip Online Travel Agency pe baza infrastructurii tehnologice dezvoltate intern, lansarea și scalarea unor inițiative digitale dedicate (inclusiv brandul Abuela.ro și programul Travel Prime), dezvoltarea controlată a activității de inbound și a pieței domestice, precum și consolidarea segmentului corporate prin achiziții și parteneriate care generează baze de clienți recurente. În ansamblu, toate aceste inițiative au rolul de a susține migrarea progresivă a Emitentului către profilul unei companii de tehnologie cu platformă proprie și produse digitale scalabile, în care avantajul competitiv este generat tot mai mult de controlul asupra inventarului, datelor, fluxurilor operaționale și relației directe cu clientul.

Listarea și rolul finanțării în accelerarea strategiei

Emitentul are în vedere listarea pe piața reglementată a Bursei de Valori București, ca etapă de dezvoltare care să sprijine implementarea planurilor multianuale și să consolideze poziționarea ca platformă integrată de servicii turistice, cu componentă tehnologică semnificativă. În funcție de structura tranzacției, Emitentul are în vedere utilizarea fondurilor în trei direcții principale: accelerarea investițiilor în tehnologie și digitalizare, finanțarea unor achiziții în România și în regiune, precum și susținerea

capitalului de lucru necesar extinderii capacității operaționale și optimizării marjelor, în special în segmentele în care este necesară contractarea anticipată a capacităților (transport și hoteluri).

Pilonii strategici și inițiativele cheie

1. Online Travel Agency și dezvoltare tehnologică (infrastructură digitală integrată, scalare online și tranziția către o companie de tehnologie) și migrarea către piețele din regiune

Un pilon central al strategiei îl reprezintă dezvoltarea capacităților digitale și tranziția către un model în care o pondere în creștere a vânzărilor este realizată prin canalele online proprii, cu integrarea treptată a produselor și a serviciilor individuale într-o logică de tip Online Travel Agency. Emitentul urmărește dezvoltarea și extinderea infrastructurii digitale (platforme, integrări, automatizări) pentru publicarea, comercializarea și administrarea ofertelor într-un format scalabil, cu timpi operaționali reduși și capacitatea de a implementa rapid modificări comerciale (ajustări de preț, alocări de capacitate, campanii promoționale, oferte de ultim moment).

Emitentul a investit în dezvoltarea unei infrastructuri tehnologice proprii, concepută pentru a integra într-un flux unitar procesele de rezervare, operare, plăți, control al capacităților, relația cu clienții și raportarea, atât pentru canalele directe către consumatorul final (B2C), cât și pentru partenerii de distribuție (B2B). Nucleul acestei infrastructuri este reprezentat de motorul central de rezervări și pachetare dinamică (Sphinx), care centralizează inventarul, aplică regulile comerciale și permite configurarea produselor atât în format standardizat (charter, circuite), cât și în format flexibil (servicii individuale și pachete configurate dinamic).

Arhitectura tehnologică este concepută pentru a integra într-un flux unitar inventarul de transport aerian și cazare. Componenta aeriană este alimentată prin sisteme globale de distribuție (GDS), prin standarde moderne de distribuție directă ale operatorilor aerieni (inclusiv conexiuni de tip NDC), precum și prin integrări dedicate pentru zona low-cost, permițând acces la o gamă extinsă de zboruri și tarife. Componenta de cazare este susținută prin conexiuni informatice standardizate cu furnizori hotelieri și agregatori internaționali, care permit actualizarea automată a disponibilităților și tarifelor, precum și prin conectarea inventarului direct contractat. Această arhitectură permite distribuția în timp real a produselor, combinarea flexibilă a serviciilor de transport și cazare într-un singur produs comercial și dezvoltarea de pachete configurate dinamic, adaptate preferințelor clientului în ceea ce privește destinația, perioada și durata sejurului.

Platforma principală (christiantour.ro) este dezvoltată ca infrastructură digitală scalabilă, capabilă să gestioneze atât conținut informativ, cât și oferte și prețuri dinamice, printr-un sistem flexibil de configurare și administrare a paginilor (constructor de pagini). În paralel, Emitentul urmărește dezvoltarea capacităților de pachete flexibile și servicii individuale, astfel încât oferta să fie adaptată mai ușor cererii și comportamentului de cumpărare. Strategia digitală urmărește reducerea dependenței de canale terțe și creșterea ponderii vânzărilor directe, îmbunătățind experiența clientului prin procese digitale (căutare, rezervare, plăți și suport post-vânzare). Acest proces este susținut de investiții planificate alocate dezvoltării platformelor de tip Online Travel Agency și integrării inteligenței artificiale, iar în paralel strategia include un buget anual de marketing direcționat în proporție de peste 75% către canalele online, pentru susținerea creșterii B2C și a vânzărilor directe.

La nivelul componentei digitale, direcția de dezvoltare 2026-2028 este structurată și printr-un calendar multianual cu repere clare. În 2026, Emitentul urmărește lansarea și consolidarea componentelor de tip Online Travel Agency și a serviciilor individuale (inclusiv emiteri bilete de avion) ca extensie naturală a infrastructurii existente. În 2027, Emitentul urmărește punerea în funcțiune a aplicației mobile Christian Tour ca instrument central pentru relația cu clientul și pentru administrarea călătoriei (rezervări, plăți, notificări și servicii auxiliare). În 2028, Emitentul urmărește consolidarea utilizării inteligenței artificiale și a analizelor avansate de date pentru personalizarea ofertelor la nivel de utilizator, recomandări automatizate și implementarea prețurilor dinamice, cu obiectiv de creștere a conversiei, retenției și îmbunătățire a marjelor prin optimizarea ofertelor și a capacității.

Astfel, infrastructura digitală și automatizarea fluxurilor nu sunt tratate doar ca un canal de vânzare, ci ca elementul care permite creșterea eficienței operaționale, un control mai bun al inventarului, o gestionare mai rapidă a modificărilor de program și reducerea eventualelor dificultăți în livrarea serviciilor. Prin cumularea acestor inițiative, Emitentul urmărește o migrare progresivă de la profilul unui tour-operator tradițional către profilul unei companii de tehnologie cu platformă proprie, în care avantajul competitiv este generat tot mai mult de controlul asupra datelor, inventarului, experienței digitale și eficienței operaționale.

În paralel cu transformarea digitală, Emitentul urmărește menținerea și optimizarea modelului său de tour-operare orientat către volum, utilizând infrastructura tehnologică pentru planificarea și controlul capacităților. Pentru perioada 2026-2028, destinațiile prioritare pentru activitatea charter rămân Turcia (Antalya), Grecia (Creta) și Egipt (Hurghada și Sharm el Sheikh), acestea fiind destinațiile cu volum ridicat și rulaj semnificativ în portofoliul Emitentului. Strategia include întărirea cadrului de parteneriate și a mecanismelor de contractare în aceste destinații, cu repere precum un parteneriat nou în Antalya cu Akdem International (începând cu 2026, incluzând elemente de exclusivitate și garanții financiare extinse), precum și extinderea parteneriatelor în Egipt (începând cu 2026, cu operatori precum Planet Tours, Spring Tours, Sylvia Tours și Sultana Tours). În completarea destinațiilor de volum, sunt avute în vedere parteneriate suplimentare, inclusiv cu Blue Waves pentru Zakynthos și Ace Travel pentru Corfu, începând cu 2026.

Optimizarea activității charter este abordată ca un proces integrat care include un management activ al mix-ului contractual dintre angajamente ferme (garanții de volum și disponibilitate) și contracte cu flexibilitate mai ridicată (la cerere), în funcție de destinație, sezon, hotel și profilul cererii, astfel încât să fie echilibrate predictibilitatea și costurile cu riscul de neutilizare a capacităților contractate. În această abordare, sunt utilizate mecanisme de campanii de rezervări anticipate și prețuri dinamice pentru maximizarea gradului de ocupare, iar în cazul deteriorării condițiilor de piață sau al apariției unor riscuri externe, Emitentul urmărește capacitatea de reconfigurare operativă a portofoliului și a capacităților. Pentru destinațiile de masă, Emitentul utilizează contracte cu disponibilitate asigurată și condiții comerciale negociate prin volume, inclusiv garanții financiare în anumite situații; un exemplu relevant de reper pentru 2026 îl reprezintă o garanție de 1 milion EUR pentru Miracle Resort în Antalya.

2. Abuela.ro și Travel Prime - accelerarea serviciilor individuale, fidelizare și creșterea valorii clientului în ecosistem

În cadrul tranziției către modelul digital, Emitentul are în vedere dezvoltarea și operarea unui brand digital distinct, Abuela.ro, orientat în principal către servicii individuale, în special bilete de avion, cu posibilitatea extinderii către cazare și servicii adiționale. Lansarea platformei este planificată pentru 2026, iar marca este deja reflectată ca activ necorporal în patrimoniul societății la finalul anului 2025. În faza inițială, Abuela.ro urmărește comercializarea de servicii modulare (bilete de avion și cazări independente), adresând clienții care preferă flexibilitate și organizare individuală a călătoriei, folosind infrastructura comună a grupului, în special motorul Sphinx. ChristianTour.ro rămâne portalul principal axat pe pachete complete (charter, circuite) și marketplace de vacanțe, în timp ce Abuela.ro va fi poziționat ca brand digital specializat, cu interfață simplificată pentru achiziții rapide de tip „zbor” sau „hotel”.

Rolul strategic al Abuela.ro include, pe lângă extinderea pe servicii individuale, și reducerea dependenței de platforme terțe de tip agenții online sau platforme de comparare a ofertelor, prin atragerea directă a segmentelor de clienți mai autonome și prin captarea cererii pentru servicii individuale. Pe lângă acest obiectiv, platforma urmărește creșterea valorii coșului prin integrarea serviciilor complementare (de exemplu asigurări, transferuri, experiențe locale), într-un ecosistem unificat, ceea ce permite atât monetizarea serviciilor auxiliare, cât și creșterea retenției în platformele proprii. Platforma Abuela ca site de vânzări pentru OTA poate fi scalată și implementată pe alte piețe.

În completarea strategiei de atragere a cererii digitale, Emitentul urmărește scalarea programului de abonament Travel Prime, conceput ca mecanism de fidelizare și retenție, cu efect direct în creșterea valorii pe termen lung a clientului. Programul este structurat ca abonament anual (aproximativ 79 EUR/an), aplicabil titularului și unui grup de până la patru persoane pe aceeași rezervare, și este proiectat să stimuleze atât frecvența de achiziție, cât și migrarea clienților către canalele directe ale Emitentului. Travel Prime este poziționat ca primul abonament de acest tip din piața locală de travel.

Beneficiile Travel Prime includ avantaje financiare imediate (inclusiv reducere de 100 EUR la prima rezervare și acces la tarife preferențiale cu discounturi suplimentare care pot ajunge până la 50%), acces prioritar la campanii cu stoc limitat printr-o fereastră de 24 de ore („Prime Shock”) și componente de flexibilitate și suport dedicat (linie separată în call center, inclusiv asistență 24/7, precum și includerea la prima rezervare a unor servicii de protecție de tip Advantage Flex și Cost Protect, alături de notificări automate și ghiduri digitale). În roadmap-ul digital, Emitentul urmărește integrarea completă a Travel Prime în experiența din aplicația mobilă în 2027, astfel încât beneficiile să fie accesate fluent în procesul de căutare, rezervare, plată și post-vânzare.

Ca reper de piață pentru programe de abonament dezvoltate de agenții online europene, exemple publice indică posibilitatea scalării către baze de membri de ordinul milioane și îmbunătățirea marjelor pe măsură ce baza de membri se maturizează. Într-un exemplu relevant (eDreams ODIGEO), baza de membri Prime a evoluat de la aproximativ 2 milioane (2021) la aproximativ 7,3 milioane (2025), iar

raportul valoare pe durata de viață a clientului / cost de achiziție (LTV/CAC) a fost comunicat într-un interval orientativ de 2x–3x (respectiv valoarea pe durata de viață a clientului este estimată la aproximativ de 2 până la 3 ori costul de achiziție al acestuia). În strategia Emitentului, această logică este urmărită prin conectarea programului de abonament cu oferta digitală, cu serviciile auxiliare din ecosistem și cu mecanismele de personalizare și prețuri dinamice planificate în etapa 2027–2028.

3. Dezvoltarea turismului de tip inbound și consolidarea pieței domestice

Emitentul urmărește extinderea și consolidarea liniilor de activitate complementare segmentului de agrement de masă, cu accent pe dezvoltarea controlată a turismului de tip inbound și pe creșterea relevanței pieței domestice, ca instrumente de diversificare și reducere a sezonității. Activitatea de inbound în România este în prezent o componentă de dimensiuni reduse, însă reprezintă o capacitate operațională distinctă pentru furnizarea și gestionarea serviciilor locale necesare desfășurării sejurului pentru turiștii care sosesc într-o destinație. În această logică, Emitentul urmărește creșterea graduală a turismului de tip inbound, prin valorificarea capacităților de tip DMC (Destination Management Company) deja existente și prin integrarea acestora într-un model scalabil, conectat la distribuția proprie și la parteneriatele comerciale relevante.

Pe piața domestică, Emitentul tratează turismul intern ca bazin structural de cerere și ca element de echilibrare a sezonității. Conform estimărilor utilizate intern de management, dimensiunea pieței de turism intern este de ordinul a aproximativ 8-9 milioane de călătorii/turiști anual (reper de potențial), iar strategia vizează creșterea capacității Emitentului de a capta acest volum printr-o ofertă mai largă de cazare și servicii locale, distribuite multicanal și susținute de infrastructura digitală proprie.

Un element cheie al acestui pilon îl reprezintă extinderea contractării directe cu unități de cazare și întărirea controlului asupra inventarului hotelier disponibil în ecosistem. În acest sens, Emitentul are în vedere efectuarea unor achiziții strategice, cu rolul de a accelera conectarea și integrarea unui număr semnificativ de hoteluri în platformele proprii. Această inițiativă urmărește creșterea acoperirii și a disponibilității în timp real, îmbunătățirea condițiilor comerciale prin relații directe și continuitate, precum și susținerea dezvoltării produselor flexibile (inclusiv pachete dinamice și servicii individuale), reducând în același timp dependența de furnizori en-gros în anumite segmente.

Emitentul a inițiat, de asemenea, dezvoltarea platformei HelloRomania.ro într-un model de tip OTA dedicat turismului intern, prin valorificarea infrastructurii tehnologice deja existente și a bazei de unități de cazare conectate. În noua configurație, platforma va integra nu doar servicii de cazare, ci și componente de transport (inclusiv zboruri interne) și posibilitatea de creare a pachetelor dinamice, adresând cererea pentru produse flexibile în piața domestică. Această inițiativă contribuie la creșterea gradului de captare a cererii interne în ecosistemul propriu, la reducerea dependenței de intermediari și la extinderea capacității de monetizare prin servicii individuale și complementare.

Capabilitățile de tip DMC includ transferuri (aeroport–hotel–aeroport), asistență turistică locală, coordonarea unui corp de ghizi (peste 100 de specialiști la nivel de grup), organizarea de excursii opționale și managementul contractelor cu hotelierii și alocarea capacităților. Monetizarea este realizată, la nivel general, prin marje comerciale aplicate serviciilor complementare (excursii locale, transferuri private, asigurări), prin integrare verticală și control al costurilor, precum și prin valorificarea accesului la tarife negociate preferențial în baza volumelor și a contractării directe. Această structură permite controlul calității serviciilor pe lanțul complet, de la rezervare până la asistența în timpul călătoriei, și creează premisele dezvoltării inbound-ului ca linie cu relevanță economică mai ridicată în structura veniturilor.

4. M&A – consolidarea bazei de clienți prin achiziții, cu accent pe segmentul corporate și rețele internaționale de recomandare și afiliere

Extinderea regională și consolidarea prin achiziții reprezintă un pilon strategic pentru perioada 2026-2028, având ca obiectiv accelerarea creșterii post-listare și utilizarea capitalului atras pentru consolidare și extindere. Direcția strategică urmărește replicarea modelului operațional și digital în piețe apropiate și integrarea unor companii complementare, cu focus pe România și pe proximitatea geografică (Balcani și Europa Centrală și de Est), în special în segmente care aduc recurență și baze de clienți stabile.

Tipologia companiilor-țintă include în principal jucători specializați în managementul călătoriilor de afaceri (TMC) și agenții tradiționale de retail cu baze solide de clienți, care pot fi scalate prin platforma digitală și prin utilizarea infrastructurii de operare a grupului. Emitentul urmărește companii care, prin integrare, să contribuie la o cifră de afaceri cumulată de aproximativ 100 milioane EUR, cu accent pe achiziții care completează capacitățile existente și cresc capacitatea de distribuție și retenție.

În segmentul corporate, Emitentul are în vedere achiziția unui jucător relevant ca dimensiune, achiziție tratată ca mecanism de accelerare a bazei de clienți și de creștere a recurenței într-o linie mai puțin sezonieră decât segmentul de agrement. Integrarea unei astfel de entități urmărește să aducă simultan volum, portofoliu de contracte active, capacități operaționale și posibilitatea de a scala vânzarea și livrarea prin infrastructura digitală a grupului, cu efect direct asupra eficienței comerciale și stabilității veniturilor.

În completare, Emitentul are în vedere obținerea unei licențe internaționale care să permită integrarea într-o rețea globală de parteneriate și recomandări, cu scopul extinderii accesului la clienți corporate, inclusiv organizații cu operațiuni regionale sau internaționale. Prin această afiliere, Emitentul ar putea beneficia de fluxuri de clienți generate în cadrul rețelei, în baza unor mecanisme reciproce de recomandare și colaborare transfrontalieră. Acest instrument ar completa creșterea organică și strategia de achiziții, accelerând penetrarea în segmentul corporate și facilitând atragerea de clienți noi, în condiții potențial mai eficiente din perspectiva costului de achiziție, prin valorificarea unei infrastructuri de tip rețea.

Strategia potențialelor tranzacții include dezvoltarea accelerată a segmentului de corporate (ca linie cu potențial de valoare adăugată și recurență), accesul la piețe externe prin replicarea modelului de succes în piețe vecine, integrarea operațională pentru deservirea portofoliilor noi de clienți cu resursele existente ale grupului și consolidarea rețelei comerciale.

INFORMAȚII PRIVIND TENDINȚELE

În intervalul cuprins între data de 31 decembrie 2025 și data întocmirii prezentului Prospect, cu excepția impactului generat de conflictul din Orientul Mijlociu, Emitentul nu a identificat tendințe sau evenimente care să fi determinat modificări semnificative ale producției/operării, vânzărilor, costurilor sau prețurilor de vânzare, peste sezonabilitatea uzuală specifică industriei turismului. În același interval, Emitentul nu a înregistrat modificări semnificative ale performanței financiare față de ultimul exercițiu financiar pentru care au fost publicate informații financiare, altele decât cele care decurg din dinamica normală a activității curente.

Conflictul din Orientul Mijlociu, care include confruntări armate între Israel și grupări palestiniene, precum și tensiuni regionale implicând Iran și alte state sau grupări din regiune are, în general, un impact direct asupra industriei turismului, cu toate acestea, influența asupra activității Emitentului în perioada analizată a fost limitată, având în vedere caracterul sezonier al acestor destinații, care generează aproximativ 3,5% din venituri, cu volume concentrate în perioada decembrie–martie. Impactul indirect a fost asociat în principal creșterii prețurilor combustibililor, fiind gestionat prin ajustări de preț, produse de protecție a costurilor și alte măsuri deja utilizate cu succes în perioade anterioare de volatilitate.

Pentru exercițiul financiar în curs (1 ianuarie 2026 - 31 decembrie 2026), Emitentul anticipează însă că anumite inițiative strategice aflate în derulare pot avea un impact semnificativ asupra evoluției operaționale și, implicit, asupra performanței financiare, în principal prin lansarea programului de abonament Travel Prime și dezvoltarea brandului digital Abuela.ro. Impactul potențial este determinat de modificarea mixului de canale și produse, de creșterea ponderii serviciilor individuale și a tranzacțiilor digitale, precum și de posibile efecte asupra valorii medii per rezervare și asupra eficienței comerciale (inclusiv prin mecanisme de fidelizare, recurență și monetizarea serviciilor auxiliare). În acest context, există o probabilitate rezonabilă ca aceste inițiative să influențeze semnificativ perspectivele Emitentului pe parcursul exercițiului financiar 2026, în funcție de ritmul de adopție în piață și de nivelul de investiții asociate dezvoltării și promovării acestor componente.

INVESTIȚII

În perioada acoperită de informațiile financiare istorice, investițiile semnificative ale Emitentului au vizat consolidarea infrastructurii operaționale (în special componenta de transport rutier), extinderea și optimizarea rețelei de distribuție (agenții și sedii), precum și dezvoltarea și întărirea platformelor digitale utilizate pentru vânzare și operare. Investițiile au fost realizate preponderent pe teritoriul României, inclusiv în București, precum și la nivel național prin investiții în rețeaua de agenții.

Pentru exercițiul financiar 2025, Emitentul a realizat investiții pentru consolidarea infrastructurii operaționale prin achiziția unei flote formate din autocare și autoturisme, în valoare de aproximativ 15 milioane lei. În completare, a fost achiziționat un teren și un spațiu aflat în curs de amenajare, în vederea înființării unei autogări (îmbarcare/debarcare), cu funcție suplimentară de parc auto, în zona Splaiul Unirii, investiție estimată la aproximativ 2,4 milioane lei. Tot în 2025, Emitentul a investit într-o platformă dedicată optimizării locurilor libere în autocare (aproximativ 1 milion lei), a realizat investiții aferente unor sedii noi (aproximativ 0,6 milioane lei) și a continuat dezvoltarea platformelor digitale (aproximativ 1 milion lei).

Pentru exercițiul financiar 2024, investițiile semnificative au inclus extinderea rețelei de distribuție, printr-o tranzacție estimată la aproximativ 10 milioane lei (tranzacție închisă în 2024, cu finalizare a transferului contabil în 2025). În același exercițiu, au fost realizate investiții în platforme digitale, în valoare de aproximativ 5 milioane lei, precum și investiții în sedii noi, estimate la aproximativ 3,4 milioane lei, în linie cu obiectivul de consolidare a infrastructurii comerciale și operaționale.

Pentru exercițiul financiar 2023, investițiile au fost orientate către dezvoltarea infrastructurii digitale (platforme digitale în valoare de aproximativ 217 mii lei) și către rețeaua de distribuție, prin investiții cumulate de aproximativ 1,9 milioane lei în aproximativ 20 de agenții, având ca obiectiv modernizarea și extinderea capacității comerciale.

La data prospectului, Emitentul nu este angajat în alte investiții semnificative în derulare sau pentru care au fost asumate angajamente ferme suplimentare.

ESTIMĂRI ȘI ALȚI INDICATORI UTILIZAȚI

Prezentul Prospect nu include nicio estimare, respectiv previziune privind profitul în sensul art. 1 literele (c) și (d) din Regulamentul Delegat 980/2019 și Emitentul nu a publicat anterior nicio astfel de estimare sau previziune, nefiind astfel aplicabile prevederile secțiunii 11 din Anexa 1 la Regulamentul Delegat 980/2019.

MARKETING ȘI VÂNZARI

Activitățile de marketing și comunicare ale Companiei sunt coordonate central, printr-un departament dedicat, care colaborează îndeaproape cu echipele comerciale, operaționale și de vânzări. Responsabilitatea pentru definirea direcțiilor de marketing, planificarea campaniilor și coordonarea canalelor de comunicare revine managementului executiv, în cadrul structurii organizaționale a Companiei, cu obiectivul de a asigura coerență de mesaj și aliniere la prioritățile comerciale.

Planurile de marketing și bugetele aferente sunt stabilite anual și aprobate la nivel de conducere, în conformitate cu politicile interne de bugetare și control financiar. Pe parcursul anului, campaniile pot fi ajustate în funcție de sezonabilitate, răspunsul pieței și indicatorii de performanță monitorizați, astfel încât alocarea resurselor să rămână corelată cu dinamica cererii și cu obiectivele comerciale ale fiecărui sezon.

Strategia de marketing este orientată către susținerea obiectivelor comerciale generale și către consolidarea poziționării brandului pe piața turismului organizat, marketingul având rol de instrument de sprijin pentru vânzări. În acest cadru, activitățile sunt focalizate pe susținerea vânzărilor pe segmentul B2C (în special pentru pachetele de turism extern organizat), creșterea vizibilității brandului Christian Tour și a încrederii clienților, promovarea destinațiilor și produselor cheie în funcție de sezonabilitate, susținerea canalelor digitale și a conversiei online, precum și menținerea relației cu baza de clienți existenți și stimularea recurenței, acolo unde este aplicabil. Strategia nu urmărește exclusiv atragerea de clienți noi, ci și maximizarea eficienței investițiilor comerciale și a valorii generate per client, printr-un mix între inițiative de brand și activități orientate către performanță.

Compania utilizează un mix de canale de marketing adaptat tipului de produs și canalului de distribuție (B2C vs. B2B), cu o pondere importantă a canalelor digitale. În mod uzual, comunicarea și promovarea includ campanii online cu obiective de trafic și conversie, activități de social media pentru informare, promovarea produselor și interacțiunea cu publicul, precum și comunicări recurente către baza de clienți prin email marketing și newslettere, în funcție de sezonabilitate și de portofoliul prioritarizat.

Marketingul este corelat cu activitatea call-center-ului și a rețelei de agenții, prin materiale de suport, oferte promoționale și campanii sezoniere, astfel încât mesajele comunicate să fie consistente pe toate canalele. În completarea canalelor digitale, Compania utilizează, în funcție de obiective și de calendarul comercial, activități de relații publice, prezență media și campanii offline selective. Pentru segmentul B2B, comunicarea este adaptată și realizată prin canale dedicate partenerilor, incluzând informări comerciale, materiale de suport și participări la road-show-uri, cu rol în menținerea relației comerciale și în susținerea distribuției prin revânzători.

În perioada 2024–2025, Compania a derulat campanii axate pe destinațiile de masă în sezonul de vârf, pe mecanisme comerciale de tip early booking, pe promovarea produselor sezoniere și tematice, precum și pe susținerea vânzărilor în perioadele cheie de decizie. Campaniile sunt planificate, de regulă, pe intervale limitate de timp și sunt calibrate în funcție de performanța indicatorilor monitorizați, cu posibilitatea de optimizare pe parcursul derulării.

Performanța activităților de marketing este monitorizată prin indicatori relevanți pentru modelul de business, care pot include indicatori de trafic și conversie în canalele digitale, numărul de rezervări

generate, valoarea medie a rezervării, precum și feedback-ul clienților și indicatori de satisfacție. Raportarea este realizată periodic, iar rezultatele sunt utilizate atât pentru ajustarea campaniilor, cât și pentru optimizarea alocărilor bugetare. În practică, marketingul este integrat cu activitatea de vânzări prin alinierea mesajelor comerciale, utilizarea feedback-ului din agenții și din call-center și adaptarea ofertelor în funcție de cererea observată, cu obiectivul de a îmbunătăți eficiența comercială și experiența clientului.

Compania beneficiază de recunoaștere în piață, reflectată prin prezență în topuri și premii de industrie acordate de organizații de profil și platforme de specialitate, iar detalierea acestora este prezentată în secțiunile dedicate ale prospectului. Totodată, Compania poate derula punctual inițiative cu caracter social sau de responsabilitate corporativă, în funcție de context și de resursele disponibile.

În completarea campaniilor recurente, Emitentul dezvoltă proiecte speciale de marketing cu impact ridicat în social media, bazate pe conținut video și pe prezentarea experienței la destinație, utilizând persoane publice, creatori de conținut și, în anumite situații, resurse interne. Rațiunea acestor inițiative este de a crește relevanța produsului prin demonstrație și prin „dovadă socială”, accentul fiind pus pe elementele diferențiatore ale destinației (specific local, experiențe culinare, activități), care influențează decizia de cumpărare și pot genera un atașament mai puternic față de brand (cum a fost aplicat, de exemplu, în produsul „Laponia, Țara lui Moș Crăciun”, prin conținut livrat live de la destinație de către influenceri contractați, completat de materiale generate la fața locului și distribuite în canalele digitale ale brandului).

În aceeași logică, Emitentul utilizează și dezvoltă un model de „ghizi-creatori de conținut”, în care ghizii și însoțitorii pot avea, complementar rolului operațional, o contribuție la comunicarea experienței prin materiale video și relatări din destinație, transmise către echipa centrală și integrate în comunicarea comercială. Acest mecanism urmărește atât autenticitatea conținutului, cât și eficientizarea costurilor și accelerarea ritmului de publicare, prin valorificarea prezenței în teren și a expertizei locale; totodată, facilitează o „vizibilitate din culise” asupra produsului turistic, care poate crește încrederea și interesul publicului (cum a fost aplicat în inițiativele de tip „ghizi influenceri”, care au susținut accesarea virtuală a destinațiilor și au contribuit la o schimbare graduală a comportamentului de cumpărare, cu un accent mai puternic pe experiențele de la destinație și pe validările din conținutul video, în detrimentul unei decizii centrate exclusiv pe cazare sau pe serviciile de bază).

ACTIVITĂȚI DESFĂȘURATE ÎN ASOCIERE CU ALTE ÎNTREPRINDERI

Nu este cazul.

ASIGURARE

Emitentul deține o poliță de asigurare pentru riscul de insolvabilitate, emisă de Omniasig VIG, cu numărul 59100, valabilă pentru perioada 06.12.2025 - 05.12.2026, în valoare de 1 milion de euro. Această asigurare este încheiată în conformitate cu prevederile legislației aplicabile agențiilor de turism organizatoare și are rolul de a proteja clienții Emitentului în situația apariției unui eveniment de insolvență. Polița acoperă obligațiile Emitentului față de turiști, inclusiv costurile aferente rambursării sumelor achitate și, după caz, repatrierii acestora, contribuind astfel la asigurarea unui nivel adecvat de protecție a consumatorilor și la consolidarea încrederii în capacitatea Emitentului de a-și onora obligațiile contractuale.

De asemenea, în portofoliul de servicii, Emitentul are incluse produse de asigurare de călătorie (inclusiv storno), comercializate prin parteneri și/sau prin entități afiliate.

ANGAJAȚI ȘI POLITICI REFERITOARE LA ANGAJAȚI

În perioada 2023-2025, la nivelul mediei anuale a efectivului de personal, evoluția reflectă o tendință structurală de creștere:

- i. media anuală în 2023: 205 angajați;
- ii. media anuală în 2024: 205 angajați;
- iii. media anuală în 2025: 272 angajați.

Astfel, în anul 2024 față de 2023, numărul mediu anual de angajați a rămas constant, iar în anul 2025 față de 2024, numărul mediu a crescut cu aproximativ 32,7%, ceea ce indică o extindere a capacității operaționale, în special în zona funcțiunilor operaționale și de suport.

Structura personalului evidențiază o pondere majoritară a angajaților din zona operațională (incluzând activități de vânzare, suport clienți și operare turistică), completată de funcțiuni de management și agenții,



marketing și IT. Dinamica pe departamente reflectă consolidarea funcției operaționale în corelație cu creșterea volumelor (PAX) și a numărului de produse gestionate în perioada analizată.

Majoritatea angajaților din cadrul Emitentului au studii superioare. Vârsta medie a angajaților este de 35 de ani, 11% dintre angajați fiind bărbați și 89% femei.

Politica de remunerare este stabilită în conformitate cu prevederile legale. Emitentul poate acorda venituri suplimentare personalului (sub forma unor prime de merit, bonificații și/sau scheme de participare la profit), cu aprobarea conducerii executive a acestuia.

Politica de remunerare a membrilor Consiliului de Administrație și a directorilor Emitentului este definită de către Comitetul de Nominalizare și Remunerare, constituit la nivelul Consiliului de Administrație și revizuită periodic în conformitate cu prevederile Legii 24/2017.

La nivelul Emitentului nu există organizate sindicate și până în prezent nu au fost încheiate contracte colective de muncă. În cazul în care conform dispozițiilor legale încheierea de contracte colective de muncă va fi necesară/obligatorie, Emitentul va demara negocierile cu salariații.

PRINCIPALELE AUTORIZAȚII

Emitentul deține licența de turism nr. 405, emisă la data de 27.03.2026 de autoritatea competentă, care atestă dreptul acestuia de a desfășura activități de organizare și comercializare a pachetelor de servicii turistice, în conformitate cu cadrul legal aplicabil din România. Licența de turism reprezintă o condiție esențială pentru exercitarea activității de tour-operator și presupune îndeplinirea unor cerințe specifice privind capacitatea profesională, organizatorică și financiară a Emitentului, precum și respectarea obligațiilor legale în relația cu turiștii și autoritățile de reglementare. Deținerea acestei licențe confirmă conformitatea operațiunilor Emitentului cu reglementările în vigoare și permite desfășurarea activității pe întreg teritoriul României

Emitentul este membru ANAT (Asociația Națională a Agențiilor de Turism) și agent acreditat IATA nr. 69202313, cu drept de emiteră directă a biletelor de avion. În zona de calitate și mediu, Emitentul are implementate standarde interne, inclusiv alinierea la cerințele ISO 9001/2015 (managementul calității).

De asemenea, Emitentul deține licența de transport persoane emisă de Autoritatea Rutieră Română nr. 1066055, valabilă până la data de 06.11.2035.

De asemenea, Christian Tour investește constant în formarea ghizilor autorizați și a personalului (prin propria academie de turism, *Christian Tour Academy*), asigurând conformitatea serviciilor la standardele cerute de Ministerul Turismului și oferind clienților siguranță și profesionalism. În acest sens, Emitentul deține următoarele autorizații:

- Autorizație seria B nr. 00014929 pentru Formatori
- Autorizație Seria B nr. 0014928 pentru Agent turism
- Autorizația Seria B nr. 0014927 pentru Ghid național de turism (tour-operator)
- Autorizația Seria B nr. 0014253 pentru Ghid de turism



Aceste certificări tehnice și măsuri de conformitate, deși obligatorii sau uzuale în industrie, reprezintă pentru Christian Tour un factor de credibilitate pe piață și un element esențial al avantajului său competitiv.

CONTRACTE SEMNIFICATIVE

Pe durata perioadei de referință indicată în Anexa 1, secțiunea 14, punctul 20 din Regulamentul Delegat 2019/980, i.e. ultimii doi ani care preced datei acestui Prospect, Emitentul nu a încheiat contracte importante, altele decât cele încheiate în cadrul normal al activității și la care se face referire în prezentul Prospect.

PROPRIETATE INTELECTUALĂ

Emitentul deține următoarele brand-uri utilizate în activitatea sa comercială: **CHRISTIAN TOUR**, **Pellerin**, **Memento BUS by CHRISTIAN TOUR**, **Iubește! Călătorește!** și **TravelPrime**, acestea fiind integrate în portofoliul de produse și servicii turistice ale Emitentului și utilizate în cadrul strategiilor de marketing, vânzare și dezvoltare a ofertelor comerciale.

PROCEDURI JUDICIARE

La data Prospectului, Emitentul nu este parte în litigii, proceduri judiciare sau administrative care, individual sau cumulativ, să aibă sau să fie de natură să aibă un impact semnificativ asupra activității, poziției financiare, rezultatelor operaționale sau perspectivelor Emitentului. Litigiile curente în care Emitentul este parte sunt de natură obișnuită pentru domeniul de activitate în care acesta operează și nu vizează aspecte care să afecteze substanțial desfășurarea activității.

Valoarea individuală a pretențiilor formulate în cadrul litigiilor aflate în derulare se situează sub plafonul de 100 mii EUR, iar managementul Emitentului apreciază că acestea nu generează riscuri semnificative și sunt acoperite în mod adecvat prin provizioane, asigurări sau alte măsuri de gestionare a riscurilor, după caz.

ETICA ÎN AFACERI ȘI INTEGRITATE

Conducerea și angajații Emitentului trebuie să evite orice conflict de interese în legătură cu funcțiile deținute, activitățile desfășurate și propria persoană. În acest sens, conducerea și angajații Emitentului au obligația de a raporta orice conflict de interese actual sau potențial între interesele Emitentului și interesele lor personale sau ale rudelor acestora.

În ceea ce privește raportarea, Emitentul dispune de o procedură dedicată pentru raportarea, analizarea și soluționarea incidentelor de integritate, care are ca scop stabilirea cadrului de raportare a incidentelor de integritate, precum și a responsabilităților din cadrul Emitentului în vederea soluționării acestora.

Prioritatea principală a Emitentului în domeniul sănătății, securității și mediului constă în prevenirea oricăror accidente în rândul personalului și al partenerilor care își desfășoară activitatea în incinta companiei, în adoptarea unei conduite sustenabile, etice și responsabile față de mediu, precum și în respectarea tuturor cerințelor legale aplicabile. Emitentul evaluează în mod continuu riscurile privind sănătatea și securitatea în muncă, identifică aspectele de mediu semnificative și asigură instruirea continuă a angajaților în domeniul securității muncii, protecției mediului și gestionării situațiilor de urgență.

POLITICI ȘI LINII DIRECTOARE DE MEDIU, ESG ȘI RESPONSABILITATE SOCIALĂ CORPORATIVĂ („CSR”)

Emitentul urmărește integrarea principiilor ESG (Environmental, Social, Governance) în activitatea sa, atât prin politici interne (resurse umane, etică, guvernantă), cât și prin inițiative de responsabilitate socială și prin colaborarea cu parteneri și furnizori (hoteluri, transportatori, DMC).

1. Componenta de mediu (Environmental)

Conform politicilor de mediu adoptate la nivel intern, Compania urmărește: monitorizarea/estimarea amprentei de carbon, reducerea consumului de resurse prin digitalizare (ex.: documente/vouchere electronice), optimizarea transportului și a logisticii (inclusiv utilizarea de autocare moderne cu standarde de emisii), precum și promovarea unor practici sustenabile în relația cu furnizorii (ex.: criterii/solicitări de sustenabilitate pentru unități hoteliere).

În ceea ce privește transportul aerian, Emitentul are în vedere, în procesul de selecție a partenerilor, inclusiv caracteristicile tehnice și performanțele de mediu ale aeronavelor operate de companiile aeriene cu care colaborează. Spre exemplu, în România, colaborarea cu Anima Wings, care utilizează flote moderne, precum aeronave de tip Airbus A220 (considerate printre cele mai noi și eficiente din punct de vedere al consumului și al amprentei de carbon), contribuie la reducerea impactului asupra mediului, aceste aeronave având emisii de carbon cu aproximativ 25% mai reduse comparativ cu generații anterioare și un nivel de poluare fonică semnificativ diminuat (cu până la aproximativ 50%).

De asemenea, la nivel operațional intern, flota auto utilizată de echipele de vânzări este compusă din autovehicule electrice, în linie cu obiectivul de reducere a emisiilor asociate activităților curente ale Companiei.

2. Componenta socială (Social)

Politicile sociale includ: asigurarea unui mediu de lucru echitabil, nediscriminatoriu și sigur, dezvoltarea profesională a angajaților și promovarea culturii organizaționale.

La nivel de responsabilitate socială, Emitentul se implică prin inițiative dedicate, inclusiv prin fundația „Christian Hope”. Fundația operează pe mai multe direcții, incluzând:

- (i) Infrastructură (sprijinirea comunităților și a proiectelor de dezvoltare locală).
- (ii) Educație (programe de sprijin educațional, dotări, burse și inițiative pentru acces la educație).

- (iii) Mediu (proiecte de protecție a mediului și acțiuni comunitare).
- (iv) Sănătate (sprijin pentru proiecte medicale și inițiative pentru îmbunătățirea accesului la servicii).

3. Componenta de guvernanță (Governance)

În zona de guvernanță corporativă, Emitentul își asumă conformarea cu prevederile Codului de Guvernanță Corporativă al Bursei de Valori București, precum și cu toate reglementările legale și de piață aplicabile entităților listate, inclusiv cerințele relevante ale ASF și BVB. Emitentul va implementa și va menține cadrul intern de guvernanță, politici și proceduri necesare pentru a asigura respectarea acestor cerințe, precum și un nivel adecvat de transparență și raportare către investitori.



CONDUCEREA

Societatea are o structură de administrare în sistem unitar.

Consiliul de Administrație

La data prezentului Prospect, consiliul de administrație al Societății („Consiliul de Administrație”) este format din 5 (cinci) membri. Membrii Consiliului de Administrație („Administratorii”) sunt desemnați prin hotărâre a adunării generale a acționarilor Societății, de regulă, pentru un mandat de 4 (patru) ani, cu posibilitatea realegerii pentru mandate succesive. Administratorii pot fi revocați în orice moment prin hotărâre a adunării generale a acționarilor. Consiliul de Administrație poate desemna unul dintre membrii săi în calitate de președinte al Consiliului de Administrație și îl poate revoca din această funcție în orice moment. Consiliul de Administrație exercită toate atribuțiile Societății care nu sunt atribuite, potrivit Legii Societăților sau Noului Act Constitutiv, în competența adunării generale a acționarilor.

Societatea intenționează să urmeze recomandările stabilite în Codul de Guvernanță Corporativă al Bursei de Valori București („Codul de Guvernanță Corporativă al BVB”) în urma admiterii Acțiunilor la tranzacționare la Bursa de Valori București. Societățile admise la tranzacționare pe piața reglementată a Bursei de Valori București adoptă și respectă principiile și recomandările Codului de Guvernanță Corporativă al BVB în mod voluntar, însă trebuie să notifice BVB în cazul în care nu respectă vreo prevedere a Codului de Guvernanță Corporativă al BVB. Principiile și recomandările se referă la drepturile deținătorilor de acțiuni și alte instrumente financiare, rolurile și îndatoririle Consiliului de Administrație și componența Consiliului de Administrație.

La data prezentului Prospect, membrii Consiliului de Administrație sunt următorii:

Nume	Data nașterii	Poziția	Durata mandatului	Data numirii pentru funcția actuală
Cristian Ion Pandel.....	1976	Administrator executiv (director general și președintele Consiliului de Administrație)	4 ani	11 mai 2026
Nina Petruta Seretean.....	1967	Administrator executiv	4 ani	11 mai 2026
Alin-Mihai Ratoiu.....	1985	Administrator neexecutiv	4 ani	11 mai 2026
Vlad-Alexandru Deliu.....	1981	Administrator neexecutiv (independent)	4 ani	11 mai 2026
Miruna Andreea Antonescu.....	1983	Administrator neexecutiv (independent)	4 ani	11 mai 2026

Locul de desfășurare a activității Consiliului de Administrație este la sediul Societății.

Informații biografice ale membrilor Consiliului de Administrație

Cristian Ion Pandel (director general)

Cristian Ion Pandel a fondat Societatea în anul 1997, într-un context în care piața turismului organizat din România se afla într-o etapă incipientă, iar călătoriile internaționale erau limitate de factori precum regimul vizelor, accesul redus la informație și resursele financiare restrânse ale consumatorilor. În acest cadru, inițiativa fondatorului Ion-Cristian Pandel a avut ca obiectiv dezvoltarea unei oferte de turism organizat adresată în special segmentului de public activ și tânăr, cu produse accesibile și structurate.

Recunoscut ca un vizionar al industriei călătoriilor și agrementului, Cristian a transformat o idee simplă într-o poveste de succes la nivel internațional, construind prin muncă, pasiune și perseverență, unul dintre cele mai proeminente branduri de turism din sud-estul Europei.

Este cunoscut pentru implicarea directă în fiecare aspect al afacerilor sale, dar și pentru filosofia echilibrului, în care pauzele strategice au un rol esențial. Abordarea sa unică asupra călătoriilor și leadershipului l-a consacrat ca antreprenor de referință în domeniu.

Cristian deține o diplomă de licență în drept de la Universitatea din București, Facultatea de Drept.

Nina Petruta Seretean

Nina Seretean este un director financiar cu o vastă expertiză în domeniul financiar, ocupând funcția de director financiar al Societății încă din anul 2012.

Nina coordonează activitatea financiară și de raportare atât a Societății, cât și a altor 19 companii care de-



a lungul timpului au fost afiliate Societății, având un rol esențial în profesionalizarea, consolidarea și dezvoltarea departamentului economic al Societății.

Înainte de funcția actuală, Nina a acumulat 12 ani de experiență în cadrul Hidroelectrica, în perioada 2000 – 2012, unde a coordonat activitatea a 12 directori economici din sucursale fără personalitate juridică și a avut responsabilități în analiză financiară, elaborarea bugetelor, bilanț consolidat, control fiscal și raportări strategice.

Între 2000 și 2020, a obținut licență, master și multiple certificări internaționale în finanțe, contabilitate, management, consultanță fiscală, negociere și dezvoltare de echipe, consolidând astfel o expertiză solidă atât în plan academic, cât și practic, în domeniul economic și organizațional.

De asemenea, în perioada 2010 – 2011 a absolvit programul de formare în mediere organizat de Centrul Național de Facilitate și Negociere, avizat de Consiliul de Mediere din România, obținând certificatul de mediator.

Alin-Mihai Rățoi

Alin Rățoi este un membru al Consiliului de Administrație cu peste 15 ani de experiență în conducerea financiară, strategie corporativă, investiții și guvernanta în sectoarele aviație, turism, retail, imobiliare și servicii.

În prezent, Alin deține și funcțiile de vicepreședinte al consiliului de administrație la Animawings și Strategy & Investments Officer în cadrul grupului Memento, coordonând alocarea de capital, investițiile strategice și inițiativele M&A.

Alin este Fellow ACCA și deține experiență solidă în audit Big Four (KPMG), strategie financiară, managementul riscurilor și guvernanta corporativă.

Alin este absolvent atât al programului de licență, cât și al programului de master în cadrul Academiei de Studii Economice București.

Vlad-Alexandru Deliu

Vlad Deliu are experiență extinsă în domeniul financiar și al investițiilor, fiind specializat în analiza modelelor de afaceri, situațiilor financiare și a planurilor de management. Interacțiunea cu executivi de top și membri ai consiliilor de administrație din regiunea CEE i-a oferit expertiză în îmbunătățirea proceselor, optimizarea costurilor și dezvoltarea de produse.

Înțelegerea aprofundată a aspectelor financiare, a clienților, a industriilor și a profilurilor piețelor locale îi permite să conducă planificarea financiară, dezvoltarea de produse și strategiile de marketing și vânzări. Este un susținător activ al echipelor sale și consideră că transferul de cunoștințe se realizează cel mai eficient prin implicarea directă și munca alături de membrii echipei.

Vlad ocupă în prezent și funcția de CFO în cadrul Revel Business Group (Cybersecurity), și respectiv, funcția de membru neexecutiv independent și de președinte al comitetului de audit în cadrul Aquila Part Prod S.A. (FMCG Distribution).

Vlad a urmat programe de dezvoltare profesională și executive education la INSEAD (Design Thinking and Creativity for Business, 2021) și Wharton University of Pennsylvania (Strategic Management, 2020), este certificat PRM (Professional Risk Managers' International Association, 2014), CFA (Chartered Financial Analyst, 2008) și deține o diplomă de licență în Management la Academia de Studii Economice din București.

Miruna Andreea Antonescu

Miruna Antonescu are experiență extinsă în domeniul strategiei de comunicare și al analizei de date, acumulată pe parcursul a peste 12 ani de activitate în industria publicității, fiind specializată în transformarea datelor în insight-uri aplicabile pentru campanii publicitare la nivel local, regional și global, pentru clienți din sectoare diverse, de la retail la servicii financiare.

Colaborarea cu branduri de referință și coordonarea echipelor de strategie în cadrul unor agenții



internaționale de prim rang i-au consolidat expertiza în planificare strategică, identificarea tendințelor emergente și dezvoltarea de platforme de comunicare orientate către rezultate măsurabile.

Miruna ocupă în prezent funcția de Head of Strategy & Data în cadrul Saatchi & Saatchi Romania (parte a Publicis Groupe), fiind responsabilă de produsul strategic și de valoarea adăugată pentru clienții locali, regionali și globali ai agenției, în multiple industrii-cheie. Anterior, a deținut funcția de Strategy Director în cadrul The Public House (Dublin, Irlanda), unde a dezvoltat strategii pentru proiecte precum rețeaua digitală 48 mobile (rețea digitală de telefonie mobilă de tip MVNO, parte a Three Mobile), Redbreast Whiskey și platforma de sustenabilitate Kahlua.

Pe parcursul carierei, Miruna a fost premiată de multiple ori la Effie Effectiveness Festival, atât la nivel local, cât și regional, obținând distincții Silver Effie și Bronze Effie pentru campanii realizate pentru branduri precum Wash&Go (Procter & Gamble), Mercador.ro, OLX.ro, Doncafe și Pilot Frixion, inclusiv un Bronze Euro Effie.

Miruna deține o diplomă de master în Psihologie Socială de la Universitatea din București (2006–2008), o diplomă de licență în Științe Politice, Comunicare și Relații Publice de la aceeași universitate (2002–2006), precum și o specializare în Project Management obținută la Katho Hogeschool Zuid West Vlaanderen, Belgia (2005).

Conducerea executivă

Membrii cheie ai conducerii executive ai Societății sunt următorii:

<u>Nume</u>	<u>Data nașterii</u>	<u>Poziția</u>	<u>Durata mandatului</u>	<u>Data numirii pentru funcția actuală</u>
Cristian Ion Pandel.....	1976	CEO	4 ani	11 mai 2026
Nina Petruța Seretean.....	1967	CFO	4 ani	11 mai 2026
Ionuț-Bogdan Bunea.....	1985	COO	4 ani	11 mai 2026



Directorul General Executiv este responsabil pentru gestionarea activității curente a Societății în limitele obiectului de activitate al Societății și cu respectarea competențelor exclusive rezervate Consiliului de Administrație sau adunării generale a acționarilor prin legea aplicabilă sau prin Actul Constitutiv.

Directorii Societății nu desfășoară activități principale în afara Societății care sunt semnificative pentru Societate.

Locul de desfășurare a activității directorilor Societății este la sediul Societății.

Informații biografice ale membrilor conducerii executive

Pentru detalii privind experiența dlui. Cristian Ion Pandel și a dnei. Nina Petruța Seretean, vă rugăm să consultați subsecțiunea „Informații biografice ale membrilor Consiliului de Administrație” de mai sus.

Ionuț-Bogdan Bunea

Ionuț Bunea este un director operațional cu o experiență de peste 18 ani în industria turismului. Expertiza sa acoperă managementul strategic, dezvoltarea organizațională, coordonarea echipelor de vânzări și consolidarea parteneriatelor, având ca obiectiv constant creșterea sustenabilă și competitivă, pe termen lung. Parcursul său profesional este marcat de roluri de conducere strategică și operațională în cadrul Societății.

Ionuț a ocupat funcția de director vânzări în cadrul Societății timp de 8 ani, coordonând rețeaua de agenții proprii și gestionând relația cu partenerii B2B din zona Transilvania. Ulterior, timp de 7 ani, a fost unul dintre directorii tehnici ai Societății, fiind responsabil de definirea și implementarea strategiei comerciale și operaționale, cu impact direct asupra performanței și consolidării poziției pe piață.

Ionuț este absolvent al Facultății de Geografie din cadrul Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca, cu studii de master în amenajare și dezvoltare turistică.

Alți membri cheie ai conducerii Societății

Ștefan Andrei Petre

Ștefan Petre este un membru-cheie al conducerii Societății, ocupând funcția de Sales & Marketing Director al Societății începând cu anul 2024 și având o experiență profesională de peste 17 ani în managementul echipelor și dezvoltarea resurselor umane. De-a lungul carierei, a contribuit la formarea și evoluția profesională a peste 300 de persoane, acoperind toate nivelurile organizaționale, de la poziții entry-level și middle management până la roluri executive și de top management.

Ștefan deține competențe solide în domenii precum management, leadership, vânzări directe și marketing, fiind în mod special recunoscut pentru capacitatea de a facilita procese evolutive în toate aspectele esențiale ale unei afaceri. A obținut cele mai bune rezultate în coordonarea unor companii și echipe dinamice, cu peste 100 de angajați, demonstrând abilități excelente de organizare, motivare și creștere sustenabilă.

Anterior colaborării cu Societatea, și-a desfășurat activitatea în cadrul Studio Moderna, unde, în perioada 2008–2012, a ocupat funcțiile de Telesales Agent și ulterior Project Manager în cadrul Studio Moderna (București). Între 2012 și 2024, a deținut poziția de Managing Director al Studio Moderna Chișinău, consolidând dezvoltarea și performanța operațională a companiei pe piața locală.

Ștefan este absolvent al Universității Titu Maiorescu din București, unde a obținut diploma de licență în Drept, precum și al Universității Spiru Haret, cu diplomă de licență în Relații Internaționale și Studii Europene. De asemenea, a urmat formare în domeniul NLP, specializarea Psihologie, fiind certificat ca NLP Practitioner de către organizații profesionale recunoscute (IANLP și ARONLP).

Bogdan Cismariu

Bogdan Cismariu ocupă funcția de Chief Technology Officer în cadrul Societății, având o experiență solidă în domeniul software și al tehnologiei, construită atât în mediul antreprenorial, cât și în cadrul unor organizații tehnologice complexe. Parcursul profesional evidențiază o evoluție constantă către roluri strategice și de conducere în domeniul IT.

În perioada 2010–2017, a activat ca antreprenor, dezvoltând și coordonând inițiative în sfera tehnologică. Ulterior, între 2017 și 2020, a ocupat poziția de Technical Lead în cadrul MementoHub, unde a coordonat echipe tehnice și a contribuit la implementarea de soluții software scalabile. Între 2020 și 2021, a activat ca Senior Software Engineer în cadrul Kirschbaum Development, consolidându-și expertiza tehnică și implicarea în proiecte de complexitate ridicată.

Din anul 2021, deține funcția de Chief Technology Officer în cadrul Memento Group, fiind responsabil de definirea și implementarea strategiei tehnologice a Emitentului, precum și de coordonarea dezvoltării produselor și infrastructurii IT.

Prin experiența sa diversificată și competențele tehnice avansate, Bogdan joacă un rol esențial în susținerea inovării și transformării digitale la nivel organizațional.

Alte funcții deținute de membrii Consiliului de Administrație, membrii conducerii executive și ceilalți membri cheie ai conducerii Societății

Pe lângă funcțiile lor în cadrul Societății, membrii Consiliului de Administrație, membrii conducerii executive și ceilalți membri cheie ai conducerii Societății dețin sau au deținut în ultimii cinci ani următoarele funcții:

Nume complet	Societate / Parteneriat	Funcție	Funcție deținută în prezent (Da/Nu)
Cristian Ion Pandel	CPM Cambridge Holding S.R.L.	Administrator	Da
	Memento Express S.A.	Administrator	Da
	Oxford Investment Alliance S.R.L.	Administrator	Da
	Pan Global Assets Holding S.A. (anterior Christian Tour Holding S.A.)	Administrator	Nu
	Pieriki Construct S.R.L.	Administrator	Nu
	Posta Tabita Tour S.A.	Administrator	Nu
	AnimaWings Aviation S.A.	Administrator	Nu
Nina Petruta Seretean	Lifestyle Yuga S.R.L.	Administrator	Da

<u>Nume complet</u>	<u>Societate / Parteneriat</u>	<u>Funcție</u>	<u>Funcție deținută în prezent (Da/Nu)</u>
	Memento Management & Logistics S.R.L.	Administrator	Da
	Memento Express S.R.L.	Administrator	Da
	Posta Tabita Tour S.A.	Administrator	Da
	AnimaWings Aviation S.A.	Administrator	Da
	Pan Global Assets Holding S.A. (anterior Christian Tour Holding S.A.)	Administrator	Nu
Alin-Mihai Ratoș	AnimaWings Aviation S.A.	Administrator	Da
Vlad-Alexandru Deliu	Aquila Part Prod S.A.	Membru independent consiliu de administrație	Da
	Revel Business Group S.R.L.	Director financiar	Da
Miruna Andreea Antonescu	Nu există		
Ionuț Bogdan Bunea	IBB Travel Consulting & Management S.R.L.	Administrator	Da
	Bunea Rentals S.R.L.	Administrator	Da
	Memento Air S.R.L.	Administrator	Da
	Memento Bus Company S.R.L.	Administrator	Da
	Memento Transport Holding S.A.	Administrator	Da
Ștefan Andrei Petre	Christian'76 Tour S.A.	Administrator	Nu
	Performance Management Solution S.R.L.	Administrator	Da
	E.M.P Direct S.R.L.	Administrator	Nu
Bogdan Cismariu	Essentia Noesis S.R.L.	Administrator	Da
	Memento Hub SRL	Administrator	Da
	Prime IT System Solutions SRL	Administrator	Da
	Timeless Time Traders S.R.L.	Administrator	Nu
	Trip Solutions S.R.L.	Administrator	Da



Remunerarea membrilor Consiliului de Administrație

În ceea ce privește remunerarea membrilor Consiliului de Administrație, Societatea consideră că politica ei de remunerare ce se va adopta va reflecta în mod adecvat strategia, obiectivele pe termen lung și responsabilitățile membrilor conducerii și timpul alocat de aceștia pentru exercitarea atribuțiilor ce le revin.

Pentru anul financiar încheiat la 31 decembrie 2025, domnul Ion-Cristian Pandel a fost singurul administrator al Emitentului și nu a fost remunerat pentru activitatea lui de administrator.

Participații și opțiuni pe acțiuni

La nivelul Emitentului a fost aprobat un plan de opțiuni pe acțiuni, care conține următoarele principii: (i) opțiunile pot fi acordate participanților eligibili, și anume, membrilor eligibili ai Consiliului de Administrație, angajaților eligibili și administratorilor/angajaților filialelor calificate, în baza aprobărilor organelor corporative competente ale Societății; (ii) acordarea și/sau exercitarea opțiunilor nu presupune plata unei sume de către participantul eligibil în cauză, iar acțiunile pot proveni din acțiuni nou-emise, acțiuni răscumpărate sau acțiuni de trezorerie ale Societății; (iii) exercitarea opțiunilor este condiționată de îndeplinirea condițiilor de performanță aplicabile, stabilite, după caz, de AGOA sau de Consiliul de Administrație, pe o perioadă de performanță de cel puțin un an; (iv) opțiunile pot fi exercitate numai după intrarea în drepturi, potrivit calendarului de exercitare aplicabil, și numai în măsura în care condițiile de performanță au fost îndeplinite; (v) exercitarea opțiunilor este supusă restricțiilor legale și de conformitate, inclusiv celor privind abuzul de piață, precum și anumitor limitări aplicabile în situații disciplinare, de investigare, de încălcare a obligațiilor contractuale sau fiduciare ori pe durata preavizului; (vi) la exercitarea opțiunilor se încheie un contract de transfer, care stabilește elementele relevante ale transferului, inclusiv data acordării, numărul acțiunilor, data transferului și acceptarea restricțiilor aplicabile acțiunilor; (vii) titularul opțiunii suportă obligațiile fiscale generate de acordarea, intrarea în drepturi, exercitarea opțiunilor și/sau transferul ori înstrăinarea ulterioară a acțiunilor, fără a avea un drept

la compensare sau despăgubiri din partea Societății pentru astfel de obligații fiscale; (viii) opțiunile sunt, ca regulă, netransferabile și expiră în anumite situații, inclusiv la încetarea calității de participant eligibil, la notificarea încetării contractului de muncă sau mandatului, la încercarea de transfer ori grevare a opțiunii sau la imposibilitatea îndeplinirii condițiilor de performanță; (ix) de la data transferului sau emiterii acțiunilor, titularul opțiunii devine acționar al Societății, cu drepturile și obligațiile aferente, sub rezerva actului constitutiv, a documentelor aplicabile între acționari și a restricțiilor de transfer prevăzute de plan; și (x) planul este guvernat de legea română, iar disputele rezultate din sau în legătură cu acesta sunt supuse jurisdicției exclusive a instanțelor competente din România.

Situația litigiilor în care sunt implicați membrii Consiliului de Administrație. Conflicte de interese

La data prezentului Prospect și pe durata ultimilor cinci ani, niciun membru al Consiliului de Administrație:

- (i) nu a suferit condamnări pentru infracțiuni de fraudă;
- (ii) nu a deținut o funcție executivă de fondator, asociat, membru al conducerii executive sau membru al unor organisme de administrare, conducere sau supraveghere în cadrul oricărei societăți sau oricărui parteneriat pe durata sau anterior unei proceduri de faliment, punere sub sechestru, punere sub administrare judiciară sau lichidare;
- (iii) nu a făcut obiectul niciunei incriminări și/sau sancțiuni publice oficiale aduse/impuse de către autoritățile statutare sau de reglementare (inclusiv de către organismele profesionale) sau nu i-a fost vreodată interzis de o instanță să mai exercite funcția de membru al unui organ de administrare, conducere sau supraveghere a unei societăți sau să intervină în gestionarea sau desfășurarea afacerilor oricărei societăți;
- (iv) nu a fost ales membru al unui organ de administrare, conducere sau supraveghere sau ca director în cadrul Societății pe baza unui acord sau înțelegeri cu principalii acționari, clienți, furnizori ai Societății sau cu alte persoane; sau
- (v) nu a încheiat niciun contract cu Societatea sau cu filialele acesteia care să prevadă acordarea de beneficii în cazul rezilierii contractului, altele decât cele prezentate în secțiunea „Remunerație” de mai sus;
- (vi) nu a fost parte la niciun contract încheiat cu Societatea, cu excepția contractelor de mandat sau de muncă sau acorduri de furnizare; sau
- (vii) nu deține Acțiuni în capitalul social al Societății.

La data prezentului Prospect, Societatea confirmă că:

- (i) nu există nicio restricție privind cesionarea, într-o anumită perioadă de timp, a Acțiunilor deținute de acționari în cadrul Societății; sau
- (ii) nu există nicio relație de rudenie între oricare dintre membrii Consiliului de Administrație și fondatori; sau
- (iii) nu există niciun conflict de interese între obligațiile asumate față de Societate de către membrii Consiliului de Administrație și interesele lor personale și/sau alte obligații.

Declarația și planul privind guvernarea corporativă

La data prezentului Prospect, întrucât Acțiunile nu sunt admise la tranzacționare pe o piață reglementată, Societatea respectă în general cadrul de guvernare corporativă prevăzut de Legea Societăților.

Ulterior listării și Admiterii la tranzacționare a Acțiunilor, regulile prevăzute de Codul de Guvernare Corporativă al BVB, care se aplică societăților listate pe piața reglementată a BVB, se vor aplica Societății în baza principiului „aplică sau explică”. Codul de Guvernare Corporativă al BVB conține o serie de principii și prevederi, printre altele, cu privire la componența, rolul, funcționarea și remunerarea organelor de conducere, gestionare a riscurilor și control intern, raportarea financiară și divulgarea informațiilor. Toate societățile listate pe BVB trebuie să includă o declarație în raportul lor anual

referitoare la respectarea Codului de guvernanță corporativă al BVB, iar orice nerespectare a prevederilor Codului de Guvernanță Corporativă al BVB trebuie să fie dezvăluită printr-un raport curent trimis către BVB.

Comitete consultative constituite în cadrul Consiliului de Administrație

Principalele comitete, care vor fi constituite și vor funcționa în cadrul Consiliului de Administrație ulterior Admiterii, sunt Comitetul de Audit și Comitetul de Nominalizare și Remunerare cărora li se atribuie competențele suplimentare care sunt obligatorii de îndeplinit de către respectivul comitet în temeiul și în conformitate cu Codul de Guvernanță Corporativă al BVB sau cu regulile BVB.

Consiliul de Administrație stabilește structura, atribuțiile și competențele comitetelor. Consiliul de Administrație va rămâne pe deplin responsabil pentru acțiunile întreprinse de aceste comitete.

Comitetul de Audit

Comitetul de Audit este un comitet permanent cu rol consultativ, independent față de structurile executive ale Societății, care raportează direct Consiliului de Administrație. Comitetul de Audit este format din trei (3) membri ai Consiliului de Administrație, din care doi (2) sunt membri independenți non-executivi, iar unul (1) este membru non-executiv.

Președintele Comitetului de Audit va fi unul dintre membrii săi independenți și non-executivi. Cel puțin un membru al Comitetului de Audit trebuie să aibă competențe în domeniul contabilității și auditului statutar, dovedite prin documente de calificare pentru domeniile respective (trebuie să dețină calificarea de auditor financiar sau are experiență de cel puțin 3 ani în audit statutar dobândită prin participarea la misiuni de audit statutar în România, în alt stat membru, într-un stat AELS, în Elveția sau în Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord sau în cadrul Comitetelor de audit formate la nivelul Consiliilor de administrație/supraveghere ale unor societăți/entități de interes public). În măsura în care niciunul din membrii Consiliului de Administrație nu are competențele necesare la care se face referire mai sus, adunarea generală a acționarilor Societății poate numi drept membru în Comitetul de Audit o persoană care deține calificările la care se face referire mai sus, caz în care numărul de membri la nivelul comitetului poate fi de patru (4).

Comitetul de Audit solicită și primește informații, prin intermediul Consiliului de Administrație, și face recomandări Consiliului de Administrație, cu privire la selecția auditorului statutar, evaluarea și monitorizarea independenței auditorului statutar și monitorizarea procesului de audit statutar al situațiilor financiare anuale consolidate. Comitetul de Audit solicită și primește informații, prin intermediul Consiliului de Administrație, și face recomandări Consiliului de Administrație, cu privire la procesele de raportare financiară, sistemul de control intern și procesele de management al riscurilor din cadrul Societății.

Alin-Mihai Ratoai, Vlad-Alexandru Deliu și Miruna-Andreea Antonescu vor avea calitate de membri în Comitetul de Audit, domnul Vlad-Alexandru Deliu având și calitatea de președinte al Comitetului de Audit.

Comitetul de Nominalizare și Remunerare

Comitetul de Nominalizare și Remunerare este un comitet permanent cu rol consultativ, independent față de structurile executive ale Societății, care raportează direct Consiliului de Administrație. Comitetul de Nominalizare și Remunerare este format din trei (3) membri ai Consiliului de Administrație, din care doi (2) sunt membri independenți non-executivi, iar unul (1) este membru non-executiv.

Președintele Comitetului de Nominalizare și Remunerare va fi unul dintre membrii săi independenți și non-executivi. Rolurile Comitetului de Nominalizare și Remunerare sunt:

- formulează propuneri pentru funcția de membru al Consiliului de Administrație, recomandă Consiliului de Administrație candidați pentru astfel de funcții și formulează propuneri privind elaborarea politicii de remunerare a Societății, în concordanță cu strategia de dezvoltare, obiectivele, valorile și interesele Societății. Comitetul are obligația de a supraveghea aplicarea politicii de remunerare a Societății.
- propune criteriile de selecție pentru membrii Consiliului de Administrație și alte funcții de conducere,

corespunzătoare profilurilor identificate. În desfășurarea activității sale, Comitetul de Nominalizare și Remunerare elaborează un raport anual privind implementarea politicii de remunerare a Societății pe parcursul exercițiului financiar. Raportul se prezintă adunării generale a acționarilor care aproba situațiile financiare anuale.

Alin-Mihai Ratoi, Vlad-Alexandru Deliu și Miruna-Andreea Antonescu vor avea calitate de membri în Comitetul de Nominalizare și Remunerare, doamna Miruna-Andreea Antonescu având și calitatea de președinte al Comitetului de Nominalizare și Remunerare.



ACȚIONARI

La data prezentului Prospect, cei doi acționari al Societății sunt CPM Cambridge Holding S.R.L. și Oxford Investment Alliance S.R.L., ambele societăți fiind deținute în proporție de 100% de dl. Ion Cristian Pandel, în calitate de asociat unic. Societatea a emis doar Acțiuni care conferă drepturi de vot egale tuturor acționarilor Societății.

Tabelul de mai jos prezintă anumite informații referitoare la dreptul de proprietate asupra Acțiunilor înainte de Ofertă și dreptul de proprietate asupra Acțiunilor al acționarilor curenți imediat după finalizarea Ofertei, presupunând că toate Acțiunile sunt vândute în cadrul Ofertei și că fondurile aferente stabilizării nu sunt utilizate de Managerul de Stabilizare pentru a achiziționa Acțiuni de pe piață:

Acționar	Acțiuni deținute înainte de Ofertă		Acțiuni deținute după Ofertă*	
	(Număr)	%	(Număr)	%
CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L.	148.500.000	99,00	126.150.000	57,47
OXFORD INVESTMENT ALLIANCE SRL	1.500.000	1,00	1.500.000	0,68
Altele (în circulație liberă)	-	-	91.850.000	41,85
Total	150.000.000	100%	219.500.000	100%

* Sub rezerva Închiderii cu Succes a Ofertei și cu condiția ca toate Acțiunile Oferte (incluzând Acțiunile Supraalocate) să fie subscrise în mod valabil de către investitorii în Ofertă

Societatea nu are cunoștință cu privire la niciun acord care poate avea drept rezultat, la o dată ulterioară, o modificare a controlului asupra Societății.



DILUAREA

În cazul în care sunt subscribe toate Acțiunile Noi, capitalul social al Societății va fi majorat cu un număr de 69.500.000 acțiuni ordinare, cu o valoare nominală de 0,10 RON fiecare și o valoare nominală totală de 6.950.000 RON, reprezentând o majorare de aproximativ 46,33% față de nivelul capitalului social al Societății la data prezentului Prospect.

Sub rezerva Încheierii cu Succes a Ofertei și cu condiția ca toate Acțiunile Oferite (și toate Acțiunile Supra-locate) să fie subscribe în mod valabil de către investitori în Ofertă, în urma Ofertei, participația Acționarului Vânzător se va reduce de la 148.500.000 Acțiuni (reprezentând 99% din capitalul social al Societății), la 126.150.000 Acțiuni (reprezentând 57,47% din capitalul social al Societății), reflectând atât diluarea rezultată ca urmare a emisiunii Acțiunilor Noi, cât și efectul vânzării Acțiunilor Existente și Acțiunilor Supra-locate în Ofertă.

La 31 decembrie 2025, valoarea totală a activelor nete ale Societății s-a ridicat la 62.608.377 RON și s-a ridicat la 0,42 RON per acțiune a Societății pe baza a 150.000.000 acțiuni aflate în circulație ale Societății imediat înainte de Ofertă. Valoarea activelor nete ale Societății este definită ca activele totale ale Societății minus provizioanele și datoriile curente și pe termen lung, în fiecare caz, astfel cum este prezentat în Situațiile Financiare Auditare ale Societății.

Efectul de diluare al Ofertei este ilustrat în tabelul de mai jos, demonstrând valoarea cu care Prețul de Ofertă depășește valoarea activelor nete per acțiune după finalizarea Ofertei și presupunând că Oferta ar fi fost finalizată la 31 decembrie 2025. În acest sens, valoarea activelor nete la 31 decembrie 2025 este ajustată pentru efectele finalizării cu succes a Ofertei.

Calculul se bazează, de asemenea, pe ipoteza plății integrale a comisionului discreționar, precum și pe o creștere a valorii activelor nete cu 127,36 milioane RON, 136,19 milioane RON și 145,03 milioane RON la limitele inferioare, medii și superioare ale Intervalului Prețului de Ofertă (în fiecare caz, fără a lua în considerare vreun efect fiscal).

Valoarea activelor nete ajustată este exprimată ca cifră per acțiune, presupunând 219.500.000 Acțiuni aflate în circulație la finalizarea Ofertei la limita inferioară, medie și superioară a Intervalului Prețului de Ofertă (această cifră per acțiune fiind denumită "Capitaluri Proprii per Acțiune Ulterior Ofertei").

	La 31 decembrie 2025		
	Prețul de Ofertă la limita inferioară a Intervalului Prețului de Ofertă	Prețul de Ofertă la limita medie a Intervalului Prețului de Ofertă	Prețul de Ofertă la limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă
Valoarea activelor nete per acțiune anterior Ofertei (în RON) ⁽¹⁾	0,42	0,42	0,42
Fonduri brute obținute din Ofertă (în milioane RON)	172,22	184,16	196,10
Costurile totale estimate ale Ofertei (în milioane RON) ⁽²⁾	3,89	4,16	4,43
Fonduri nete obținute din Ofertă (în milioane RON)	168,33	180,00	191,67
Capitaluri proprii ulterior Ofertei (în milioane RON)	189,97	198,80	207,63
Capitaluri proprii per acțiune ulterior Ofertei (în RON) ⁽³⁾	0,87	0,91	0,95
Suma cu care prețul de ofertă depășește Capitalurile proprii per acțiune ulterior Ofertei (diluare imediată a noilor acționari ai Societății) (în RON)	1,01	1,10	1,19
Procentul cu care prețul de ofertă depășește Capitalurile proprii per acțiune ulterior Ofertei (în %)	116,65%	121,38%	125,70%
Suma cu care Capitalurile proprii per acțiune ulterior Ofertei depășește valoarea activelor nete per acțiune imediat anterior Ofertei (majorare imediată pentru acționarii existenți ai Societății) (în RON)	0,45	0,49	0,53
Procentul cu care Capitalurile proprii per acțiune ulterior Ofertei depășește valoarea activelor nete per acțiune imediat anterior Ofertei (în %)	107,35%	116,99%	126,63%

(1) Pe baza a 150.000.000 Acțiuni aflate în circulație imediat anterior Ofertei și a unei valori a activelor nete ale Societății însumând 62.608.377 RON la 31 decembrie 2025.

(2) Inclusiv comisioanele de subscriere și plasament plătit de Societate intermediarului, alte costuri legate de Ofertă, precum și asumarea plății numărului maxim de Acțiuni Noi și a numărului maxim relevant de Acțiuni Oferite și plata integrală a comisionului discreționar.

(3) Pe baza Capitalurilor proprii per acțiune ulterior Ofertei și 219.500.000 Acțiuni după Ofertă

Astfel, în condițiile unui Preț de Ofertă la mijlocul Intervalului Prețului de Ofertă și având în vedere estimarea costurilor totale în legătură cu Oferta și Admiterea ale Societății în valoare de 3,15 milioane RON, încasările nete obținute de Societate din emisiunea de Acțiuni Oferite s-ar ridica la aproximativ 136,19 milioane RON. Pe baza ipotezei că au fost achiziționate toate Acțiunile Oferite din cadrul Ofertei și că Societatea primise deja încasările nete la 31 decembrie 2025, valoarea contabilă a capitalurilor proprii astfel ajustate din situația poziției financiare a Societății la 31 decembrie 2025 ar fi fost de 198,80 milioane RON.

DESCRIEREA CAPITALULUI SOCIAL ȘI A STRUCTURII SOCIETĂȚII

Informații generale

Christian '76 Tour este o societate pe acțiuni organizată și care își desfășoară activitatea în conformitate cu legislația României, înmatriculată în România la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul București sub nr. J1997005529405, având cod unic de înregistrare 9617078.

Sediul social al Societății este situat în România, B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1, București. Denumirea legală și comercială a Societății este Christian'76 Tour S.A. Numărul de telefon de la sediul social al Societății este +40219247.

Codul de identificare a entității juridice („LEI”) al Societății este 787200DDRYJHPSKKBH42.

Societatea își desfășoară activitatea în conformitate cu Actul Constitutiv, astfel cum acesta a fost actualizat cel mai recent la data de 2 martie 2026 (fără a lua în considerare modificarea conform Noului Act Constitutiv).

În cazul în care Oferta are succes și Societatea este admisă la tranzacționare la BVB, Societatea se va supune, printre altele, dispozițiilor Legii Societăților, dar și celor ale Legii 24/2017, precum și altor reglementări privind piețele de capital aplicabile.

În data de 16 aprilie 2026, AGEA a aprobat Noul Act Constitutiv al Societății cu scopul de a pune în aplicare practici și politici de guvernare corporativă adecvate pentru o societate ale cărei acțiuni sunt admise la tranzacționare pe piața reglementată. Noul Act Constitutiv va intra în vigoare la Data Listării, cu condiția Închiderii cu Succes a Ofertei.

Scopul activității Societății

Scopul activității Societății este organizarea și comercializarea de pachete turistice, inclusiv vacanțe charter, circuite, sejururi și city-break-uri, precum și furnizarea de servicii turistice conexe, destinate tuturor categoriilor de clienți, pe piața națională și internațională.

Capitalul social

Capital social emis

Capitalul social al Societății este în întregime subscris și vărsat și este în sumă de 15.000.000, împărțit în 150.000.000 de acțiuni nominative, liber transferabile, vărsate în întregime, fiecare având o valoare nominală de 0,10 RON, care au fost emise în formă dematerializată. Nu există Acțiuni emise care nu reprezintă capitalul social al Societății. Societatea a emis o singură clasă de acțiuni: ordinare. Acțiunile au fost create în conformitate cu legislația României, sub formă de „titluri nominative dematerializate” și sunt vărsate în întregime.

Cu excepția celor descrise în secțiunea „Subscriere și vânzare - Stabilizare”, și, respectiv, cu excepția planului de opțiuni pe acțiuni descris în secțiunea „Participații și opțiuni pe acțiuni”, nicio altă parte din capitalul social al Societății sau din Acțiuni nu face obiectul unui drept de opțiune.

Evoluția modificărilor intervenite la nivelul capitalului social al Societății

În perioada 2023–2025, capitalul social al Societății a rămas neschimbat, fiind în valoare de 4.610.000 RON la fiecare dintre datele de raportare de 31 decembrie 2023, 31 decembrie 2024 și 31 decembrie 2025.

În urma procesului de divizare a PAN Global Assets Holding S.A., finalizat la data de 2 martie 2026, o parte din patrimoniul acesteia, inclusiv participația deținută în capitalul social al Emitentului (denumit anterior Christian'76 Tour S.R.L., a fost transferată către CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L., care a dobândit calitatea de succesori cu titlu universal pentru activele și drepturile transferate. Ca urmare a divizării, CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L. a devenit asociatul majoritar al Societății.

Totodată, prin Hotărârea Adunării Generale a Asociaților nr. 4 din 2 martie 2026, a fost aprobată majorarea capitalului social al Societății prin încorporarea rezervelor, de la 4.610.000 RON la 15.000.000 RON, precum și divizarea valorii nominale a părților sociale și schimbarea formei juridice a Societății din societate cu răspundere limitată în societate pe acțiuni, sub denumirea CHRISTIAN'76 TOUR S.A., părțile sociale fiind convertite în acțiuni nominative, ordinare, dematerializate, cu valoare nominală de 0,10 RON fiecare.

În urma acestor operațiuni, capitalul social al Societății este deținut în proporție de 99% de CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L., care deține 148.500.000 acțiuni, și în proporție de 1% de OXFORD INVESTMENT ALLIANCE S.R.L., care deține 1.500.000 acțiuni.

Prin Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor nr. 5 din data de 26 aprilie 2026 s-a fost aprobată majorarea capitalului social al Societății prin emisiunea a până la 80.000.000 Acțiuni Noi care vor fi oferite spre subscriere în cadrul Ofertei, precum și, sub rezerva Admiterii, delegarea atribuțiilor Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor privind hotărârea de majorare a capitalului social al Societății către consiliul de administrație al Societății în temeiul prevederilor art. 114 alin. (1) și art. 220¹ alin (2) din Legea Societăților, respectiv în temeiul prevederilor art. 86 alin. (2) și alin. (3) din Legea nr. 24/2017 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, republicată, cu modificările și completările ulterioare, precum și a oricăror alte prevederi legale ce ar putea fi aplicabile în viitor, cu puterea de a ridica sau restrânge dreptul de preferință al acționarilor în conformitate cu prevederile legale aplicabile, pentru o perioadă de patru (4) ani, prin una sau mai multe emisiuni de acțiuni ordinare, nominative, și dematerializate, cu o valoare nominală care să nu depășească 920.000 RON (reprezentând 9.200.000 acțiuni la o valoare nominală de 0,10 RON), din care (i) RON 460.000 valoare nominală (reprezentând 4.600.000 acțiuni la o valoare nominală de 0,10 RON) vor fi utilizate cu scopul de a finanța investiții și/sau achiziții de participații în alte entități (inclusiv cu posibilitatea plății prețului aferent unei asemenea achiziții în mod parțial sau integral în acțiuni ale Societății), sub condiția că nu mai mult de 115.000 RON valoare nominală (reprezentând 1.150.000 acțiuni la o valoare nominală de 0,10 RON) vor fi utilizate în acest scop anual (cu posibilitatea de report pe anii următori în măsura în care această limită nu este atinsă într-un anumit an) și (ii) 460.000 RON valoare nominală (reprezentând 4.600.000 acțiuni la o valoare nominală de 0,10 RON) vor fi utilizate cu scopul de a duce la îndeplinire și implementare a prevederilor oricărui program de alocare a acțiunilor persoanelor din conducerea Societății și/sau din conducerea membrilor din grupul din care face parte Societatea (în cazul în care Societatea face sau va face parte dintr-un grup) sau către angajați ai Societății și/sau ai membrilor din grupul din care face parte Societatea (în cazul în care Societatea face sau va face parte dintr-un grup), aprobat sau care urmează să fie aprobat în viitor la nivelul Societății și/sau a grupului din care face parte, sub condiția că nu mai mult de 115.000 RON valoare nominală (reprezentând 1.150.000 acțiuni la o valoare nominală de 0,10 RON) vor fi utilizate în acest scop anual (cu posibilitatea de report pe anii următori în măsura în care această limită nu este atinsă într-un anumit an), în condițiile stabilite de Actul Constitutiv și cu respectarea prevederilor legale aplicabile.

Drepturi ale acționarilor

Următoarele paragrafe prezintă un scurt rezumat al unor drepturi importante ale acționarilor, conform Noului Act Constitutiv al Societății și prevederilor legale aplicabile.

Drepturi de preferință

Acționarii Societății (care dețin această calitate la data de înregistrare relevantă) au drept de preferință la subscrierea acțiunilor noi emise de Societate proporțional cu participațiile lor la data de înregistrare stabilită de AGEA pentru respectiva majorare de capital social.

Termenul pentru exercitarea dreptului de preferință pentru subscrierea de acțiuni noi va fi precizat în prospectul aferent și trebuie să fie de cel puțin 14 zile calendaristice, dar nu mai mic de 10 zile lucrătoare; de asemenea, acest termen nu poate fi mai devreme de data de înregistrare stabilită pentru respectiva majorare de capital social sau de data publicării hotărârii emise de AGEA/ Directorat privind majorarea capitalului social în Monitorul Oficial al României, Partea a IV-a.

Potrivit Legii 24/2017, în cazul majorării de capital social prin aport în numerar, dreptul de preferință poate fi ridicat și, în acest sens, AGEA trebuie să probeze, în baza unor motive temeinice, ridicarea drepturilor de preferință al acționarilor de a subscrie acțiunile nou emise. Cerința de cvorum pentru o asemenea aprobare este de 85% din capitalul social subscris, iar hotărârea trebuie adoptată cu votul favorabil al acționarilor care reprezintă cel puțin trei sferturi din drepturile de vot.

Dreptul la informare

Acționarii au dreptul la o corectă și completă informare asupra situației societății în adunarea generală a acționarilor Societății. În mod concret, în legătură cu orice AGA, acționarii au dreptul de a primi documente în susținerea fiecărui punct de pe ordinea de zi a adunării cu cel puțin 30 de zile înainte de data adunării generale, inclusiv, în cazul AGA care aprobă situațiile financiare anuale, copii ale situațiilor financiare, rapoartele anuale, propunerea Directoratului privind repartizarea de dividende, precum și informații referitoare la exercitarea drepturilor de vot. De asemenea, Societatea trebuie să informeze acționarii cu privire la rezultatele votului. Acționarii au dreptul să primească informații privind structura acționariatului Societății și să consulte registrele gestionate de Societate, precum registrul AGA.

În plus, Societatea trebuie să pună la dispoziția acționarilor diverse informații în cazul destășurării anumitor evenimente statutare. În vederea distribuirii acestor informații, Societatea poate baza pe asistența tehnică asigurată de Depozitarul Central.

Drepturi de vot

Sub rezerva oricăror drepturi sau restricții speciale cu privire la vot aferente Acțiunilor (în prezent nu există niciun astfel de drept sau restricție specială), fiecare Acțiune subscrisă și vărsată integral de acționari conferă titularului acesteia drepturi egale, inclusiv dreptul la un vot în AGA, personal sau prin reprezentant. Pentru mai multe informații cu privire la vot, vezi secțiunea „Adunarea Generală a Acționarilor” de mai jos. Un acționar persoană juridică poate, prin decizie a administratorilor săi sau a altui organ de conducere, să împuternicească o persoană care să îl reprezinte pe acționar în cadrul adunărilor generale ale acționarilor și care să exercite aceleași prerogative pe care le-ar fi putut exercita dacă ar fi fost un acționar persoană fizică al Societății.

Dreptul de retragere

În conformitate cu Legea Societăților, acționarii care nu au votat pentru adoptarea unei anumite operațiuni supusă votului în AGA au dreptul să se retragă din Societate și să solicite Societății să achiziționeze acțiunile pe care aceștia le dețin. Acest drept poate fi exercitat numai dacă operațiunile menționate mai sus se referă la: (i) transformarea transfrontalieră a Societății, (ii) modificarea formei juridice a Societății sau (iii) fuziunea sau divizarea Societății, inclusiv transfrontalieră (cu excepția cazului unei fuziuni prin absorbție în cadrul căreia acțiunile societății absorbante sunt admise la tranzacționare pe o piață reglementată și acestea sunt menținute la tranzacționare pe piața reglementată și după fuziune).

În plus, în conformitate cu Legea 24/2017, ca urmare a derulării unei oferte publice de cumpărare adresate tuturor acționarilor și pentru toate deținerile acestora, ofertantul are dreptul să solicite acționarilor care nu au subscris în cadrul ofertei să îi vândă respectivele acțiuni, la un preț echitabil, în situația în care acesta se află în una din următoarele situații: (a) deține acțiuni reprezentând cel puțin 95% din numărul total de acțiuni din capitalul social care conferă drept de vot și cel puțin 95% din drepturile de vot ce pot fi efectiv exercitate; sau (b) a achiziționat, în cadrul ofertei publice de cumpărare adresate tuturor acționarilor și pentru toate deținerile acestora, acțiuni reprezentând cel puțin 90% din numărul total de acțiuni din capitalul social care conferă drept de vot și cel puțin 90% din drepturile de vot vizate în cadrul ofertei.

Dividende

Dividendele, cu condiția ca distribuirea dividendelor să fie aprobată de AGOA, sunt distribuite acționarilor înregistrați în registrul acționarilor Societății la data de înregistrare, proporțional cu numărul de acțiuni deținute în cadrul Societății. Dividendele pot fi distribuite numai dacă Societatea înregistrează profit, conform înregistrărilor din situațiile financiare anuale aprobate de AGOA și dacă AGOA decide distribuirea de dividende. Pentru mai multe informații privind dreptul la dividende, vezi capitolul „Politica privind dividendele” din prezentul Prospect.

Potrivit Legii Societăților, dividendele se distribuie acționarilor proporțional cu cota de participare la capitalul social vărsat. Opțional, dividendele pot fi distribuite trimestrial, pe baza situațiilor financiare



interimare, sau anual, pe baza situațiilor financiare anuale, dacă nu se prevede altfel în actul constitutiv. Opțional, dividendele pot fi plătite trimestrial în termenul stabilit de AGA sau, dacă este cazul, prin legi speciale, regularizarea diferențelor ce rezultă din distribuirea dividendelor în cursul anului fiind efectuată prin intermediul situațiilor financiare anuale. Plata diferențelor rezultate din ajustare se efectuează în termen de 60 de zile de la data aprobării situațiilor financiare anuale pentru exercițiul financiar încheiat. În cazul în care plata dividendelor nu se realizează în termen, Societatea datorează dobândă penalizatoare calculată în conformitate cu legea.

Alte drepturi ale acționarilor

Legea Societăților, Legea 24/2017 și Regulamentul ASF nr. 5/2018 prevăd următoarele drepturi în favoarea anumitor categorii de acționari, a căror respectare trebuie să fie atent monitorizată de Societate:

- dreptul acționarului/acționarilor care deține/dețin, individual sau împreună, cel puțin 5% din capitalul social al Societății de a solicita auditorilor interni să investigheze anumite operațiuni ale Societății;
- dreptul acționarului/acționarilor care deține/dețin, individual sau împreună, cel puțin 5% din capitalul social al Societății de a solicita convocarea unei AGA, de a introduce puncte noi pe ordinea de zi a adunării generale și proiecte de hotărâre spre a fi incluse pe ordinea de zi a AGA; dacă această solicitare nu este respectată, respectivii acționari au dreptul suplimentar de a cere instanței să convoace imediat o adunare generală;
- dreptul acționarului/acționarilor care deține/dețin, individual sau împreună, cel puțin 10% din capitalul social al Societății de a cere instanței să desemneze unul sau mai mulți experți, însărcinați să analizeze anumite operațiuni privind gestiunea Societății și să întocmească un raport cu privire la acestea;
- dreptul acționarului/acționarilor care deține/dețin, individual sau împreună, cel puțin 5% din capitalul social al Societății sau din drepturile de vot de a solicita alegerea membrilor Consiliului de Supraveghere prin metoda votului cumulativ; cu toate acestea, această metodă se aplică obligatoriu numai dacă solicitarea provine de la un acționar care deține cel puțin 10% din capitalul social;
- AGA poate decide să introducă o acțiune în justiție împotriva fondatorilor, conducătorilor, administratorilor, respectiv a membrilor Consiliului de Supraveghere, precum și a auditorilor sau auditorilor financiari, pentru prejudicii aduse Societății din culpa acestora, cu nerespectarea îndatoririlor acestora față de Societate. Dacă adunarea generală nu decide să introducă o acțiune în răspundere și nu adoptă propunerea unuia sau mai multor acționari de a introduce o astfel de acțiune, acționarii care reprezintă, fiecare sau cumulativ, cel puțin 5% din capitalul social au dreptul să introducă o acțiune în despăgubire, în nume propriu, dar pe seama Societății, împotriva oricărei persoane menționate mai sus.

Drepturile de vot se calculează pe baza numărului total al drepturilor de vot aferente acțiunilor, chiar dacă exercitarea acestora este suspendată. În vederea calculării pragurilor menționate mai sus, Societatea trebuie să facă public numărul total de acțiuni emise și drepturile de vot atașate acestora la finalul fiecărei luni calendaristice, dacă în perioada respectivă a existat o majorare sau o reducere a capitalului social sau a numărului de drepturi de vot (când este cazul, pentru fiecare clasă de acțiuni, inclusiv la conversia acțiunilor dintr-o clasă în alta).

Modificarea capitalului

Majorarea capitalului social

Conform Actului Constitutiv și reglementărilor aplicabile, AGEA are competența de a decide majorarea sau reducerea de capital social. Capitalul social al Societății poate fi majorat prin: (i) emisiunea de acțiuni noi sau prin majorarea valorii nominale a acțiunilor existente în schimbul unor noi aporturi în numerar și/sau în natură; (ii) încorporarea rezervelor (cu excepția rezervelor legale), precum și a beneficiilor sau a primelor de emisiune; (iii) compensarea unor creanțe certe, lichide și exigibile asupra Societății cu acțiuni ale acesteia.

Acțiunile emise pentru majorarea capitalului social vor fi oferite spre subscriere în primul rând

acționarilor existenți, proporțional cu numărul acțiunilor pe care le posedă. A se vedea și sub-sectiunea "Drepturi de preferință" de mai sus.

Potrivit legislației aplicabile în vigoare la data Prospectului, AGEA poate autoriza Consiliul de Administrație să majoreze capitalul social până la o limită maximă decisă de adunare. Aceasta nu poate depăși jumătate din capitalul social subscris existent la momentul autorizării. Perioada de valabilitate a acestei competențe acordate de AGEA este de maximum 4 ani.

Consiliului de Administrație îi poate fi delegată prin hotărâre a AGEA, pe lângă atribuția de a decide majorarea capitalului social, și cea de ridicare a dreptului de preferință, cu respectarea condițiilor de cvorum și majoritate prevăzute în lege în legătură cu ridicarea dreptului de preferință.

Reducerea capitalului social

Capitalul social va putea fi redus numai după trecerea a 2 luni din ziua în care hotărârea adunării generale extraordinare a acționarilor de aprobare a reducerii capitalului social a fost publicată în Monitorul Oficial al României, Partea a IV-a.

Dobândirea propriilor acțiuni

Societatea poate să dobândească propriile acțiuni, fie direct, fie prin intermediul unei persoane acționând în nume propriu, dar pe seama Emitentului, cu respectarea următoarelor condiții: (i) autorizarea dobândirii propriilor Acțiuni este acordată de către AGEA, care va stabili condițiile acestei dobândiri, în special numărul maxim de Acțiuni ce urmează a fi dobândite, durata pentru care este acordată autorizația și care nu poate depăși 18 luni de la data înregistrării în registrul comerțului a deciziei AGEA de aprobare, și, în cazul unei dobândiri cu titlu oneros, contravaloarea lor minimă și maximă; (ii) valoarea nominală a Acțiunilor proprii dobândite de Societate, inclusiv a celor aflate deja în portofoliul său, nu poate depăși 10% din capitalul social subscris; (iii) tranzacția poate avea ca obiect doar Acțiuni integral liberate; și (iv) plata Acțiunilor astfel dobândite se va face numai din profitul distribuibil sau din rezervele disponibile ale Societății, înscrise în ultima situație financiară anuală aprobată, cu excepția rezervelor legale.

Organe statutare

Adunarea generală a acționarilor

AGA unei societăți pe acțiuni, asemenea Societății, pot fi ordinare sau extraordinare. Nu există diferențe între cele două din punctul de vedere al formalităților de convocare.

AGOA și AGEA diferă în ce privește cvorumul, majoritățile de vot și atribuțiile. Către AGEA sunt atribuite puteri superioare de decizie (a se vedea mai jos). În consecință, legea prevede cvorumuri și majorități de vot mai mari pentru AGEA.

Potrivit Legii Societăților și Noului Act Constitutiv, adunarea generală se convoacă la inițiativa Directoratului sau la cererea acționarilor care reprezintă, individual sau împreună, cel puțin 5% din capitalul social, în termen de cel mult 30 de zile de la data la care este primită o astfel de cerere. În această situație, adunarea generală se va întruni la prima sau la a doua convocare, în termen de cel mult 60 de zile de la data primirii cererii de către Societate.

Societatea pune la dispoziția acționarilor, cu cel puțin 30 de zile înainte de data adunării generale a acționarilor, documentele sau informațiile vizând punctele înscrise pe ordinea de zi, pe pagina de internet proprie, inclusiv: (i) situațiile financiare anuale; (ii) raportul anual al Consiliului de Administrație; (iii) raportul integral al auditorului financiar; (iv) raportul de remunerare; (v) propunerea cu privire la distribuirea de dividende.

Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor

AGOA trebuie să se întrunească cel puțin o dată pe an, în termen de cinci luni de la finalul exercițiului financiar.

Conform Noului Act Constitutiv, în afară de dezbaterile altor puncte înscrise pe ordinea de zi, acționarii au, printre altele, și următoarele obligații:

- (a) să discute, să aprobe sau să modifice situațiile financiare anuale, pe baza rapoartelor prezentate de Consiliul de Administrație și/sau de auditorul statutar, potrivit legii;
- (b) să repartizeze profitul și să stabilească dividendul;
- (c) să numească și să revoce membrii consiliului de administrație, respectiv auditorul statutar și să stabilească durata minimă a contractului de audit;
- (d) să aprobe bugetul de venituri și cheltuieli și, după caz, programul de activitate (inclusiv bilanțul, contul de profit și pierdere, fluxul de numerar și investițiile), pe exercițiul financiar următor sau orice proiecții financiare care țin de strategia Societății; și
- (e) să aprobe gajarea, închirierea sau desființarea uneia sau a mai multor unități ale Societății.

Cvorumul minim pentru prima convocare a AGOA este reprezentat de acționarii care reprezintă mai mult de jumătate din numărul total de drepturi de vot. În cazul în care cvorumul minim necesar este întrunit la prima convocare, hotărârile privind punctele incluse pe ordinea de zi publicată a adunării pot fi adoptate statutar cu majoritatea voturilor exprimate de acționarii prezenți sau reprezentați în mod valabil în cadrul adunării.

Dacă cerințele de cvorum nu sunt întrinite pentru desfășurarea adunării la prima convocare sau, dacă, pe parcursul ședinței, acestea încetează a mai fi întrinite, AGOA se va ține la o a doua convocare, într-o zi, la o oră și într-un loc specificate în acest sens în convocare. AGOA întrunită la a doua convocare poate decide cu privire la problemele incluse în ordinea de zi făcută publică a primei adunări convocate, indiferent de numărul acționarilor prezenți, cu majoritatea voturilor exprimate de acționarii prezenți sau reprezentați în mod valabil în cadrul adunării. Legea Societăților interzice unei societăți să stabilească cerințe de cvorum sau de majoritate mai exigente pentru a doua convocare a Adunării Generale Ordinare a Acționarilor.

Adunarea Generală Extraordinară a Acționarilor

Conform Noului Act Constitutiv, AGEA se poate întruni ori de câte ori este necesară adoptarea unei hotărâri cu privire la:

- (a) modificarea formei juridice a Societății;
- (b) majorarea sau reducerea capitalului social al Societății sau reîntregirea lui prin emisiune de noi acțiuni;
- (c) fuziunea cu alte societăți sau divizarea Societății sau alte reorganizări similare;
- (d) dizolvarea anticipată a Societății;
- (e) conversia acțiunilor dintr-o categorie în alta;
- (f) conversia obligațiunilor dintr-o categorie în altă categorie sau în acțiuni;
- (g) emisiunea de obligațiuni;
- (h) încheierea de acte de dobândire, înstrăinare, închiriere, schimb sau de constituire în garanție a unor active din categoria activelor imobilizate ale Societății, a căror valoare depășește, individual sau cumulativ, pe durata unui exercițiu financiar, 20% din totalul valorii contabile a activelor imobilizate ale Societății, minus creanțele;
- (i) închirierile de active corporale, pentru o perioadă mai mare de un an, a căror valoare individuală sau cumulativă față de același cocontractant sau persoane implicate ori care acționează în mod concertat depășește 20% din valoarea totalului activelor imobilizate, mai puțin creanțele la data încheierii actului juridic, precum și asocierile pe o perioadă mai mare de un an, depășind aceeași valoare;
- (j) aprobarea admiterii la tranzacționare pe o piață reglementată a oricăror instrumente financiare emise de Societate; și

- (k) orice modificare a Noului Act Constitutiv sau oricare altă hotărâre pentru care este cerută aprobarea AGEA;

Cvorumul minim pentru prima convocare a AGEA este reprezentat de acționarii care dețin mai mult de jumătate din capitalul social al Societății. În cazul în care cvorumul minim necesar este întrunit la prima convocare, hotărârile privind punctele incluse pe ordinea de zi publicată a adunării pot fi adoptate statutar cu voturile acționarilor care reprezintă majoritatea capitalului social al Societății. Cerințele de cvorum prevăzute de Noul Act Constitutiv pentru prima convocare a AGEA sunt mai exigente decât cele prevăzute de Legea Societăților.

Dacă nu se întrunesc cerințele de cvorum sau, dacă, pe parcursul ședinței, acestea încetează să mai fie întrinite, AGEA se va ține la o a doua convocare într-o zi, la o oră și într-un loc specificate în acest sens în convocare. AGEA întrunită la a doua convocare poate decide cu privire la problemele incluse în ordinea de zi făcută publică a primei adunări convocate în prezența acționarilor reprezentând o cincime din numărul total al drepturilor de vot, cu majoritatea voturilor deținute de acționarii prezenți sau reprezentați în mod valabil în cadrul adunării.

Fără a aduce atingere prevederilor de mai sus, decizia de modificare a obiectului principal de activitate al Societății, de reducere sau majorare a capitalului social, de schimbare a formei juridice, de fuziune, divizare sau dizolvare a Societății trebuie luată cu o majoritate de cel puțin 2/3 din drepturile de vot deținute de acționarii Societății prezenți, reprezentați sau care au votat prin corespondență.

În ceea ce privește majorarea capitalului social prin aport în numerar, ridicarea dreptului de preferință al acționarilor de a subscrie noile acțiuni trebuie să fie hotărâtă în AGEA, la care participă acționarii reprezentând cel puțin 85% din capitalul social subscris și cu votul acționarilor care dețin cel puțin 3/4 din drepturile de vot. Aceste cerințe de cvorum și majoritate sunt aplicabile și în cazul ridicării dreptului de preferință în situația majorării capitalului social prin conversia datoriilor certe, lichide și exigibile.

O majorare a capitalului social prin aporturi în natură trebuie aprobată de AGEA, la care participă acționarii reprezentând cel puțin 85% din capitalul social subscris și cu votul acționarilor care dețin cel puțin 3/4 din drepturile de vot. Aporturile în natură pot consta numai în bunuri noi și performante necesare realizării obiectului de activitate al Societății.

În anumite situații expres prevăzute de legislația în vigoare, întrunirea cvorumului și adoptarea deciziilor se va realiza în condițiile prevăzute de reglementările respective.

AGEA poate decide dizolvarea Societății, cu o majoritate de cel puțin 2/3 din drepturile de vot deținute de acționarii prezenți sau reprezentați în AGEA. În cazul în care AGEA a decis dizolvarea Societății, aceasta are ca efect deschiderea procedurii lichidării. Din momentul dizolvării, membrii Consiliului de Administrație nu mai pot întreprinde noi operațiuni și vor răspunde, în caz contrar, individual și solidar pentru oricare dintre acțiunile întreprinse. Consecințele fiscale ale divizării și lichidării vor fi stabilite în conformitate cu legislația fiscală românească și cu legislația țării în care este rezident fiscal fiecare investitor.

Obligații de declarare și raportare

De la Data Listării, Societatea va trebui să îndeplinească anumite obligații de transparență în conformitate cu prevederile Legii 24/2017 și ale Regulamentului ASF nr. 5/2018. De exemplu, potrivit Legii 24/2017, în cazul în care, ca urmare a achiziției sau cesiunii de Acțiuni sau a altor operațiuni cu Acțiunile, proporția drepturilor de vot deținute de o persoană atinge, depășește sau scade sub unul din pragurile de 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 33%, 50% și 75% din totalul drepturilor de vot, respectiva persoană trebuie să înștiințeze Societatea cu privire la proporția drepturilor de vot deținute, în mod prompt, dar nu mai târziu de patru zile de tranzacționare de la data la care persoana respectivă (i) află despre achiziționare sau cesiune sau despre posibilitatea de exercitare a drepturilor de vot sau la care ar fi trebuit să afle despre acestea, date fiind circumstanțele, indiferent de data la care produce efecte achiziționarea, cesiunea sau posibilitatea de exercitare a drepturilor de vot; sau (ii) este informată în legătură cu un eveniment prin care se modifică repartizarea drepturilor de vot.

De asemenea, potrivit Legii 24/2017, Societatea trebuie să își publice situațiile contabile auditate cel târziu la patru luni după sfârșitul fiecărui exercițiu financiar, rapoartele semestriale cel târziu la trei luni după încheierea primelor șase luni ale fiecărui exercițiu financiar și rapoartele trimestriale pentru primul

și cel de al treilea trimestru al anului în termen de 45 de zile de la încheierea perioadei de raportare.

În plus, Societatea are obligația de a informa publicul, printre altele, cu privire la următoarele aspecte:

- (a) convocarea adunării generale a acționarilor;
- (b) hotărârile adunărilor acționarilor;
- (c) înlocuirea auditorului Societății și motivele acestei schimbări;
- (d) modificarea controlului, inclusiv modificarea indirectă a controlului;
- (e) încheierea, încetarea sau diminuarea unor acorduri contractuale care au generat cel puțin 10% din veniturile Societății în exercițiul financiar anterior;
- (f) proceduri litigioase care implică Societatea;
- (g) achiziții sau înstrăinări semnificative de active (achiziția sau înstrăinarea este considerată semnificativă, dacă activele reprezintă cel puțin 10% din valoarea totală a activelor Societății, fie anterior, fie ulterior tranzacției); și
- (h) noi produse sau servicii lansate de Societate sau un proces nou de dezvoltare, care afectează resursele Societății.



Obligația de a lansa oferte publice de preluare obligatorie și de retragere („squeeze out”) obligatorie

Preluare publică obligatorie

În conformitate cu Legea 24/2017, dacă o persoană, în urma achiziției proprii sau a achiziției de către persoane care acționează în mod concertat cu aceasta, deține valori mobiliare ale unui emitent, care, adăugate la orice dețineri existente de titluri de valoare ale acesteia și la deținerile de valori mobiliare ale persoanelor care acționează în mod concertat cu aceasta, direct sau indirect, îi conferă mai mult de 33% din drepturile de vot în emitentul respectiv, acea persoană are obligația de a lansa o ofertă publică adresată tuturor deținătorilor de valori mobiliare („Ofertă Publică de Preluare Obligatorie”). O astfel de Ofertă Publică de Preluare Obligatorie trebuie să aibă ca obiectiv dobândirea tuturor participațiilor respectivilor deținători de valori mobiliare, la un preț echitabil, și trebuie efectuată cât mai curând posibil, dar nu mai târziu de două luni de la momentul atingerii respectivei dețineri de 33%.

Prin derogare, nu există obligația inițierii Ofertei Publice de Preluare Obligatorie în cazul în care acționarii au dobândit mai mult de 33% din drepturile de vot anterior intrării în vigoare a Legii 24/2017, cu respectarea prevederilor legale incidente la momentul dobândirii.

De asemenea, inițierea unei Oferte Publice de Preluare Obligatorie nu este obligatorie nici în cazul în care deținerea reprezentând mai mult de 33% din drepturile de vot asupra emitentului a fost dobândită ca urmare a unei tranzacții exceptate. „Tranzacție exceptată” înseamnă că deținerea a fost dobândită: a) în cadrul procesului de privatizare; b) prin achiziționarea de acțiuni de la Ministerul Finanțelor Publice sau de la alte entități abilitate legal, în cadrul procedurii executării creanțelor bugetare; c) în urma transferurilor de acțiuni realizate între societatea-mamă și filialele sale sau între filialele aceleiași societăți-mamă; sau d) în urma unei oferte publice de preluare voluntară adresată tuturor deținătorilor respectivelor valori mobiliare și având ca obiect toate deținerile acestora.

Până la derularea Ofertei Publice de Preluare Obligatorie, drepturile de vot aferente valorilor mobiliare depășind pragul de 33% din drepturile de vot asupra emitentului sunt suspendate, iar respectivul acționar și persoanele cu care acesta acționează în mod concertat nu mai pot achiziționa, prin alte operațiuni, acțiuni ale aceluiași emitent.

În cazul în care o persoană deține în mod neintenționat (astfel cum se descrie mai jos) mai mult de 33% din drepturile de vot ale emitentului, această persoană, în termen de 3 luni de la data dobândirii acestei poziții în acționariat, poate fie să lanseze o ofertă publică potrivit prevederilor de mai sus, fie să înstrăineze un număr de acțiuni, corespunzător pierderii poziției dobândite fără intenție. Dobândirea poziției reprezentând mai mult de 33% din drepturile de vot ale emitentului se consideră neintenționată,

dacă a rezultat din: a) o reducere a capitalului, prin răscumpărarea de către societate a acțiunilor proprii, urmată de anularea acestora; b) depășirea pragului, ca rezultat al exercitării dreptului de preferință, subscriere sau conversie a drepturilor atribuite inițial, precum și al convertirii acțiunilor preferențiale în acțiuni ordinare; sau c) fuziunea/divizarea sau succesiunea.

Retragere și vânzare obligatorie („Squeeze out and sell out”)

Potrivit Legii 24/2017, un acționar care a derulat o ofertă publică de cumpărare adresată tuturor acționarilor și pentru toate deținerile acestora („Ofertantul”) are dreptul să solicite acționarilor care nu au acceptat oferta, să vândă Ofertantului respectivele acțiuni, la un preț echitabil, în situația în care Ofertantul: a) deține acțiuni reprezentând cel puțin 95% din numărul total de acțiuni din capitalul social care conferă drept de vot și cel puțin 95% din drepturile de vot ce pot fi efectiv exercitate; b) a achiziționat, în cadrul ofertei publice de cumpărare adresate tuturor acționarilor și pentru toate deținerile acestora, acțiuni reprezentând cel puțin 90% din numărul total de acțiuni din capitalul social care conferă drept de vot și cel puțin 90% din drepturile de vot vizate în cadrul ofertei.

Acest drept poate fi exercitat în termen de 3 luni de la data închiderii ofertei publice. În cazul în care un ofertant își poate exercita dreptul de retragere obligatorie, atunci oricare acționar minoritar are dreptul să solicite ca ofertantul să îi cumpere acțiunile la un preț echitabil, calculat potrivit prevederilor legale.

Nu au existat oferte publice de preluare de către terțe părți pentru întregul sau o parte din capitalul social al Societății de la data constituirii Societății.

Certificate de depozit

Emiterea de certificate de depozit se poate face pentru un număr de acțiuni suport care reprezintă cel mult 1/3 din numărul total de acțiuni emise de societatea emitentă. În cazul în care emiterea de certificate de depozit se realizează ca urmare a derulării unei oferte publice de vânzare, emiterea de certificate de depozit se poate face pentru un număr de acțiuni suport care reprezintă cel mult 1/10 din numărul de acțiuni obiect al ofertei, dar fără a se depăși 1/3 din numărul total de acțiuni emise de societatea emitentă. În cazul în care oferta publică este primară, pragul de 1/3 se va calcula cu luarea în considerare a capitalului social care va rezulta în urma majorării.

Conform Regulamentului ASF nr. 4/2013 cu modificările ulterioare, după derularea ofertei publice de vânzare la care se face referire mai sus, nu este permisă emiterea timp de 12 luni de certificate de depozit prin conversia acțiunilor.

Acorduri de cooptare a salariaților în capitalul Emitentului

La data de 11 mai 2026, AGOA Emitentului a aprobat un program de tip „stock options plan”, conform căruia anumiți participanți eligibili (inclusiv membrii Consiliului de Administrație, directorii și angajații) pot dobândi, cu titlu gratuit, acțiuni în capitalul social al Societății. Pentru mai multe detalii privind principiile aplicabile acestui program de tip „stock options plan”, a se vedea și secțiunea *Conducerea. Participații și opțiuni pe acțiuni.*



TRANZACȚII CU PĂRȚILE AFILIATE

În continuare se regăsește o sinteză a tranzacțiilor cu părțile afiliate, astfel cum sunt acestea definite în IAS 24 „Prezentarea informațiilor privind părțile afiliate”. Pentru mai multe informații cu privire la părțile afiliate menționate în această secțiune, a se vedea secțiunea „Activitatea Societății”.


Aspecte generale

În contextul Situațiilor Financiare Auditate ale Societății, se consideră că părțile sunt afiliate conform cerințelor IAS 24 „Prezentarea informațiilor privind părțile afiliate” stabilite în Standardele Internaționale de Contabilitate („IAS”) în conformitate cu Regulamentul (CE) nr. 1606/2002 al Parlamentului European și al Consiliului, care definește o parte afiliată ca fiind o persoană sau o entitate care este afiliată entității care întocmește situațiile sale financiare.

În perioada 2023 – 2025 Societatea a realizat tranzacții cu următoarele părți afiliate:

Parte afiliată	Natura relației	Țara de constituire	Natura tranzacțiilor	Acționar	Procent deținut	Beneficiar Real	Procent	
AC UNITED TRAVEL SRL	Parte afiliată	România	Servicii turistice	Memento Air	100%	Pandel Ion-Cristian	80%	
							Pandel Marius-Gabriel	20%
ANIMA WINGS AVIATION SA ¹	Parte afiliată	România	Transport aerian	MCP Holding BV	37.66%	Pandel Ion-Cristian	80%	
							Pandel Marius-Gabriel	20%
				Pan Global Assets Holding S.A.	62.34%	Pandel Marius-Gabriel	100%	
CHRISTIAN TECHNOLOGY SRL	Parte afiliată	România	Transport	Memento Transport Holding	100%	Pandel Ion-Cristian		
FABRICA DE ASIGURĂRI-BROKER DE ASIGURARE SRL	Parte afiliată	România	Asigurări	Adrian Teslovan	20%	Adrian Teslovan	-	
				Oxford Investment Alliance	80%	Pandel Ion-Cristian	100%	
FUNDAȚIA CHRISTIAN HOPE	Parte afiliată	România	Donații	Pandel Ion Cristian	100%	Pandel Ion-Cristian	100%	
GERMAN TOURISTIK GROUP SRL	Parte afiliată	România	Servicii turistice	Pandel Andreea	10%	Pandel Andreea-Cosmina	-	
				Oxford Investment Alliance	90%	Pandel Ion-Cristian	100%	
HELOLYMP CONSTRUCT SRL	Parte afiliată	România	Prestări servicii	Pandel Marius Gabriel	50%	Pandel Marius Gabriel		
				Pandel Ion Cristian	50%	Pandel Ion Cristian		
HUGO CONSTRUCT BUSINESS SRL	Parte afiliată	România	Prestări servicii	Pandel Marius Gabriel	100%	Pandel Marius-Gabriel	100%	
LIFESTYLE YUGA SRL	Parte afiliată	România	Prestări servicii	Oxford Investment Alliance	99,998%	Pandel Ion-Cristian	100%	
				Pandel Andreea	0.002%	Pandel Andreea-Cosmina	-	
MEMENTO AIR SRL	Parte afiliată	România	Refacturare servicii de transport aerian cu furnizori terți și comision de	Pandel Marius Gabriel	20%	Pandel Marius-Gabriel		
				Oxford Investment	80%	Pandel Ion-Cristian	100%	

¹ La data de 29 aprilie 2026, Anima Wings S.A., MCP Holding BV, Pan Global Assets Holding S.A., Pandel Ion-Cristian, Pandel Marius-Gabriel, BT Asset Management S.A.I. S.A., Evergent Investments S.A. și Winners Holding Investments S.R.L. au semnat un acord conform căruia BT Asset Management S.A.I. S.A., Evergent Investments S.A. și Winners Holding Investments S.R.L. vor dobândi o deținere viitoare de 50% din Anima Wings S.A., sub rezerva îndeplinirii unor condiții suspensive.

Parte afiliată	Natura relației	Țara de constituire	Natura tranzacțiilor	Acționar	Procent deținut	Beneficiar Real	Procent		
			intermediere	Alliance					
MEMENTO BUS COMPANY SRL	Parte afiliată	România	Transport și servicii de tip charter	Oxford Investment Alliance	5%	Pandel Ion-Cristian	100%		
				Memento Transport Holding	95%	Pandel Marius-Gabriel	20%		
MEMENTO EXPRESS S.A.	Parte afiliată	România	Servicii de curierat	Memento Transport Holding	90%	Pandel Marius-Gabriel	20%		
				Aldescu Lucian	10%	Pandel Ion-Cristian	80%		
MEMENTO INTERNATIONAL SRL	Parte afiliată	România	Refacturare servicii de cazare contractate cu furnizori terți și comision de intermediere	Oxford Investment Alliance	79.2%	 Pandel Ion-Cristian	100%		
				CPM Cambridge Holding S.R.L.	20.8%				
MEMENTO MANAGEMENT & LOGISTICS SRL	Parte afiliată	România	Refacturare costuri administrative (chirii, utilități, telefonie mobilă etc.) și servicii de management	CPM Cambridge Holding S.R.L.	19.93%	Pandel Ion-Cristian	100%		
				Oxford Investment Alliance	80.07%				
MEMENTO TRANSPORT HOLDING SRL	Parte afiliată	România	Activități de tip holding	MCP Holding B.V.	100%	Pandel Marius-Gabriel	20%		
						Pandel Ion-Cristian	80%		
OXFORD INVESTMENT ALLIANCE SRL	Asociat	România	Activități de tip holding	Pandel Ion Cristian	100%	-	-		
PAN GLOBAL ASSETS HOLDING SA	Asociat majoritar	România	Activități de tip holding	Hugo Construct Business S.R.L.	1%	Pandel Marius-Gabriel	100%		
				Pandel Marius Gabriel	99%				
PANDEL BROTHERS SRL	Parte afiliată	România	Prestări servicii	Memento International	61.90%	Pandel Ion-Cristian	100%		
				Helolymp Construct S.R.L.	13.20%	Pandel Ion-Cristian	50%		
						Pandel Marius-Gabriel	50%		
				Pieriki Construct S.R.L.	0.70%	Pandel Ion-Cristian	95%		
						Pandel Andreea-Cosmina	5%		
				Pandel Marius Gabriel	1.70%	-	-		
				Pandel Ion Cristian	22.46%	-	-		
PIERIKI CONSTRUCT SRL	Parte afiliată	România	Prestări servicii	Pandel Ion Cristian	95%	-	-		
				Pandel Andreea	5%	-	-		
POȘTA TABITA TOUR SA	Parte afiliată	România	Servicii de curierat	Filadelfia S.R.L.	31,25%	Sighiartau Ioan Eugen	100%		
				Tabita Tour S.R.L.	23,81%	Sighiartau Ioan Eugen	100%		
				Pieriki Construct S.R.L.	18%	Pandel Ion Cristian	95%		
						Pandel Andreea	5%		
				Memento Transport Holding S.R.L.	17%	Pandel Marius-Gabriel	20%		
				Aldescu Lucian	10%	Pandel Ion-Cristian	80%		
				Sighiartau Ioan Eugen	0.002%	-	-		
SFARA TOURS BAIA MARE SRL	Parte afiliată	România	Servicii turistice	CPM Cambridge Holding S.R.L.	100%	Pandel Ion-Cristian	100%		
TREND CAREER	Parte	România	Servicii de call-	Oxford	20%	Pandel Ion-Cristian	100%		

Parte afiliată	Natura relației	Țara de constituire	Natura tranzacțiilor	Aționar	Procent deținut	Beneficiar Real	Procent
CENTER SRL	afiliată		center	Investment Alliance Nicolae Băjenica	80%	-	-

Sursa: Emitentul

Pentru perioada analizată, valoarea totală a tranzacțiilor cu părțile afiliate a fost următoarea: în 2025, tranzacțiile au totalizat 831.518.642 RON, din care 780.865.679 RON achiziții de la părți afiliate și 50.652.963 RON vânzări către părți afiliate; în 2024, valoarea totală a fost de 625.258.914 RON, compusă din 615.301.546 RON achiziții și 9.957.368 RON vânzări; iar în 2023, tranzacțiile cu părțile afiliate au însumat 394.881.860 RON, din care 351.560.568 RON achiziții și 43.321.292 RON vânzări.

În perioada analizată (2023-2025), compania a derulat tranzacții cu părți afiliate, structura acestora reflectând organizarea operațională și modul de centralizare a anumitor funcții și activități suport. O componentă semnificativă a tranzacțiilor este generată de relațiile cu entități afiliate care gestionează contractarea și furnizarea unor servicii esențiale utilizate în activitatea de tour-operator.

Astfel, Memento International este entitatea care administrează contractele cu unitățile de cazare, centralizând relațiile comerciale cu furnizorii de servicii turistice. Serviciile contractate sunt ulterior refacturate către Christian Tour în funcție de necesarul operațional și de structura pachetelor turistice comercializate.

În mod similar, Memento Air gestionează contractarea capacităților de transport aerian, costurile aferente zborurilor fiind refacturate către Christian Tour în funcție de utilizarea acestora în cadrul pachetelor turistice.

De asemenea, Memento Management are rolul de a centraliza anumite servicii administrative și operaționale, precum chirii, utilități și servicii de telefonie mobilă. Contractele cu principalii furnizori sunt încheiate la nivel centralizat, iar costurile sunt ulterior refacturate către fiecare entitate în funcție de utilizarea efectivă a serviciilor.

Acest model operațional permite eficientizarea administrării contractelor, optimizarea negocierii cu furnizorii și reducerea sarcinilor administrative la nivelul fiecărei entități individuale. În consecință, nivelul tranzacțiilor reflectă în principal acest model de contractare centralizată și refacturare și nu reprezintă tranzacții artificiale, ci operațiuni curente, necesare desfășurării activității.

Împrumuturi către/de la părți afiliate în perioada 2023-2025

În perioada 2023-2025, împrumuturile dintre societate, acționari și alte entități afiliate au înregistrat variații semnificative, odată cu acordarea, rambursarea și stingerea treptată a expunerilor cu părți afiliate. Împrumuturile acordate acționarilor au crescut de la un sold de 10.332.189 RON în 2023 la 28.178.216 RON în 2024, iar în 2025 acestea au fost integral rambursate.

Împrumuturile acordate altor părți afiliate au crescut de la 5.184.814 RON în 2023 la 5.223.436 RON în 2024, iar în 2025 soldul final a fost redus la doar 190.468 RON. În paralel, împrumuturile primite de la acționari au avut un sold de 4.139.032 RON la finalul lui 2023, ulterior au crescut la 4.588.233 RON în 2024, iar în 2025 au fost integral stinse, astfel încât soldul final a ajuns la 0 RON.

În ansamblu, evoluția acestor poziții arată că finanțările au fost utilizate temporar pentru echilibrarea lichidităților, iar în 2025 compania a urmărit reducerea și eliminarea expunerilor financiare față de părțile afiliate.

RON	2025	2024	2023
<i>Împrumuturi acordate acționarilor</i>			
Sold la începutul anului	28.178.216	10.332.189	-
Împrumuturi acordate	-	17.003.358	12.446.408
Discounting (Distribuire de capital)	-	(1.640.364)	(2.126.933)
Rambursări de împrumut primite	(26.427.190)	-	-
Dobândă calculată	1.074.631	1.714.912	-

Dobândă încasată	(2.825.657)	-	-
Alte cheltuieli nemonetare	-	768.121	12.714
Sold la sfârșitul anului	-	28.178.216	10.332.189
<i>Împrumuturi către alte părți afiliate</i>			
Sold la începutul anului	5.223.436	5.184.814	5.868.916
Împrumuturi acordate	-	-	-
Discounting (Distribuire de capital)	998.876	(228.850)	(350.576)
Rambursări de împrumut primite	(4.494.216)	-	(559.309)
Compensări (*)	(1.117.226)	-	-
Dobândă calculată	226.587	237.095	219.420
Dobândă încasată	(646.988)	-	-
Alte cheltuieli nemonetare	-	30.377	6.358
Sold la sfârșitul anului	190.468	5.223.436	5.184.814
<i>Împrumuturi primite de la acționari</i>			
Sold la începutul anului	4.588.233	4.139.032	-
Împrumuturi acordate	-	-	5.000.000
Discounting (Aport de capital)	-	-	(898.401)
Rambursări de împrumut efectuate	(4.101.599)	-	-
Dobândă calculată	411.767	449.201	37.433
Dobândă plătită	(898.401)	-	-
Sold la sfârșitul anului	-	4.588.233	4.139.032

Sursa: Situațiile Financiare Auditate

* Compensările reprezintă sume de primit compensate cu datoriile rezultate din achiziția de active de la aceeași parte afiliată.

Împrumuturile acordate de Companie părților afiliate nu poartă dobândă. Cu toate acestea, în conformitate cu IFRS 9, împrumuturile sunt evaluate la cost amortizat utilizând metoda dobânzii efective, ceea ce implică actualizarea fluxurilor de numerar așteptate.

Tranzacții cu părți afiliate în perioada ianuarie–martie 2026

În perioada 1 ianuarie 2026 – 31 martie 2026 (fiind data la care sunt disponibile cele mai recente informații), tranzacțiile cu părți afiliate au reflectat activitatea operațională curentă dintre entitățile afiliate. Achizițiile de la furnizorii intra-grup au însumat 103.815.219 RON, iar vânzările către clienții intra-grup au totalizat aproximativ 9.114.795 RON. În aceeași perioadă, au fost acordate avansuri către furnizori intra-grup în valoare de 55.949.580 RON, în timp ce avansurile primite de la clienții intra-grup au fost nesemnificative, 1.176 RON.

La finalul lunii martie 2026, soldul expunerii intra-grup a fost de 161.338.666 RON, reprezentând datorii comerciale, avansuri și alte creanțe/datorii între entitățile afiliate. Structura soldului arată că principala componentă o reprezintă avansurile acordate furnizorilor intra-grup, în valoare de 91.490.157 RON (aprox. 57% din total), aferente rezervărilor și blocării capacităților pentru servicii turistice. Alte creanțe și datorii intra-grup însumează 29.218.881 RON (aprox. 18%), iar datoriile comerciale către furnizori intra-grup se ridică la 40.285.505 RON (aprox. 25% din total). Avansurile primite de la clienți intra-grup sunt marginale.

Per ansamblu, tranzacțiile și soldurile intra-grup reflectă în mod dominant modelul operațional, bazat pe centralizarea achizițiilor de servicii turistice și pe utilizarea avansurilor pentru asigurarea capacităților necesare desfășurării activității. Aceste operațiuni sunt parte integrantă a activităților curente și sunt derulate în condiții de piață.

Politica de Prețuri de Transfer (2023–2025)

Tranzacțiile dintre Emitent și entitățile afiliate sunt realizate în conformitate cu principiul valorii de piață (arm's length), fiind susținute de documentația de prețuri de transfer întocmită cu sprijinul KPMG.

Structura operațională este organizată pe funcții specializate, în care Emitentul, în calitate de tour-operator, achiziționează servicii de la entitățile afiliate și le integrează în pachete turistice comercializate către clienți finali.

- Memento International gestionează contractele de cazare și refacturează către Emitent la costul de achiziție, fără adaos comercial, putând percepe un comision de refacturare în funcție de volum.
- Memento Management & Logistics refacturează la cost cheltuieli administrative (chirii, utilități, marketing etc.), pe baza unor rapoarte de alocare documentate.
- Memento Air refacturează biletele de avion la costul de achiziție, la care se adaugă un comision fix de 1 euro/bilet, fără alte comisioane.

Mecanismele utilizate (refacturare la cost și comisioane limitate) asigură transparența, trasabilitatea și verificabilitatea costurilor, prin raportare directă la contractele cu furnizorii externi și documentele justificative.

Această structură reprezintă o măsură de protecție pentru Emitent, limitând expunerea la riscuri fiscale și de prețuri de transfer, asigurând totodată o alocare corectă a costurilor și o separare clară a funcțiilor operaționale în cadrul entităților afiliate.

Tranzacțiile cu părțile afiliate sunt reglementate prin contracte scrise și monitorizate la nivelul conducerii, în conformitate cu legislația aplicabilă.



REGIMUL FISCAL

Următorul sumar al implicațiilor fiscale în România care pot apărea urmare a deținerilor de acțiuni se bazează pe acte cu putere de lege, norme administrative, decrete, hotărâri judecătorești, convenții privind evitarea dublei impuneri (tratate), practici administrative și decizii legale în vigoare la data prezentului prospect. Cu toate acestea, vor putea exista modificări legislative, legale sau administrative sau interpretări care ar putea modifica afirmațiile și concluziile prezentate în acest document. Orice astfel de modificări sau interpretări pot fi retroactive și pot avea implicații fiscale la nivelul deținătorilor de acțiuni. Prezentul rezumat nu își propune a fi o opinie cu putere juridică sau să includă toate implicațiile fiscale care pot fi relevante pentru un deținător de acțiuni. Fiecare potențial investitor este încurajat să se adreseze propriului consultant fiscal pentru a identifica consecințele fiscale specifice din deținerea și vânzarea acțiunilor, aplicabilitatea și impactul oricăror alte legi fiscale sau tratate de evitare a dublei impuneri, precum și cu privire la modificările în curs sau cele propuse ale legislației fiscale aplicabile de la data prezentului prospect și respectiv impactul efectiv al acestor modificări aplicabile după această dată. Legislația fiscală aplicabilă în statul de rezidență al investitorului și respectiv a statului unde Societatea este încorporată poate avea un impact asupra veniturilor primite ca urmare a Ofertei de Acțiuni.

Considerente fiscale aplicabile în România

Impozitarea dividendelor

Dividende distribuite persoanelor juridice române

În conformitate cu prevederile Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal ("Codul fiscal"), dividendele primite de entitățile juridice române de la alte entități juridice române sunt neimpozabile la calculul impozitului pe profit (cu toate acestea, astfel de dividende ar putea face obiectul impozitării cu reținere la sursă de către plătitor, după cum este detaliat mai jos).

Cu toate acestea, dividendele plătite de persoane juridice române altor persoane juridice române sunt supuse unui impozit pe dividende reținut la sursă de 16% (aplicabilă începând cu 1 ianuarie 2026). Cota de 16% se aplică și dividendelor distribuite/plătite către fondurile de pensii române/fondurile de pensii facultative.

Veniturile din dividende plătite de o persoană juridică română unei alte persoane juridice române sunt scutite de la plata impozitului reținut la sursă dacă sunt îndeplinite cumulativ următoarele condiții:

- Entitatea română care efectuează distribuția plătește impozit pe profit sau un impozit similar.
- Beneficiarul venitului din dividende deține cel puțin 10% din titlurile de participare ale emitentului, pentru o perioadă neîntreruptă de 1 an, care se încheie în momentul în care dividendele sunt plătite. De asemenea, beneficiarul venitului din dividende plătește impozit pe profit sau un impozit similar.

Prevederile menționate mai sus se aplică numai contribuabililor care sunt în sfera impozitului pe profit.

Impozitul pe dividende este declarat și plătit la bugetul de stat de către entitatea care efectuează distribuția dividendelor, până în data de 25 a lunii următoare în care dividendele au fost plătite. În cazul în care dividendele au fost distribuite dar nu au fost plătite până la sfârșitul anului în care a fost aprobată distribuția, impozitul pe dividende trebuie plătit până la data de 25 ianuarie a anului următor în care s-a aprobat distribuția dividendelor.

În cazul investitorilor români care sunt plătitori de impozit pe veniturile microîntreprinderilor, veniturile din dividende obținute de la o persoană juridică română sunt neimpozabile (excluse din baza impozabilă la calcularea impozitului pe venitul microîntreprinderilor).

Dividende distribuite persoanelor juridice nerezidente

Dividendele plătite de o persoană juridică română unei persoane juridice nerezidente sunt supuse unui impozit cu reținere la sursă de 16% (cota aplicabilă începând cu 1 ianuarie 2026) în România aplicabil sumelor brute plătite.



Cota standard de 16% a impozitului pe dividende reținut în România poate fi redusă după cum urmează:

- a) Aplicarea unei rate mai favorabile a impozitului pe dividende prevăzute într-o convenție pentru evitarea dublei impuneri ("DTT").

În cazul în care DTT încheiată între România și țara de rezidență fiscală a beneficiarului dividendelor prevede o rată de impozitare mai favorabilă în ceea ce privește distribuțiile de dividende, se poate aplica o astfel de rată. Pentru ca rata prevăzută în DTT să fie aplicabilă, beneficiarul dividendului trebuie să furnizeze un certificat de rezidență fiscală valabil în momentul plății dividendelor.

În cazul în care certificatul de rezidență fiscală nu este disponibil în momentul plății, se aplică rata standard de impozitare de 16%. În situația în care certificatul de rezidență fiscală este obținut în termenul legal de prescripție, se poate efectua o rambursare a impozitului pe dividende reținut inițial.

- b) Dividendele plătite unei entități rezidente într-un stat membru al UE sunt scutite de la plata impozitului pe dividende atât timp cât:

- Persoana juridică română care efectuează distribuția dividendelor plătește impozit pe profit sau un impozit similar.
- Beneficiarul venitului din dividende este rezident fiscal într-un alt stat membru al UE și deține cel puțin 10 % din capitalul social al emitentului, pentru o perioadă neîntreruptă de 1 an, care se încheie în momentul în care venitul din dividende este înregistrat. De asemenea, beneficiarul venitului din dividende trebuie să aibă forma legală prevăzută de Codul fiscal (la art. 43) și să plătească impozit pe profit sau un impozit similar.

Pentru aplicarea acestor prevederi, entitatea care efectuează plata dividendelor trebuie să primească un certificat de rezidență fiscală valabil și o declarație pe propria răspundere (*affidavit*) care să ateste îndeplinirea condițiilor menționate anterior.

Impozitul pe dividende este declarat și plătit la bugetul de stat de către entitatea care efectuează distribuția dividendelor nu mai târziu de data de 25 a lunii următoare în care dividendele au fost plătite. În cazul în care dividendele au fost distribuite, dar nu au fost plătite până la sfârșitul anului în care a fost aprobată distribuția, impozitul pe dividende trebuie plătit până la data de 25 ianuarie a anului următor în care a fost aprobată distribuția dividendelor.

Persoane fizice

Dividendele plătite de entități juridice române persoanelor fizice (fie rezidenți fiscal români, fie nerezidenți fiscal) sunt supuse unui impozit în cotă de 16%, care se reține la sursă. Impozitul pe dividende este declarat și plătit la bugetul de stat de către entitatea care efectuează distribuția dividendelor nu mai târziu de data de 25 a lunii următoare celei în care dividendele au fost plătite. În cazul în care dividendele au fost distribuite, dar nu au fost plătite până la sfârșitul anului în care a fost aprobată distribuția, impozitul pe dividende trebuie plătit până la data de 25 ianuarie a anului următor în care a fost aprobată distribuția dividendelor.

În cazul în care dividendele sunt plătite unor persoane fizice nerezidente, rata de impozitare de 16% poate fi redusă în conformitate cu DTT aplicabilă.

În plus, persoanele care sunt considerate contribuabili români, din punctul de vedere al contribuțiilor sociale, pot avea, în anumite condiții, obligația de plată a unei contribuții de asigurări sociale de sănătate (denumită în continuare "CASS") în cota de 10%. Începând cu ianuarie 2018, CASS este datorată indiferent dacă persoana care încasează veniturile din dividende obține, de asemenea, venituri din salarii sau alte tipuri de venituri supuse CASS.

CASS de 10 % se datorează în cazul în care persoana fizică obține din una sau mai multe surse de venit (cum ar fi: venituri din activități independente, venituri din chirii, venituri din investiții, venituri din alte surse etc.) venituri anuale cel puțin egale cu 6 salarii brute minime stabilite la nivel național. La determinarea plafoanelor se utilizează salariul minim brut pe țară garantat în plată aplicabil în anul de

realizare a veniturilor (stabilit prin hotărâre a Guvernului). Începând cu 1 ianuarie 2026, CASS se calculează pe baza următoarelor plafoane:

- a) în cazul în care venitul obținut este între 6 și 12 salarii brute minime, baza de calcul a CASS este de 6 salarii brute minime.
- b) în cazul în care venitul obținut este între 12 și 24 de salarii brute minime, baza de calcul a CASS este de 12 salarii brute minime.
- c) în cazul în care veniturile care depășesc 24 de salarii brute minime, baza de calcul a CASS va fi de 24 de salarii brute minime.

În cazul în care veniturile din dividende, individual sau cumulate cu alte venituri non-salariale obținute de persoana fizică, depășesc valoarea a 6 salarii brute minime stabilite la nivel național, CASS va fi datorată pe baza plafoanelor de mai sus, în măsura în care aceste venituri sunt dintre cele prevăzute la art. 155 alin. (1) lit. c)–h) din Codul fiscal (dividendele fiind încadrate la venituri din investiții). În cazul în care venitul din dividende (individual sau cumulat cu alte venituri non-salariale) este sub acest plafon, persoana fizică nu va datora CASS în legătură cu dividendele primite.

CASS este datorat de către persoana fizică prin depunerea unei Declarații unice și este obligația persoanei fizice să depună declarația și să plătească CASS datorat până la data de 25 mai inclusiv a anului următor celui de realizare a veniturilor.

Impozitarea câștigurilor de capital

Persoane juridice române

Câștigurile de capital din vânzarea de acțiuni nu fac obiectul impozitării separate, fiind incluse în baza impozabilă determinată pentru calculul impozitului pe profit la rata standard de impozitare de 16%. Orice profituri impozabile rezultate se pot compensa cu pierderile fiscale existente (realizate, în limita a 70% inclusiv, în ultimii 5 ani consecutivi) înainte de determinarea impozitului pe profit final.

În conformitate cu prevederile legislației fiscale din România, veniturile din vânzarea acțiunilor deținute într-o altă entitate română nu sunt impozabile la calculul impozitului pe profit dacă vânzătorul deține cel puțin 10% din capitalul social al societății ale căror acțiuni sunt transferate, pentru o perioadă neîntreruptă de cel puțin un an ("condiții minime de deținere"), care se încheie în momentul vânzării.

Prevederile menționate mai sus se aplică numai contribuabililor supuși impozitului pe profit.

În cazul în care persoana juridică română aplică regimul impozitului pe venitul microîntreprinderilor, baza impozabilă o constituie veniturile din orice sursă (inclusiv veniturile din vânzarea acțiunilor/titlurilor de participare), din care se scad doar categoriile de venituri prevăzute la art. 53 alin. (1) Cod fiscal. Asupra bazei impozabile astfel determinate se aplică cota de impozitare de 1%, conform art. 51 alin. (1) Cod fiscal.

Persoane juridice nerezidente

Persoanele juridice nerezidente care obțin câștiguri de capital venituri din vânzarea de acțiuni deținute într-o persoană juridică română-cesionarea titlurilor de participare deținute la o persoană juridică română sunt supuse unui impozit de pe profit în cotă de 16% pe câștigul obținut, aplicat asupra profitului impozabil aferent acestor operațiuni, în următoarele cazuri: (1) nu se face dovada rezidenței într-un stat cu care România are încheiată convenție de evitare a dublei impuneri (DTT); (2) între România și statul de rezidență nu există DTT; (3) dreptul de impozitare revine României conform DTT.

Acest câștig poate fi scutit de impozitare în România atât timp cât se aplică prevederile DTT încheiate între România și țara de reședință a beneficiarului câștigurilor de capital.

De asemenea, în cazul în care drepturile de impozitare sunt alocate României, în situația în care aceste venituri pot fi neimpozabile dacă sunt îndeplinite anumite condițiile: nerezidentul deține mai mult de minimum 10% din capitalul social al persoanei juridice române pentru pe o perioadă neîntreruptă de cel puțin un an ("condiții minime de deținere"), care se încheie în momentul la data înstrăinării, câștigurile de capital din vânzarea acțiunilor nu sunt impozabile la calculul impozitului pe profit.



Entitățile nerezidente care obțin câștiguri de capital din vânzarea acțiunilor deținute într-o societate română trebuie să se înregistreze în scopuri fiscale la autoritățile fiscale române (în conformitate cu art. 82 din Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală). Obligația de înregistrare există chiar dacă aceste câștiguri de capital obținute sunt scutite de impozit. Înregistrarea poate fi efectuată fie direct, fie prin intermediul unui reprezentant fiscal în România, în termen de cel mult 30 de zile de la obținerea câștigurilor de capital.

Persoane fizice

Ca regulă, potrivit DTT-urilor, câștigurile de capital sunt impozabile în statul contractant în care persoana care înstrăinează acțiunile își are rezidența fiscală.

Câștigurile/pierderile de capital rezultate din vânzarea acțiunilor de către o persoană fizică sunt supuse unei cote de impozitare pe venit de 10%, de la care pot exista anumite excepții.

În conformitate cu prevederile Codului fiscal, pierderea netă anuală din transferul de acțiuni, se recuperează în limita a 70% din câștigurile nete anuale obținute în următorii 5 ani fiscali consecutivi. În plus, pierderile nete anuale provenite din străinătate sunt reportate și compensate cu venituri de aceeași natură și sursă, obținute din străinătate, pentru fiecare țară, în limita a 70% în următorii 5 ani fiscali consecutivi. Momentul impozabil ar apărea în urma vânzării acțiunilor, care ar putea genera câștiguri de capital, iar persoana fizică va avea obligația să raporteze câștigul prin intermediul unui formular anual (*Declarație unică*) și să plătească impozitul aferent câștigurilor de capital, până la data de 25 mai a anului următor celui în care a fost obținut câștigul. Câștigul de capital este determinat ca diferența dintre prețul de vânzare și valoarea fiscală a acțiunilor, inclusiv costurile aferente tranzacției. În sensul impozitului pe venit, valoarea fiscală reprezintă valoarea de achiziție a acțiunilor.

Veniturile sub forma câștigurilor din transferul titlurilor de valoare și din operațiuni cu instrumente financiare derivate, definite în conformitate cu dispozițiile specifice din Codul fiscal, realizate prin intermediari, rezidenți fiscali români sau nerezidenți care au în România un sediu permanent ce are calitatea de intermediar, sunt supuse impozitului cu reținere la sursă. Cota de impozit pe câștig în cazul transferului titlurilor de valoare și din operațiuni cu instrumente financiare derivate efectuate prin intermediari (rezidenți fiscali români sau nerezidenți cu un sediu permanent în România) este:

- (i) 3% asupra fiecărui câștig din transferul titlurilor de valoare care au fost dobândite și înstrăinate într-o perioadă mai mare de 365 de zile, inclusiv, de la data dobândirii sau
- (ii) 6% asupra fiecărui câștig din transferul titlurilor de valoare care au fost dobândite și înstrăinate într-o perioadă mai mică de 365 de zile de la data dobândirii.

Impozitul pe câștigurile de capital este declarat și plătit de către intermediar la bugetul de stat cel târziu până la data de 25 a lunii următoare celei în care a fost reținut.

Pierderile obținute din transferul titlurilor de valoare și din operațiuni cu instrumente financiare derivate, efectuate prin acești intermediari, nu se reportează și nu se compensează. Acestea reprezintă pierderi definitive ale contribuabilului.

În plus, persoanele fizice care sunt considerate contribuabili, din punctul de vedere al contribuțiilor sociale, pot avea obligația de plată a unei contribuții de asigurări sociale de sănătate ("CASS") în cota de 10%. CASS este datorată indiferent dacă persoana care încasează veniturile din câștiguri de capital obține, de asemenea, venituri din salarii sau alte tipuri de venituri supuse CASS. CASS de 10% se datorează în cazul în care persoana fizică obține din una sau mai multe surse de venit (cum ar fi: venituri din activități independente, venituri din chirii, venituri din investiții, venituri din alte surse etc.) venituri anuale cel puțin egale cu 6 salarii brute minime stabilite la nivel național.

CASS se calculează pe baza următoarelor plafoane:

- a) în cazul venitului obținut este între 6 și 12 salarii brute minime, baza de calcul a CASS este de 6 salarii brute minime.
- b) în cazul venitului obținut este între 12 și 24 de salarii brute minime, baza de calcul a CASS este de 12 salarii brute minime.
- c) în cazul veniturilor care depășesc 24 de salarii brute minime, baza de calcul a CASS va fi de 24 de salarii brute minime.

În cazul în care veniturile din câștiguri de capital, individual sau cumulate cu alte venituri non-salariale obținute de persoana fizică, depășesc valoarea a 6 salarii brute minime stabilite la nivel național, CASS va fi datorată pe baza plafoanelor de mai sus. În cazul în care venitul din câștiguri de capital (individual sau cumulat cu alte venituri non-salariale) este sub acest plafon, persoana fizică nu va datora CASS.

CASS este datorată de către persoana fizică prin depunerea unei Declarații unice și este obligația persoanei fizice să depună declarația și să plătească CASS datorat până la data de 25 mai inclusiv a anului următor celui de realizare a veniturilor..

PREZENTAREA DE MAI SUS REPREZINTĂ UN REZUMAT GENERAL ȘI ACESTA NU ACOPERĂ TOATE ASPECTELE FISCALE CARE POT FI IMPORTANTE PENTRU UN ANUMIT INVESTITOR. FIECĂRUI POTENȚIAL INVESTITOR I SE RECOMANDĂ SĂ ÎȘI CONSULTE PROPRIUL CONSULTANT FISCAL ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CONSECINȚELE FISCALE INDIVIDUALE REZULTATE DIN INVESTIȚIA ÎN ACȚIUNI AVÂND ÎN VEDERE CIRCUMSTANȚELE SPECIFICE RESPECTIVULUI INVESTITOR POTENȚIAL.



SUBSCRIERE ȘI VÂNZARE

Informații generale privind Oferta

Oferta privește un număr de până la 83.500.000 Acțiuni Oferite, dintre care (i) un număr de până la 69.500.000 Acțiuni Noi, reprezentând 83,23% din Acțiunile Oferite și 46,33% din numărul total al Acțiunilor emise de Societate, vor fi oferite spre subscriere de Societate, respectiv (ii) un număr de până la 14.000.000 Acțiuni Existente, reprezentând 16,77% din Acțiunile Oferite și 9,33% din numărul total al Acțiunilor emise de Societate, vor fi oferite spre vânzare de către Acționarul Vânzător. Pentru a permite Managerului de Stabilizare să acopere pozițiile scurte ce rezultă din supraalocări și/sau vânzări de Acțiuni Oferite ce sunt întreprinse de acesta în cadrul perioadei de stabilizare, Acționarul Vânzător va oferi Managerului de Stabilizare opțiunea de a cumpăra (în cadrul perioadei de stabilizare) un număr de până la 8.350.000 Acțiuni Supraalocate, reprezentând 10% din numărul total al Acțiunilor Oferite în cadrul Ofertei.

Oferta va fi împărțită în două tranșe: Tranșa Investitorilor de Retail și Tranșa Investitorilor Instituționali (astfel cum sunt definite mai jos în secțiunea „Tranșele Ofertei”).

Acțiunile Oferite vor fi oferite la Intervalul Prețului de Ofertă și Acțiunile Oferite alocate în cadrul Ofertei vor fi vândute la Prețul Final de Ofertă sau la Prețul Final de Ofertă Redus, după caz (a se vedea secțiunea „Prețul de Ofertă – Intervalul Prețului de Ofertă” de mai jos).



Acționarul Vânzător, Societatea și Intermediarul au încheiat la data de 19 decembrie 2025 un contract de intermediere în legătură cu vânzarea și oferta de Acțiuni Oferite, astfel cum acesta a fost modificat prin Actul Adițional din data de 11 mai 2026 („Contractul de Intermediere”). Închiderea Ofertei este condiționată, printre altele, de (i) stabilirea Prețului Final de Ofertă și deciziei fiecăruia dintre Societate, Acționarul Vânzător și Intermediar de a continua/finaliza Oferta și (ii) îndeplinirea condițiilor cuprinse în Contractul de Intermediere și rămânerii în vigoare a Contractului de Intermediere. În eventualitatea în care oricare dintre condițiile prevăzute la punctele (i) și (ii) de mai sus nu este îndeplinită, Oferta nu va fi considerată închisă cu succes și, prin urmare, Societatea și Acționarul Vânzător vor respinge toate subscrierile. Detalii suplimentare privind Contractul de Intermediere sunt incluse în secțiunea „Contractul de Intermediere” de mai jos.

Alocarea Acțiunilor Oferite și factorul de alocare pro rata (în legătură cu Tranșa Investitorilor de Retail), Prețul Final de Ofertă, Prețul Final de Ofertă Redus și numărul final al Acțiunilor Oferite alocate vor fi făcute publice în Ziua Lucrătoare care urmează ultimei zile din Perioada de Ofertă, care este preconizată a fi la data de 29 mai 2026 („Data Alocării”) (a se vedea secțiunile „Prețul de Ofertă” și „Alocarea Acțiunilor Oferite” de mai jos).

Se estimează că tranzacția aferentă Acțiunilor Oferite alocate să aibă loc în Ziua Lucrătoare următoare Datei Alocării, respectiv la data de 2 iunie 2026 sau în jurul acestei date („Data Tranzacției”), iar decontarea va avea loc prin intermediul sistemului Depozitarului Central S.A. în termen de două (2) Zile Lucrătoare de la Data Tranzacției (a se vedea secțiunea „Decontare” de mai jos).

Tranzacționarea Acțiunilor pe Bursa de Valori București este preconizată să înceapă la data de 22 iunie 2026 sau în jurul acestei date.

Calendarul prezentat mai sus poate fi supus modificărilor, sub rezerva aprobării ASF. Anumite evenimente prevăzute în prezentul Prospect sunt în afara controlului Societății, Acționarului Vânzător și/sau al Intermediarului.

Perioada de Ofertă

Subscrierile se pot face începând cu data de 21 mai 2026 până la data de 28 mai 2026 inclusiv („Perioada de Ofertă”). Acționarul Vânzător, cu acordul Societății (care nu va fi refuzat în mod nerezonabil) și în urma consultării cu Intermediarul poate decide să prelungească Perioada de Ofertă, poate închide Oferta mai devreme decât s-a stabilit inițial în cazul în care Oferta este subscrisă integral sau poate modifica alte date privind Oferta, în conformitate cu legislația română. Orice închidere anticipată a Perioadei de Ofertă va fi anunțată public pe pagina de internet a Societății la adresa <https://christiantour.ro/investitori> și printr-un comunicat de presă pe pagina de internet a Bursei de Valori București la adresa <https://www.bvb.ro>,

iar datele de stabilire a prețului, alocării, de publicare a Prețului Final de Ofertă și a Prețului Final de Ofertă Redus, a rezultatelor Ofertei și data de începere a tranzacționării Acțiunilor vor fi, în acest caz, ajustate în mod corespunzător.

Tranșele Ofertei

Orice investitor român sau străin, persoană fizică sau entitate (cu sau fără personalitate juridică), poate subscrie în cadrul Ofertei, cu excepția acelor investitori ale căror subscrieri în cadrul Ofertei ar constitui o încălcare a legislației aplicabile.

Investitorii care intenționează să achiziționeze Acțiuni Oferite trebuie să ia la cunoștință de, și să respecte termenii și condițiile Ofertei stabilite în prezentul Prospect, legile aplicabile Ofertei în jurisdicțiile în care aceștia se află și restricțiile prevăzute în secțiunea „*Restricții de Vânzare și Transfer*” de mai jos. Prin achiziția de Acțiuni Oferite, investitorii își asumă orice răspundere care decurge din caracterul nelegal al achiziției respective potrivit legii statului de reședință al acestora.

Oferta este împărțită în două tranșe („**Tranșele Ofertei**”) după cum urmează:

- (1) o Tranșă a Ofertei care constă într-un număr inițial de 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul inițial de Acțiuni Oferite) adresată prin intermediul unei oferte publice în România Investitorilor de Retail („**Tranșa Investitorilor de Retail**”); și
- (2) o Tranșă a Ofertei care constă într-un număr inițial de 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul inițial de Acțiuni Oferite) adresată Investitorilor Instituționali din afara Statelor Unite ale Americii în baza Regulamentului S („**Tranșa Investitorilor Instituționali**”).

Pentru scopul prezentului Prospect:

- „**Investitor Instituțional**” înseamnă (a) un „investitor calificat”, astfel cum acest termen este definit în Articolul 2 litera (e) din Regulamentul privind Prospectul sau (b) o „contraparte eligibilă” în sensul Directivei 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE (reformulat), sau (c) un „investitor calificat”, astfel cum acest termen este definit în Articolul 2 litera (e) din Regulamentul privind Prospectul, astfel cum face parte din legislația internă a Regatului Unit în temeiul Legii privind (Retragerea din) Uniunea Europeană din 2018, cu modificările ulterioare, sau (d) o instituție echivalentă a cărei subscriere în cadrul Ofertei nu constituie o încălcare a legislației sau a reglementărilor aplicabile și care nu este situată în nicio jurisdicție în care transmiterea sau disponibilitatea Ofertei (și a oricărei alte tranzacții avute în vedere prin aceasta) ar constitui o încălcare a oricărei legislații sau reglementări aplicabile; și
- „**Investitor de Retail**” înseamnă orice persoană fizică sau entitate (cu sau fără personalitate juridică) care nu întrunește criteriile de mai sus pentru a fi calificată drept Investitor Instituțional.

Acțiunile oferite în cadrul fiecăreia dintre Tranșele Ofertei de mai sus sunt acțiuni de aceeași clasă (acțiuni ordinare), se supun aceluiași regim juridic și conferă aceleași drepturi și obligații deținătorilor acestora. Nu există Tranșe de Ofertă rezervate în mod special pentru anumite piețe.

Dimensiunea finală a fiecărei Tranșe a Ofertei va fi decisă de Societate și Acționarul Vanzător împreună, la recomandarea Intermediarului, în funcție de volumul subscrierilor din partea investitorilor, după închiderea Perioadei de Ofertă, și va fi făcută publică la Data Alocării (a se vedea secțiunea „*Alocarea Acțiunilor Oferite*” de mai jos).

La recomandarea Intermediarului și în urma consultării cu aceștia, Societatea și Acționarul Vanzător pot decide în comun să realoce Acțiunile Oferite din oricare Tranșă a Ofertei în cealaltă Tranșă a Ofertei – ceea ce poate determina ca Tranșa Investitorilor de Retail să reprezinte fie (1) mai mult de 50% (însă nu mai mult de 70%) din Acțiunile Oferite vândute sau, dimpotrivă, (2) mai puțin de 50% din Acțiunile Oferite vândute (însă nu mai puțin de 30% din Acțiunile Oferite) (însă o asemenea realocare din Tranșa Investitorilor de Retail în Tranșa Investitorilor Instituționali va avea loc doar în cazul în care nivelul de subscriere în Tranșa Investitorilor de Retail este mai mic de 100%).

O realocare între Tranșele Ofertei nu va necesita o modificare a Prospectului și nici nu va fi considerată o modificare a acestuia.

Prin subscrierea Acțiunilor Oferite, fiecare investitor declară că a luat la cunoștință conținutul prezentului Prospect, că acceptă în totalitate termenii și condițiile prevăzute în acesta și că efectuează subscrierea, respectiv achiziționarea de Acțiuni Oferite în conformitate cu dispozițiile Prospectului, asigurând astfel Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul că este un investitor autorizat să achiziționeze Acțiunile Oferite, fără a fi supus unor restricții sau limitări legale în jurisdicția sa de rezidență. Orice subscriere sau achiziție realizată în contradicție cu prevederile Prospectului sau cu legislația aplicabilă va fi considerată nulă și va fi anulată.

Prețul de Ofertă

Prețul de Subscriere

Acțiunile Oferite sunt oferite la Intervalul Prețului de Ofertă de 1,875 RON - 2,135 RON per Acțiune Oferită.

Investitorii de Retail trebuie să subscrie pentru Acțiunile Oferite la prețul fix de 2,135 RON per Acțiune Oferită (adică limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă).

Investitorii Instituționali pot subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite la orice preț din cadrul Intervalului Prețului de Ofertă (inclusiv la limita inferioară și cea superioară a Intervalului Prețului de Ofertă). Pasul de preț (i.e., valoarea minimă cu care poate varia Prețul de Ofertă) aferent subscrierilor pentru Acțiunile Oferite realizate de către Investitorii Instituționali este de 0,010 RON.

Orice comisioane bancare sau alte tipuri de comisioane, inclusiv cele aferente tranzacționării pe piața de capital, după caz, precum și costurile (dacă există) legate de deschiderea și menținerea unui cont de valori mobiliare (în situația în care investitorul nu deține deja un astfel de cont) și orice comision datorat brokerului conform contractelor relevante sau politicilor entității care acceptă subscrierea investitorilor, vor fi suportate exclusiv de către investitori. Societatea, Acționarul Vanzător sau Intermediarul nu pot cuantifica aceste comisioane.

Prețul Final de Ofertă

Prețul final pentru Tranșa Investitorilor Instituționali

Pe parcursul Perioadei de Ofertă se va derula un proces de bookbuilding pentru Acțiunile Oferite. În timpul procesului de bookbuilding, Intermediarul va evalua gradul de interes pe care îl generează Oferta pentru Investitorii Instituționali și reacția acestora privind prețul Acțiunilor Oferite. Investitorilor Instituționali li se va cere să precizeze numărul Acțiunilor Oferite pe care ar fi dispuși să îl achiziționeze și prețul aferent pentru respectivele Acțiuni Oferite. Numărul respectiv de Acțiuni Oferite și prețul la care acești Investitori Instituționali și-au exprimat interesul vor fi înregistrate într-un registru administrat de Intermediar („Registru”).

Prețul Final de Ofertă la care Acțiunile Oferite vor fi alocate investitorilor va fi stabilit de Societate și Acționarul Vanzător în urma consultării cu Intermediarul după închiderea Perioadei de Ofertă și va fi făcut public la Data Alocării.

Acțiunile Oferite în Tranșa Investitorilor Instituționali vor fi vândute doar la Prețul Final de Ofertă și doar acelor Investitori Instituționali care au scris pentru Acțiunile Oferite la un preț egal cu, sau mai mare decât Prețul Final de Ofertă.

Prețul final pentru Tranșa Investitorilor de Retail

Investitorii de Retail au dreptul la o reducere de 5% din Prețul Final de Ofertă („**Prețul Final de Ofertă Redus**”) pentru subscrierile depuse în mod valabil în primele trei (3) Zile Lucrătoare ale Perioadei de Ofertă (respectiv până la 25 mai 2026 inclusiv); pentru evitarea oricăror neclarități, în funcție de nivelul Prețului Final de Ofertă, Prețul Final de Ofertă Redus poate fi sub nivelul inferior al Intervalului Prețului de Ofertă. Aplicarea reducerii pentru Acțiunile Oferite achiziționate în cadrul Tranșei Investitorilor de



Retail va depinde de timpul efectiv al ordinului de bursă înregistrat în sistemul de tranzacționare al Bursei de Valori București.

Acțiunile Oferite care sunt subscrise în Tranșa Investitorilor de Retail începând cu a patra (a 4-a) Zi Lucrătoare a Ofertei (respectiv de la 26 mai 2026 inclusiv) vor fi vândute Investitorilor de Retail la Prețul Final de Ofertă.

Pentru evitarea oricăror neclarități, în cazul în care un Investitor de Retail realizează una sau mai multe subscrieri în primele trei (3) Zile Lucrătoare ale Ofertei și una sau mai multe alte subscrieri după a patra(a 4a) Zi Lucrătoare a Ofertei, reducerea se aplică numai subscrierii(lor) realizate de Investitorul de Retail relevant în primele trei (3) Zile Lucrătoare ale Ofertei.

Anunțarea prețului

La Data Alocării, Acționarul Vanzător va notifica investitorii, ASF și Bursa de Valori București privind Prețul Final de Ofertă și Prețul Final de Ofertă Redus. Respectivul notificări privind prețul vor fi publicate pe pagina de internet a Societății la adresa <https://christiantour.ro/investitori> și printr-un comunicat de presă pe pagina de internet a Bursei de Valori București la adresa <https://www.bvb.ro>.

Rambursarea prețului

Plata prețului de subscriere pentru Acțiunile Oferite de către investitori trebuie să se realizeze conform celor prevăzute în secțiunea „Subscrierea Acțiunilor Oferite de către Investitorii de Retail – Dovada Plății aferentă Subscrierilor efectuate de Investitorii de Retail” sau în secțiunea „Subscrierea Acțiunilor Oferite de către Investitorii Instituționali - Dovada Plății aferentă Subscrierilor efectuate de Investitorii Instituționali”, după caz.

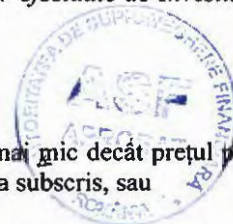
În cazul în care:

- Prețul Final de Ofertă sau Prețul Final de Ofertă Redus, după caz, este mai mic decât prețul plătit deja de un Investitor de Retail pentru fiecare Acțiune Oferită pentru care a subscris, sau
- numărul Acțiunilor Oferite alocate unui Investitor de Retail este mai mic decât numărul Acțiunilor Oferite pentru care respectivul Investitor de Retail a subscris și a plătit în mod valabil,

o sumă egală cu diferența dintre (i) prețul total plătit în avans de respectivul Investitor de Retail pentru Acțiunile Oferite pentru care a subscris sau le-a achiziționat; și (ii) numărul de Acțiuni Oferite vândute Investitorului de Retail respectiv înmulțit cu Prețul Final de Ofertă sau cu Prețul Final de Ofertă Redus, după caz (minus comisionul de tranzacționare/subscriere, dacă este cazul, minus orice comisioane de transfer bancar și orice comisioane aplicabile practicate de instituțiile pieței de capital relevante), va fi restituită Investitorului de Retail în cauză în contul bancar specificat de fiecare Investitor de Retail în formularul de subscriere depus în legătură cu subscrierea Acțiunilor Oferite, în contractul de servicii de investiții financiare sau în alt mod convenit cu Intermediarul sau cu Participantul Eligibil (astfel cum acest termen este definit mai jos) la care se face cererea de subscriere, după caz, în termen de cinci (5) Zile Lucrătoare de la expirarea Perioadei de Ofertă.

Investitorului de Retail care a subscris pentru Acțiunile Oferite îi va fi returnat prețul total plătit în avans de Investitorul de Retail respectiv pentru Acțiunile Oferite minus comisioanele de transfer bancar și orice comisioane aplicabile practicate de instituțiile pieței de capital relevante în cazul în care:

- Oferta nu este închisă cu succes sau nu este decontată și, pe cale de consecință, toate subscrierile sunt respinse de Acționarul Vanzător și de către Societate;
- subscrierea unui Investitor de Retail nu este validată; și/sau
- subscrierea este retrasă de un Investitor de Retail în urma publicării unui supliment la Prospect care permite investitorilor să își retragă subscrierile în perioada menționată în amendamentul respectiv.



Prețul va fi returnat fiecărui Investitor de Retail în contul bancar specificat de respectivul Investitor de Retail în formularul de subscriere, în contractul de servicii de investiții financiare sau în alt mod convenit cu Intermediarul sau cu Participantul Eligibil (astfel cum acest termen este definit mai jos) la care se face subscrierea, după caz, în termen de cinci (5) Zile Lucrătoare de la data la care subscrierile au fost respinse/retrase sau nu au fost decontate sau în termen de cinci (5) Zile Lucrătoare de la expirarea Perioadei de Ofertă în cazul în care subscrierea nu a fost validată, după caz.

Nu se va plăti dobândă investitorilor cu privire la aceste sume.

Intermediarul nu va fi răspunzător în cazul în care transferul unei astfel de sume nu are loc din cauza faptului că informațiile furnizate de un investitor în acest scop nu au fost complete sau corecte.

Dacă un investitor a specificat mai multe conturi pentru restituirea oricăror asemenea sume, Intermediarul sau Participantul Eligibil își rezervă dreptul de a plăti întreaga sumă care va fi restituită într-un singur cont dintre cele specificate de investitor, cu excepția situației în care se menționează altfel în formularul de subscriere sau în contractul de servicii de investiții financiare încheiat cu Intermediarul/Participantul Eligibil relevant.

Plățile în conturile bancare ale investitorilor se vor face întâi pentru subscrierile valabile și, ulterior, pentru subscrierile anulate.

Contractul de Intermediere

Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul au încheiat la data de 19 decembrie 2025 un contract de intermediere, astfel cum acesta a fost modificat prin Actul Adițional din data de 11 mai 2026 („**Contractul de Intermediere**”), în temeiul căruia, în termenii și sub rezerva condițiilor cuprinse în acesta, inclusiv încheierea unui contract privind stabilirea prețului între Societate, Acționarul Vanzător și Intermediar, după finalizarea procesului de *bookbuilding* al Ofertei („**Contractul privind Stabilirea Prețului**“), Intermediarul este de acord să depună toate eforturile rezonabile pentru a asigura subscriitorii și/sau cumpărătorii pentru numărul de Acțiuni Oferite stabilit în cuprinsul Contractului privind Stabilirea Prețului, iar Acționarul Vanzător și Societatea sunt de acord să vândă aceste Acțiuni Oferite la Prețul Final de Ofertă sau Prețul Final de Ofertă Redus subscriitorilor și/sau cumpărătorilor identificați de Intermediar sau, în caz contrar, Intermediarului însuși în proporția și modalitatea convenite în Contractul de Intermediere.

În baza Contractului de Intermediere, Societatea și Acționarul Vanzător au acordat o serie de declarații și garanții uzuale (inclusiv, după caz, în legătură cu activitatea și situațiile financiare ale Societății și cu gradul său de respectare a regimului juridic în legătură cu Acțiunile și cu conținutul Prospectului) precum și anumite obligații de a despăgubi Intermediarul în legătură cu Oferta. Obligațiile părților la Contractul de Intermediere fac obiectul unor condiții specifice unui contract de acest tip care includ, printre altele, exactitatea declarațiilor și garanțiilor prevăzute în Contractul de Intermediere, neavând loc nicio schimbare negativă semnificativă în ceea ce privește Societatea, și încheierea Contractului privind Stabilirea Prețului între Acționarul Vanzător, Societate și Intermediar în legătură cu numărul final de Acțiuni Oferite, Prețul Final de Ofertă și Prețul Final de Ofertă Redus la Data Alocării. În plus, la apariția unor evenimente specifice, cum ar fi neîndeplinirea condițiilor suspensive sau renunțarea la acestea, Contractul de Intermediere poate înceta să producă efecte imediat, în orice moment înainte de Data Decontării și/sau Intermediarul poate alege să rezilieze Contractul de Intermediere în orice moment înainte de Data Decontării (sau, ulterior, Managerul de Stabilizare poate face acest lucru numai în ceea ce privește Opțiunea de Supraalocare).

În considerarea serviciilor care urmează a fi prestate de către Intermediar, Intermediarul va primi din partea Societății și a Acționarului Vanzător un procent din veniturile brute încasate în urma Ofertei, inclusiv din Opțiunea de Supraalocare (astfel cum acest termen este definit mai jos), în măsura în care aceasta a fost exercitată. În plus, Societatea și Acționarul Vanzător pot, la discreția lor, să decidă să acorde Intermediarului un comision discreționar reprezentând un procent din veniturile brute încasate din Ofertă (inclusiv veniturile din Opțiunea de Supraalocare (astfel cum acest termen este definit mai jos), în măsura în care aceasta a fost exercitată).

Acordurile privind interdicția de înstrăinare

Potrivit Contractului de Intermediere, Societatea a agreat ca în perioada care începe la Data Decontării și se încheie în a 360-a zi calendaristică (inclusiv) de la Data Decontării, să nu efectueze, direct sau indirect, fără acordul prealabil scris al Intermediarului (acord care nu va fi refuzat sau întârziat în mod nejustificat), printre altele, niciuna dintre următoarele operațiuni cu privire la Acțiuni: să ofere, emită, vândă, să se oblige să vândă, greveze cu garanții, acorde opțiuni sau să contracteze în vederea cumpărării, să exercite opțiuni de vânzare, să cumpere orice drepturi de opțiune sau să contracteze în vederea vânzării și să dispună în alt mod (sau să anunțe public orice astfel de emisiune, ofertă, vânzare sau transfer) de Acțiuni și să încheie vreo tranzacție cu același efect economic precum vreuna dintre cele enumerate mai sus.

Potrivit Contractului de Intermediere, atât Acționarul Vanzător, cât și cel de-al doilea acționar al Emitentului, Oxford Investment Alliance S.R.L., sunt de acord, de asemenea, ca, pe durata unei perioade de 360 de zile calendaristice de la Data Decontării, să nu efectueze, direct sau indirect, fără acordul prealabil scris al Intermediarului (acord care nu va fi refuzat sau întârziat în mod nejustificat), printre altele, niciuna dintre următoarele operațiuni cu privire la Acțiuni: să ofere, emită, vândă, să se oblige să vândă, gajeze, acorde opțiuni asupra, sau să contracteze în vederea cumpărării, să exercite opțiuni de vânzare, să cumpere orice drepturi de opțiune sau să contracteze în vederea vânzării și să cedeze în alt mod (sau să anunțe public orice astfel de emisiune, ofertă, vânzare sau cedare) Acțiuni sau să încheie vreo tranzacție cu același efect economic ca oricare dintre cele de mai sus.

Intermediarul, în urma consultării (în măsura în care este posibil în circumstanțele respective) cu Societatea și cu Acționarul Vanzător, vor putea înceta Contractul de Intermediere în orice moment anterior Datei Decontării și, în ceea ce privește încetarea Opțiunii de Supra-Alocare (astfel cum este definită mai jos) doar până la finalizarea Opțiunii de Supra-Alocare (astfel cum este definită mai jos), în anumite condiții specifice care sunt uzuale într-un contract de acest tip.

Subscrierea Acțiunilor Oferite de către Investitorii Instituționali

Prin subscrierea pentru Acțiunile Oferite, fiecare Investitor Instituțional confirmă că a citit acest Prospect, că a acceptat Termenii și Condițiile prevăzute în acest Prospect și că a efectuat subscrierea în conformitate cu termenii incluși în acest Prospect și declară și garantează Societății, Acționarului Vanzător și Intermediarului că este un investitor care poate achiziționa în mod legal Acțiunile Oferite (fără a fi supus niciunor restricții sau limitări) conform legislației din statul său de reședință. Orice achiziție efectuată prin încălcarea termenilor prezentului Prospect sau prin încălcarea legislației aplicabile nu este valabilă și va fi anulată.

Programul și locațiile unde pot fi efectuate subscrierile de către Investitorii Instituționali

Subscrierile pentru Acțiuni Oferite de către Investitorii Instituționali pot fi realizate doar prin Intermediar, astfel cum se precizează în secțiunea „Procedura de subscriere pentru Investitorii Instituționali” de mai jos.

Investitorii Instituționali pot subscrie pentru Acțiunile Oferite pe întreaga durată a Perioadei de Ofertă, în timpul programului normal de lucru al Intermediarului.

Procedura de subscriere pentru Investitorii Instituționali

Investitorii Instituționali pot subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite prin intermediul Intermediarului Ofertei, cu care au încheiat un contract de servicii de investiții financiare, pe baza ordinelor emise în cadrul serviciilor de investiții uzuale și prin orice mijloace de comunicare stabilite printr-un astfel de contract, fără a fi obligați să depună niciun Formular de Subscriere sau documente de identificare.

Investitorii Instituționali care nu au încheiat un contract de servicii de investiții financiare cu Intermediarul pot subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite numai dacă depun un Formular de Subscriere și documentele de identificare aplicabile (enumerare în secțiunea „Documentele de Subscriere” de mai jos) la Intermediar.

Pentru a putea plasa un ordin valabil pentru Acțiunile Oferite, Investitorii Instituționali trebuie să aibă un aranjament contractual direct sau indirect cu un agent custode din România.

Intermediarul va comunica Investitorilor Instituționali care subscriu prin intermediul acestuia comisioanele care urmează să fie plătite în legătură cu depunerea subscrierilor acestora pentru Acțiunile Oferite, inclusiv costurile (dacă există) asociate emiterii angajamentelor de decontare, garanțiilor, contului de custodie, penalităților de întârziere, comisioanelor pentru servicii de investiții datorate în baza oricăror contracte relevante sau în conformitate cu politicile Intermediarului care acceptă subscrierea și orice comisioane percepute de Bursa de Valori București și de Depozitarul Central S.A. Aceste comisioane nu pot fi cuantificate de către Societate, Acționarul Vanzător sau de Intermediar în scopul prezentului Prospect.

Investitorilor Instituționali nu li se aplica nicio cerință de subscriere minimă. Investitorilor Instituționali nu li se va permite să își fragmenteze ordinele pentru Acțiunile Oferite.

Subscrierile valabile pentru Acțiunile Oferite realizate de către Investitorii Instituționali vor fi înregistrate în Registru.

Fiecare Investitor Instituțional se angajează să plătească Prețul Final de Ofertă pentru Acțiunile Oferite alocate acestuia în modalitatea indicată de Intermediar și să transmită instrucțiuni Intermediarului (nu mai târziu de ora 15:00 ora României la Data Tranzacției) să utilizeze fondurile (i) din contul său de custodie pentru care a furnizat dovada sau (ii) din contul de valori mobiliare deschis la Intermediar pentru decontarea tranzacției în legătură cu Acțiunile Oferite care i-au fost alocate acestuia.

Dovada Plății aferentă subscrierilor efectuate de Investitorii Instituționali

Valoarea Acțiunilor Oferite alocate unui Investitor Instituțional trebuie să fie garantată prin:

- (A) Ordin de plată care dovedește că prețul pentru Acțiunile Oferite alocate a fost transferat în contul/conturile de servicii de investiții financiare deschis(e) la Intermediar prin care Investitorul Instituțional a scris, cu condiția ca suma respectivă să crediteze contul/conturile de servicii de investiții financiare relevant(e) înainte de înregistrarea ordinului aferent subscrierii relevante în segmentul de piață corespunzător al Bursei de Valori București.

Ordinul de plată trebuie să cuprindă codul unic de înregistrare și denumirea Investitorului Instituțional. Numărul contului care trebuie completat de un Investitor Instituțional în formularul de subscriere (dacă este cazul) trebuie să fie numărul contului din care se transferă efectiv suma aferentă subscrierii în contul/conturile de servicii de investiții financiare.

Investitorii Instituționali trebuie să ia în considerare eventualele comisioane de transfer și, dacă este cazul, comisioanele de deschidere a contului. Nu sunt acceptate depuneri în numerar direct în contul/conturile de servicii de investiții financiare. Sumele transferate de Investitorii Instituționali, reprezentând valoarea Acțiunilor Oferite alocate, nu vor fi purtătoare de dobândă în favoarea Investitorilor Instituționali respectivi.

Fiecare ordin de plată este echivalent cu o singură subscriere și combinarea mai multor ordine de plată pentru o singură subscriere valabilă nu este permisă.

În cazul în care, în perioada cuprinsă între Data Alocării și cel târziu ora 15:00 ora României la Data Decontării, vor exista Investitori Instituționali care nu vor furniza Dovada Plății, Intermediarul va realoca respectivele Acțiuni altui/altor Investitor(i) Instituțional(i), cu acordul acestora și numai dacă aceștia pot furniza Dovada Plății pentru Acțiunile alocate suplimentar. Dacă nu este posibil, numărul de Acțiuni vândute de către Societate și Acționarul Vanzător se va reduce în mod corespunzător.

Intermediarul nu va fi ținut răspunzător dacă, din motive independente de acesta, contul/conturile de servicii de investiții financiare nu sunt efectiv creditate cu sumele reprezentând valoarea subscrierilor cel mai târziu la ora 15:00 ora României, la Data Tranzacției.

- (B) Declarație privind angajamentul de decontare emisă de agentul custode care își asumă răspunderea pentru decontare în numele Investitorului Instituțional în conformitate cu reglementările ASF;



- (C) Scrisoare de garanție bancară emisă de o instituție de credit din Uniunea Europeană în scopul acoperirii riscului de decontare asumat de Intermediar; sau
- (D) Declarație privind angajamentul de decontare emisă de Intermediar care își asumă răspunderea pentru decontare în conformitate cu limitările prevăzute de ASF.

Garanția sau angajamentul trebuie să acopere și orice comisioane practicate de instituțiile pieței de capital, dacă este cazul.

Subscrierea Acțiunilor Oferite de către Investitorii de Retail

Prin subscrierea Acțiunilor Oferite, fiecare Investitor de Retail confirmă că a citit acest Prospect, că a acceptat Termenii și Condițiile prevăzute în acest Prospect și că a efectuat subscrierea în conformitate cu termenii incluși în acest Prospect și declară și garantează Societății, Acționarului Vanzător și Intermediarului că este un investitor care poate achiziționa în mod legal Acțiunile Oferite (fără a fi supus niciunor restricții sau limitări) conform legislației din statul său de reședință. Orice achiziție efectuată prin încălcarea termenilor prezentului Prospect sau prin încălcarea legislației aplicabile nu este valabilă și va fi anulată.

Programul și locațiile unde pot fi efectuate subscrierile de către Investitorii de Retail

Investitorii de Retail pot subscrie pentru Acțiunile Oferite pe parcursul întregii Perioade de Ofertă, în timpul programului normal de lucru al Intermediarului/Participanților Eligibili/Grupului de Distribuție (astfel cum acest termen este definit mai jos) **cu excepția** ultimei Zile Lucrătoare a Perioadei de Ofertă (respectiv 28 mai 2026), când subscrierile vor fi acceptate doar până la 12:00 (ora României).

Investitorii de Retail pot subscrie pentru Acțiunile Oferite prin intermediul:

- BT Capital Partners S.A. - la sediul său din Bulevardul 21 Decembrie 1989, Nr. 77, Et. 2, Cluj Napoca 400603, Cluj, România, online prin platforma BT Trade și prin rețeaua sa de agenții, astfel cum este menționată la <https://btcapitalpartners.ro/reteaua-bt-capital-partners> și la unitățile Băncii Transilvania ("Grupul de Distribuție") astfel cum acestea sunt menționate la <https://www.bancatransilvania.ro/unitati-si-bancomate>;
- oricărui Participant Eligibil din lista publicată pe pagina de internet a Bursei de Valori București la www.bvb.ro, la sediul său autorizat,

sau astfel cum este convenit prin contractul de servicii de investiții financiare încheiat între respectivul Investitor de Retail și Intermediar/Participantul Eligibil relevant, dacă este cazul.

„**Participanți Eligibili**” înseamnă orice intermediari (alții decât Intermediarul), care sunt societăți de investiții sau instituții de credit acceptate ca participanți la sistemul de tranzacționare al Bursei de Valori București, și care (i) au semnat un angajament irevocabil și necondiționat („**Scrisoarea de Angajament**”) în vederea respectării prevederilor prezentului Prospect și a legii aplicabile, în forma pusă la dispoziție de Intermediar și (ii) au depus Scrisoarea de Angajament, prin e-mail, la Intermediar. O listă a Participanților Eligibili va fi publicată pe pagina de internet a Bursei de Valori București la www.bvb.ro.

Participanții Eligibili nu pot accepta, înregistra, procesa și valida subscrierile pentru Acțiunile Oferite înainte de semnarea și depunerea Scrisorii de Angajament la BT Capital Partners S.A. prin e-mail către adresa custodie@btcapitalpartners.ro.

Fiecare Participant Eligibil trebuie să se conformeze și trebuie să se asigure că sistemele sale interne îi permit să se conformeze cerințelor prevăzute în prezentul Prospect, inclusiv, însă fără a se limita la, cerințele privind disponibilitatea fondurilor și decontarea tranzacțiilor derulate în urma acceptării subscrierilor de către respectivul Participant Eligibil. Intermediarul nu va fi răspunzător pentru nicio nerespectare a cerințelor stabilite în prezentul Prospect de către niciun Participant Eligibil, pentru orice informații sau consultanță oferite investitorilor de către Participanții Eligibili sau pentru orice materiale de distribuție pregătite de orice Participant Eligibil. Orice răspundere pentru astfel de informații, consultanță sau materiale va reveni exclusiv Participantului Eligibil respectiv, iar astfel de informații, consultanță sau materiale nu vor fi revizuite sau avizate de niciunul dintre Intermediar, Societate sau Acționarul Vanzător.

Orice subscriere realizată la un participant care nu este Participant Eligibil nu va fi luată în considerare, iar Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul nu vor avea niciun fel de răspundere în legătură cu aceasta.

Ordinile de tranzacționare corespunzătoare fiecărei subscrieri pentru Acțiunile Oferite efectuate de Investitorii de Retail vor fi înregistrate, pe parcursul Perioadei de Ofertă, de Intermediar sau de Participantul Eligibil care a primit și a validat subscrierea respectivă, în piața specială convenită cu Bursa de Valori București.

Procedura de subscriere pentru Investitorii de Retail

Subscrierea minimă pentru Acțiunile Oferite de către un Investitor de Retail va fi pentru cel puțin 1.500 de Acțiuni Oferite. O subscriere de Acțiuni Oferite de către un Investitor de Retail nu poate depăși numărul inițial de Acțiuni Oferite în cadrul Tranșei Investitorilor de Retail. Sunt permise subscrieri multiple în cadrul Ofertei, realizate de același investitor, dar fără a se depăși numărul inițial de Acțiuni Oferite în cadrul Tranșei Investitorilor de Retail

În cazul în care un Investitor de Retail nu a încheiat un contract de servicii de investiții financiare cu Intermediarul sau un Participant Eligibil, respectivul Investitor de Retail poate subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite dacă depune:

- (1) un Formular de Subscriere completat în mod corespunzător în două (2) exemplare originale;
- (2) o Dovadă a Plății (astfel cum acest termen este definit mai jos); și
- (3) documentele solicitate enumerate în secțiunea „Documentele de Subscriere” de mai jos.



Formularul de subscriere va fi disponibil la sediile menționate mai sus în secțiunea „Subscrierea Acțiunilor Oferite de către Investitorii de Retail – Programul și locațiile unde pot fi efectuate subscrierile de Investitorii de Retail” sau în alt mod comunicat de către Intermediar sau Participantul Eligibil respectiv.

Dacă un Investitor de Retail a încheiat un contract de servicii de investiții cu Intermediarul sau un Participant Eligibil, respectivul Investitor de Retail poate subscrie în mod valabil pentru Acțiunile Oferite în baza ordinelor de cumpărare în baza respectivului contract de servicii de investiții financiare și prin orice mijloace de comunicare prevăzute în acel contract, fără a i se cere să depună vreun Formular de Subscriere sau documente de identificare (cu excepția situației în care au survenit modificări în ceea ce privește datele sale de identificare de la data ultimei actualizări a datelor sale de identificare).

Formularele de Subscriere în legătură cu Acțiunile Oferite pentru care:

- a) suma (i) transferată în Contul Colector relevant sau în contul/conturile de servicii de investiții financiare relevant(e) sau (ii) specificată în declarația privind angajamentul de decontare sau în garanția bancară nu este mai mare sau egală cu numărul Acțiunilor Oferite subscribe de Investitorul de Retail respectiv înmulțit cu limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă, la care se adaugă, după caz, comisioanele de tranzacționare aplicabile conform condițiilor Intermediarului; sau
- b) procedurile de subscriere nu au fost îndeplinite,

nu vor fi validate.

Subscrierile pentru Acțiunile Oferite care nu au fost validate nu vor fi luate în considerare în procesul de alocare. Investitorii de Retail ale căror Formulare de Subscriere pentru Acțiunile Oferite nu au fost validate vor fi notificați în mod corespunzător și sumele plătite le vor fi restituite în contul indicat în formularul de subscriere în termen de cinci (5) Zile Lucrătoare de la ultima Zi Lucrătoare a Perioadei de Ofertă.

Intermediarul va valida un Formular de Subscriere exclusiv în momentul în care suma respectivă este creditată integral în Contul Colector relevant. Pentru evitarea oricărui dubiu, pentru ca un Formular de Subscriere să fie valabil, suma datorată pentru Acțiunile Oferite subscribe trebuie să fie plătită integral.

Intermediarul și Participanții Eligibili acceptă, validează, transmit și execută ordine de cumpărare în sistemul Bursei de Valori București în conformitate cu reglementările interne ale acestora și cu normele privind gestionarea riscurilor de decontare și cu cerințele prevăzute în acest sens în prezentul Prospect și în legislația aplicabilă.

Dovada Plății aferentă Subscrierilor efectuate de Investitorii de Retail

Subscrierile pentru Acțiunile Oferite efectuate de Investitorii de Retail vor fi validate numai dacă, cel târziu în ultima Zi Lucrătoare a Perioadei de Ofertă, Formularele de Subscriere sunt însoțite de documentele enumerate mai jos la secțiunea „Documentele de Subscriere” și de unul dintre următoarele documente (fiecare reprezentând o „Dovada a Plății”):

- (A) Dovada că prețul pentru Acțiunile Oferite subscribe de Investitorul de Retail respectiv a fost plătit, după cum urmează:
- pentru subscrierile realizate prin Intermediar – (i) un ordin de plată prin intermediul căruia prețul aferent Acțiunilor Oferite subscribe a fost transferat în Contul Colector deschis de Intermediar sau orice altă dovada acceptată de Intermediar că Contul Colector relevant a fost creditat în mod corespunzător cu suma respectivă sau (ii) transferuri bancare/ fonduri suficiente disponibile în contul (conturile) de servicii de investiții financiare deschis(e) la Intermediar, în cazul în care Investitorul de Retail respectiv a încheiat un contract valabil de servicii de investiții financiare cu Intermediarul, după caz; sau
 - pentru subscrierile realizate printr-un Participant Eligibil – prețul de subscriere pentru Acțiunile Oferite poate fi plătit în numerar sau prin transfer bancar, în funcție de procedurile interne ale respectivului Participant Eligibil, astfel cum acestea sunt comunicate de către fiecare Participant Eligibil Investitorilor de Retail;

cu condiția ca aceste sume să crediteze Contul Colector relevant cel mai târziu la 16:00 ora României în ultima Zi Lucrătoare a Perioadei de Ofertă.

Contul Colector în RON pentru subscrierile Acțiunilor Oferite este următorul:

- ✓ contul bancar în RON cu IBAN RO73BTRL0130120292569000 deschis la Banca Transilvania, beneficiar BT Capital Partners S.A.

Numărul contului bancar (IBAN) care urmează să fie completat de un Investitor de Retail în formularul de subscriere trebuie să fie numărul contului bancar din care suma aferentă subscrierii este efectiv transferată în Contul Colector. Nu sunt acceptate depuneri în numerar direct în Contul Colector sau în conturile de servicii de investiții financiare ale Intermediarului. Sumele transferate de Investitorii de Retail, reprezentând valoarea Acțiunilor Oferite subscribe, nu vor fi purtătoare de dobândă în favoarea Investitorilor de Retail respectivi.

Pentru acele subscrieri pentru care plata este efectuată prin ordin de plată, fiecare ordin de plată este echivalentul unei subscrieri, iar cumularea mai multor ordine de plată pentru o singură subscriere valabilă nu este posibilă.

Intermediarul nu va fi ținut răspunzător dacă, din motive independente de acesta, Contul Colector sau conturile de servicii de investiții financiare relevante nu sunt efectiv creditate cu sumele reprezentând valoarea subscrierilor înainte de 16:00 ora României în ultima Zi Lucrătoare a Perioadei de Ofertă; sau

- (B) Declarație privind angajamentul de decontare emisă de agentul custode care își asumă răspunderea pentru decontare;
- (C) Scrisoare de garanție bancară emisă de o instituție de credit din Uniunea Europeană în scopul acoperirii riscului de decontare asumat de Intermediar sau de Participantul Eligibil relevant;

- (D) Declarație privind angajamentul de decontare emisă de Intermediar sau de Participantul Eligibil relevant la care este plasat ordinul de cumpărare, care își asumă răspunderea pentru decontare pentru valoarea ordinului, în conformitate cu reglementările prevăzute de ASF.

Investitorii de Retail care au încheiat un contract de servicii de investiții cu Intermediarul sau unul dintre Participantii Eligibili și care subscriu prin Intermediar sau Participant Eligibil pot subscrie, de asemenea, folosind sumele existente în contul/conturile de servicii de investiții financiare și/sau folosind o declarație privind angajamentul de decontare. În acest caz, Investitorii de Retail se vor asigura că sumele existente în contul/conturile de servicii de investiții financiare ale acestora și/sau declarația privind angajamentul de decontare acoperă în întregime suma scrisă.

O subscriere nu poate fi acoperită printr-o combinație de sume disponibile în contul/conturile de servicii de investiții financiare și de ordine de plată pentru sumele rămase.

Suma existentă în contul de client deschis la Intermediar sau Participantul Eligibil respectiv care este destinată plății Acțiunilor Oferite subscribe nu poate fi utilizată de Investitorul de Retail pentru alte tranzacții.

Dacă suma (i) transferată de un Investitor de Retail în Contul Colector relevant sau în contul/conturile de servicii de investiții financiare sau (ii) indicată în scrisoarea de garanție bancară sau în declarația privind angajamentul de decontare este mai mare decât limita superioară a Intervalului Prețului de Ofertă înmulțit cu numărul Acțiunilor Oferite menționate de Investitorul de Retail respectiv în formularul de subscriere/ordinul de cumpărare, subscrierea va fi validată numai pentru numărul de Acțiuni Oferite menționate în formularul de subscriere/ordinul de cumpărare.

În situația în care suma (a) transferată în Contul Colector sau în contul/conturile de servicii de investiții financiare sau (b) menționată în scrisoarea de garanție bancară sau în declarația privind angajamentul de decontare este mai mică decât suma scrisă, formularul de subscriere va fi invalidat pentru întreaga suma scrisă.

Prețul pentru Acțiunile Oferite achiziționate nu include comisioane bancare, comisioane de deschidere de cont sau alte taxe aplicabile, inclusiv orice taxe și comisioane aplicabile ale instituțiilor relevante ale pieței de capital și nici orice comisioane percepute de Intermediar/Participantul Eligibil la care sunt plasate subscrierile. Aceste comisioane și taxe vor fi suportate separat de către Investitorii de Retail. Atunci când efectuează plățile necesare, Investitorii de Retail trebuie să ia în considerare taxele aplicabile transferurilor bancare și durata transferurilor bancare.

Intermediarul și Participant Eligibil vor comunica Investitorilor de Retail care subscriu prin intermediul acestora comisioanele care vor fi datorate de Investitorii de Retail în legătură cu subscrierile acestora pentru Acțiunile Oferite, inclusiv costurile (dacă este cazul) asociate deschiderii și menținerii unui cont de valori mobiliare (cu excepția cazului în care Investitorul de Retail are deja un astfel de cont), emiterii angajamentelor de decontare, comisioanele aferente serviciilor de investiții financiare plătibile în temeiul oricăror acorduri relevante sau în conformitate cu reglementările entității care acceptă subscrierea de la Investitorii de Retail și orice taxe practicate de Bursa de Valori București și de Depozitarul Central. Aceste comisioane nu pot fi cuantificate de Societate, de Acționarul Vanzător sau de Intermediar în scopul prezentului Prospect.

Documentele de Subscriere

Pentru a fi acceptate, Formularele de Subscriere pentru Acțiunile Oferite pentru care investitorii au scris trebuie să fie însoțite de o Dovada a Plății și de următoarele documente, în funcție de fiecare tip de investitor:

I. Persoane fizice rezidente care subscriu în nume propriu:	- Carte/buletin de identitate/Carte Electronică de Identitate (în original).
II. Persoane fizice rezidente care subscriu în numele altor persoane fizice:	- Carte/buletin de identitate (în original) a/al reprezentantului și carte/buletin de identitate (copie) a persoanei reprezentate; și - Procură privind subscrierea în cadrul Ofertei în formă

	autentică (copie și original).
III. Persoane fizice rezidente incapabile (fără discernământ) sau aflate sub tutelă/curatelă	<ul style="list-style-type: none"> - Carte/buletin de identitate (în original) a/al persoanei fizice rezidente care subscrie pentru persoana reprezentată și carte/buletin de identitate (copie) a/al persoanei incapabile; - Pașaport (în original) și/sau permis de ședere (în original și copie) al persoanei fizice care subscrie pentru persoana incapabilă - doar în cazul cetățenilor străini; și - Actul juridic care stabilește tutela/curatela sau, după caz, documentul care stabilește tutela sau curatela (în original și copie).
IV. Persoane juridice rezidente care subscriu în nume propriu:	<ul style="list-style-type: none"> - Certificat de înregistrare emis de Registrul Comerțului (copie); - Certificat constatator privind situația actuală a persoanei juridice emis de Registrul Comerțului cu cel mult 30 de Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii, în original sau online, menționând reprezentantul(reprezentanții) legal(i) ai entității rezidente; - Extras din Registrul Beneficiarilor Reali sau un document echivalent care atestă beneficiarul real al entității (în original) emis cu cel mult 30 Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii; - În cazul în care subscrierile sunt efectuate prin intermediul altei persoane decât reprezentantul(lor) legal(i), procură/mandat (în original și copie) pentru persoana care semnează formularul de subscriere; - Carte/buletin de identitate (în original) a/al persoanei care subscrie în numele persoanei juridice; și - Codul LEI.
V. Persoane fizice nerezidente care subscriu în nume propriu:	<ul style="list-style-type: none"> - Pașaport sau carte de identitate pentru cetățeni ai UE/ SEE (în original și copie); - Document care atestă adresa de domiciliu, dacă adresa nu apare evidențiată pe documentele de mai sus; și - Codul de identificare a investitorului conform Art. 6 și Anexei 1 la Regulamentul delegat (UE) 2017/590 al Comisiei din 28 iulie 2016 de completare a Regulamentului (UE) nr. 600/2014 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește standardele tehnice de reglementare pentru raportarea tranzacțiilor către autoritățile competente („CDR (UE) 2017/590”).



VI. Persoane fizice nerezidente care subscriu prin reprezentanți autorizați rezidenți:

- Pașaport sau carte de identitate, pentru cetățeni ai UE/SEE (copie) a persoanei reprezentate;
- Carte/buletin de identitate a/al reprezentantului autorizat (în original și copie);
- Codul de identificare a investitorului conform Art. 6 și Anexei 1 la CDR (UE) 2017/590;
- Document care atestă adresa de domiciliu, dacă adresa nu apare evidențiată pe documentele de mai sus; și
- Procură în formă autentică care stipulează că reprezentantul este autorizat să acționeze în numele persoanei fizice nerezidente (în original și copie).

VII. Persoane juridice nerezidente care subscriu în nume propriu:

- Certificat de înregistrare al persoanei juridice nerezidente emis de Registrul Comerțului sau de orice instituție echivalentă, dacă acesta există (copie);
 - Certificat constatator privind situația actuală, în original, pentru persoana juridică nerezidentă care menționează reprezentanții legali ai persoanei juridice nerezidente respective, emis de Registrul Comerțului sau de o instituție echivalentă (emis cu cel mult 30 Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii). În cazul în care nu există nicio autoritate sau instituție autorizată să emită un astfel de certificat, va fi depus orice document corporativ care evidențiază reprezentanții legali ai persoanei juridice
 - ce nerezidente (emis cu cel mult 30 de Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii); un astfel de document corporativ al persoanei juridice nerezidente va preciza în mod clar dacă reprezentanții legali au dreptul să acționeze separat sau împreună;
 - Extras din Registrul Beneficiarilor Reali sau un document echivalent care atestă beneficiarul real al entității (în original) emis cu cel mult 30 Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii;
 - În cazul în care subscrierile se fac printr-o altă persoană decât reprezentantul(reprezentanții) legal(i) al (ai) persoanei juridice nerezidente, procura/mandat semnat de reprezentanții legali ai persoanei juridice nerezidente împuternicind persoana respectivă să subscrie Acțiunile Oferite pe seama persoanei juridice n
 - rezidente (în original și copie);
 - Carte/buletin de identitate a/al persoanei care subscrie în calitate de reprezentant legal sau de mandatar al persoanei juridice nerezidente: pașaport, carte de identitate pentru cetățeni ai UE/SEE (copie); și
 - Codul LEI.
-

VIII. Persoane juridice nerezidente care subscriu printr-o persoană juridică rezidentă:

- Certificat de înregistrare al persoanei juridice nerezidente emis de Registrul Comerțului sau de orice instituție echivalentă, dacă există (copie);
- Certificat constatator privind situația actuală, în original, pentru persoana juridică nerezidentă care menționează reprezentanții legali ai persoanei juridice nerezidente respective, emis de Registrul Comerțului sau de o instituție echivalentă (emis cu cel mult 30 de Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii). În cazul în care nu există nicio autoritate sau instituție autorizată să emită un astfel de certificat, orice document corporativ care evidențiază reprezentanții legali ai persoanei juridice nerezidente va fi depus (emis cu cel mult 30 de Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii); un astfel de document corporativ va preciza în mod clar dacă reprezentanții legali au dreptul să acționeze separat sau împreună;
- Extras din Registrul Beneficiarilor Reali sau un document echivalent care atestă beneficiarul real al entității (în original) emis cu cel mult 30 de Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii;
- Certificat de înregistrare al reprezentantului persoană juridică rezidentă emis de Registrul Comerțului (copie);
- Certificat constatator privind situația actuală, în original, pentru reprezentantul persoană juridică rezidentă emis de Registrul Comerțului (emis cu cel mult 30 de Zile Lucrătoare înainte de data subscrierii);
- Carte/buletin de identitate a/al reprezentantului legal al persoanei juridice rezidente care subscrie în calitate de reprezentant pe seama persoanei juridice nerezidente (în original);
- În cazul în care subscrierile sunt efectuate prin intermediul altei persoane decât reprezentantul(reprezentanții) legal(i), procură semnată de reprezentantul/reprezentanții legal(i) al/ai persoanei juridice nerezidente prin care se împuternicește persoana juridică rezidentă să subscrie în cadrul Ofertei; și
- Codul LEI.

IX. Instituții Financiare Internaționale („IFI”)

- Act constitutiv al IFI sau o copie a legii române prin care România a acceptat sau a aderat la actul constitutiv al IFI respective;
- În cazul în care subscrierile sunt efectuate prin intermediul altei persoane decât reprezentantul(reprezentanții) legal(i), procură/certificat prin care se împuternicește persoana care va semna formularul de subscriere în vederea subscrierii pe seama IFI (în original sau copie legalizată);
- Carte/buletin de identitate a/al persoanei care va semna formularul de subscriere pe seama IFI (copie); și
- Codul LEI.

X. Persoane fizice rezidente/nerezidente reprezentate de o societate de administrare a activelor prin intermediul unui mandat de administrare a portofoliului.

Documente pentru societatea de administrare a activelor.

- Carte/buletin de identitate sau Carte Electronică de Identitate (copie), în cazul persoanelor fizice rezidente;
- Pașaport și dovada domiciliului, în cazul în care acesta nu este menționat în pașaport, sau carte de identitate pentru cetățenii unui stat membru al UE/SEE (copie), în cazul persoanelor fizice nerezidente;
- Mandat de reprezentare (în original și copie);
- Certificat de înregistrare emis de Registrul Comerțului (copie);
- Act constitutiv/statut actualizat (copie conformă cu originalul, certificată de reprezentantul legal al persoanei juridice);
- Certificat constatator eliberat de Registrul Comerțului, cu cel mult 30 de zile lucrătoare înainte de data subscrierii (în original);
- Procură/mandat în original pentru persoana sau persoanele care semnează formularul de subscriere, emis în forma prevăzută de actul constitutiv, sau dovada că persoana respectivă reprezintă în mod legal persoana juridică ce subscrie, cu drept de reprezentare individual (dacă societatea este reprezentată în mod colectiv de către două sau mai multe persoane, acestea sunt toate prezente pentru semnarea formularului de subscriere), asemenea dovadă fiind prezentată pentru toate aceste persoane (procură în original și orice alte documente certificate conform cu originalul de către reprezentantul legal al persoanei juridice);
- Carte/buletin de identitate sau Carte Electronică de Identitate (în original și copie) a persoanei care subscrie în numele persoanei juridice.

XI. Entități administrate de alte persoane juridice rezidente / nerezidente (e.g. fonduri de investiții, fonduri de pensii)

Documentele listate mai jos vor fi prezentate pentru persoana juridică ce administrează entitatea respectivă și vor fi însoțite de autorizația obținută de către aceasta de la autoritatea de supraveghere competentă:

- Certificat de înregistrare emis de Registrul Comerțului (copie);
- Act constitutiv/statut actualizat (copie conformă cu originalul, certificată de reprezentantul legal al persoanei juridice);
- Certificat constatator eliberat de Registrul Comerțului, cu cel mult 30 de zile lucrătoare înainte de data subscrierii (copie);
- Procură/mandat în original pentru persoana sau persoanele care semnează formularul de subscriere, emis în forma prevăzută de actul constitutiv sau dovada că persoana respectivă reprezintă în mod legal persoana juridică ce subscrie, cu drept de reprezentare individual (dacă societatea este reprezentată în mod colectiv de către două sau mai multe persoane, acestea sunt toate prezente pentru semnarea formularului de subscriere), asemenea dovadă fiind prezentată

pentru toate aceste persoane (procură în original și orice alte documente certificate conform cu originalul de către reprezentantul legal al persoanei juridice);

- Carte/buletin de identitate (în original și copie) a persoanei care subscrie în numele persoanei juridice.

Documente care atestă autorizarea entității administrate (de exemplu, fond de investiții, fond de pensii), emise de autoritatea de supraveghere competentă din jurisdicția relevantă, din care să rezulte în mod expres existența și funcționarea legală a entității respective la data subscrierii.

Intermediarul sau Participantul Eligibil, după caz, prin care un investitor subscrie are dreptul (i) să solicite orice documente suplimentare în scopul îndeplinirii obligațiilor sale de respectare a regulilor „de cunoaștere a clientelei”, conform normelor și procedurilor sale interne de identificare a clienților sau (ii) dimpotrivă, să renunțe la oricare dintre documentele enumerate mai sus. Fiecare investitor trebuie să respecte verificările adecvate privind combaterea spălării banilor și alte proceduri interne relevante solicitate de Intermediar sau Participantul Eligibil relevant prin intermediul căruia investitorul a scris pentru Acțiunile Oferite.

Documente oficiale în altă limbă decât limba română sau engleză depuse de un investitor vor fi apostilate sau supra-legalizate, după caz, și însoțite de o traducere legalizată a acestora în limbile română sau engleză.

În cazul investitorilor fără personalitate juridică trebuie depuse documentele de identificare cu privire la societatea de administrare.

Modificarea și retragerea Subscrierilor

Investitorii Instituționali își pot modifica numărul de Acțiuni Oferite sau își pot retrage subscrierea inițială pentru Acțiunile Oferite până la închiderea Registrului în ultima Zi Lucrătoare a Perioadei de Ofertă (inclusiv), la ora comunicată de către Intermediar Investitorilor Instituționali.

Modificările subscrierilor de către Investitorii Instituționali vor fi supuse aceluiași cerințe de depunere, prelucrare și validare ca și cele aferente subscrierii inițiale.

Investitorii de Retail nu își pot modifica sau retrage subscrierile pentru Acțiunile Oferite, cu excepția situației în care Prospectul face obiectul unui supliment – caz în care subscrierile pot fi retrase de către orice Investitor de Retail în 3 Zile Lucrătoare de la data la care respectivul supliment a fost publicat, prin completarea unui formular de retragere a acceptului de subscriere la aceeași unitate a Intermediarului sau a Participantului Eligibil la care a fost efectuată subscrierea, iar sumele plătite de Investitorii de Retail vor fi returnate acestora astfel cum se precizează mai sus în secțiunea „Prețul de Ofertă – Rambursarea Prețului”. Retragerea unei subscrieri poate fi realizată doar pentru întreaga subscriere și doar în perioada menționată în suplimentul la Prospect.

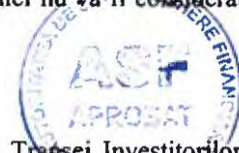
Alocarea Acțiunilor Oferite

Acțiunile Oferite subscribe vor fi alocate investitorilor la Data Alocării pe baza deciziei comune a Societății și a Acționarului Vanzător, în consultare cu Intermediarul.

Numărul final de Acțiuni Oferite va fi decis de Societate și Acționarul Vanzător acționând împreună, la recomandarea Intermediarului, pe baza nivelului de subscrieri din Registru.

În cazul în care Oferta nu este scrisă integral, alocarea Acțiunilor Oferite se va realiza între Acțiunile Noi și Acțiunile Existente oferite spre vânzare de către Acționarul Vanzător, proporțional cu ponderea fiecărei categorii în numărul total al Acțiunilor Oferite.

Dimensiunea finală a fiecărei Tranșe de Ofertă va fi decisă în comun de Societate și de Acționarul Vanzător, la recomandarea Intermediarului, pe baza nivelului de subscrieri din Registru, condițiile de piață predominante, încurajarea dezvoltării unei piețe secundare ordonate și lichide a Acțiunilor și altele. La recomandarea Intermediarului și în urma consultării cu Societatea și Acționarul Vanzător, aceștia pot decide în comun să realoce Acțiunile Oferite din oricare dintre Tranșele Ofertei către cealaltă Tranșă a Ofertei, pe baza nivelurilor de subscriere din fiecare Tranșă de Ofertă - ceea ce, pentru evitarea oricărei neclarități, poate determina Tranșa Investitorilor de Retail să reprezinte fie (1) mai mult de 50% (însă nu mai mult de 70%) din Acțiunile Oferite vândute, fie dimpotrivă (2) mai puțin de 50% din Acțiunile Oferite vândute (însă nu mai puțin de 30% din Acțiunile Oferite) (însă o asemenea realocare din Tranșa Investitorilor de Retail în Tranșa Investitorilor Instituționali va avea loc doar în cazul în care nivelul de subscriere în Tranșa Investitorilor de Retail este mai mic de 100%). Pentru evitarea oricărui dubiu, o realocare între Tranșele Ofertei nu va necesita o modificare a Prospectului și nici nu va fi considerată o modificare a acestuia.



Alocarea Acțiunilor Oferite în cadrul Tranșei Investitorilor de Retail

- (A) Dacă numărul de Acțiuni Oferite subscribe în mod valabil în cadrul Tranșei Investitorilor de Retail este mai mic decât, sau egal cu, numărul Acțiunilor Oferite alocate Tranșei Investitorilor de Retail (astfel cum va fi stabilit la Data Alocării), fiecare subscriere valabilă a Investitorilor de Retail va primi numărul de Acțiuni Oferite subscribe.
- (B) Dacă numărul de Acțiuni Oferite subscribe în mod valabil în cadrul Tranșei Investitorilor de Retail este mai mare decât numărul Acțiunilor Oferite alocate Tranșei Investitorilor de Retail (astfel cum va fi stabilit la Data Alocării), Acțiunile Oferite din Tranșa Investitorilor de Retail vor fi alocate fiecărei subscrieri valabile a Investitorilor de Retail proporțional cu numărul de Acțiuni Oferite din subscrierea respectivă (alocare *pro rata*). Pentru evitarea oricărui dubiu, o astfel de alocare *pro rata* se aplică în mod egal tuturor subscrierilor din cadrul Tranșei Investitorilor de Retail, fie că sunt depuse în primele trei (3) Zile Lucrătoare ale Perioadei de Ofertă, fie în celelalte Zile Lucrătoare ale Perioadei de Ofertă.

În acest scop, un factor *pro rata* se va calcula după cum urmează: Factorul *pro rata* = Numărul total de Acțiuni Oferite alocate Tranșei Investitorilor de Retail / Numărul total de Acțiuni Oferite subscribe în Tranșa Investitorilor de Retail.

Fiecărei subscrieri a Investitorilor de Retail i se alocă numărul de Acțiuni Oferite egal cu numărul de Acțiuni Oferite subscribe în mod valabil, înmulțit cu factorul *pro rata*, care va avea zece (10) zecimale.

În cazul în care numărul Acțiunilor Oferite alocate unei subscrieri a unui Investitor de Retail după aplicarea factorului *pro rata* nu este un număr întreg pozitiv, numărul Acțiunilor Oferite alocate subscrierii respective va fi rotunjit în jos la numărul întreg imediat inferior.

În scopul alocării oricăror Acțiuni Oferite rămase (rezultate prin rotunjirea în jos a numărului de Acțiuni Oferite în cadrul procesului de alocare *pro rata*), subscrierile Investitorilor de Retail vor fi clasificate în ordine descrescătoare în funcție de numărul de Acțiuni Oferite din fiecare subscriere și, dacă una sau mai multe subscrieri se referă exact la același număr de Acțiuni Oferite, acestea vor fi clasificate în ordine crescătoare în funcție de marca temporală alocată ordinului lor de tranzacționare în sistemul electronic al Bursei de Valori București, iar Acțiunile Oferite nealocate în Tranșa Investitorilor de Retail rezultate vor fi alocate câte una pentru fiecare subscriere (dar fără ca în acest fel numărul de Acțiuni Oferite alocat în total unei subscrieri să depășească numărul de Acțiuni Oferite solicitat inițial prin subscrierea respectivă), începând cu cea mai mare alocare.

În caz de supra-subscriere, Investitorilor de Retail li se va restitui diferența între suma plătită pentru Acțiunile Oferite subscribe și valoarea Acțiunilor Oferite alocate (mai puțin comisionul de tranzacționare, dacă este cazul, comisioanele de transfer bancar și orice comisioane ale instituțiilor de pe piața de capital) astfel cum este detaliat în secțiunea „Prețul de Ofertă” de mai sus.

Motive independente de Societate, Acționarul Vanzător sau Intermediar pot conduce la întârzieri în prelucrarea informațiilor și în elaborarea și transmiterea notificării privind rezultatele Ofertei la ASF. În

consecință, nici Societatea, nici Intermediarul, nici Acționarul Vanzător nu pot fi ținuți răspunzători pentru întârzieri în restituirea sumelor datorate investitorilor în cazul suprasubscrierii Ofertei. În astfel de circumstanțe, Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul nu au nicio răspundere față de niciun investitor.

Acțiunile alocate Investitorilor de Retail vor fi transferate automat în „Secțiunea 1” gestionată de Depozitarul Central S.A. după Data Decontării (astfel cum acest termen este definit mai jos), cu excepția Acțiunilor Oferite alocate acelor Investitori de Retail care au încheiat un contract de servicii de investiții financiare valabil cu Intermediarul sau Participantul Eligibil prin intermediul căruia au subscris în cadrul Ofertei.

Prin subscrierea Acțiunilor Oferite, Investitorii de Retail confirmă și sunt de acord că li se pot aloca mai puține Acțiuni Oferite decât au solicitat, în conformitate cu prevederile de mai sus. Investitorii de Retail confirmă și sunt de acord, de asemenea, că nu pot refuza Acțiunile Oferite care le-au fost alocate în conformitate cu prezentul Prospect și nu au dreptul de a contesta sau de a se opune unei astfel de alocări.

Alocarea Acțiunilor Oferite în cadrul Tranșei Investitorilor Instituționali

Numărul de Acțiuni Oferite alocate fiecărui Investitor Instituțional va fi stabilit împreună de Societate și de Acționarul Vanzător, în urma consultării cu Intermediarul pe baza Registrului. Investitorii Instituționali vor fi notificați (verbal, prin email sau prin alte mijloace convenite cu Intermediarul) în legătură cu numărul de Acțiuni Oferite care le-a fost alocat, în cel mai scurt timp posibil după stabilirea prețului și alocare.

Prin subscrierea în cadrul Ofertei, Investitorii Instituționali confirmă și sunt de acord că le pot fi alocate mai puține Acțiuni Oferite decât au subscris sau chiar pot să nu le fie alocate deloc Acțiuni Oferite și acceptă, de asemenea, că nu pot refuza alocarea.

Investitorii Instituționali recunosc și acceptă, de asemenea, că nu vor avea dreptul de a cere să afle, iar Acționarul Vanzător, Societatea și Intermediarul nu vor avea nicio obligație să dezvăluie, motivele privind alocarea și deciziile privind prețul luate de Societate și/sau de Acționarul Vanzător.

Tranzacția

Ordinele corespunzătoare subscrierilor valabile pentru Acțiunile Oferite realizate de Investitorii de Retail sunt introduse de Intermediar și de Participanții Eligibili în sistemul Bursei de Valori București zilnic pe parcursul Perioadei de Ofertă, inclusiv în ultima Zi Lucrătoare a Perioadei de Ofertă.

În perioada care începe la Data Alocării (inclusiv) și care se încheie la Data Tranzacției (la ora convenită între Intermediar și Bursa de Valori București), ordinele corespunzătoare Acțiunilor alocate Investitorilor Instituționali vor fi înregistrate în sistemul Bursei de Valori București, exclusiv în conformitate cu alocările efectuate împreună de Societate și de Acționarul Vanzător, cu condiția ca subscrierile corespunzătoare să fie valabile și Dovada Plății să fi fost primită.

În cazul în care, în perioada cuprinsă între Data Alocării și cel târziu ora 15:00 (ora României) la Data Tranzacției, vor exista Investitori Instituționali care nu au furnizat Dovada Plății, Intermediarul va realoca respectivele Acțiuni altui/altor Investitor(i) Instituțional(i) (cu acordul acestora și numai dacă aceștia pot furniza Dovada Plății pentru Acțiunile alocate suplimentar). Dacă acest lucru nu este posibil, numărul de Acțiuni vândute de către Acționarul Vanzător și/sau oferite spre subscriere de Emitent se va reduce în mod corespunzător. Alocarea Acțiunilor de către Societate împreună cu Acționarul Vanzător este obligatorie și este angajantă din punct de vedere legal atât pentru Investitorii Instituționali, cât și pentru Intermediar.

La Data Tranzacției, Intermediarul va realiza tranzacțiile aferente Acțiunilor Oferite prin intermediul Bursei de Valori București conform termenilor din Contractul de Intermediere.

Decontare

Decontarea Acțiunilor Oferite alocate va fi efectuată prin sistemul de compensare-decontare al Depozitarului Central Român în termen de două (2) Zile Lucrătoare de la Data Tranzacției („Data Decontării”).

Admitere la tranzacționare

Bursa de Valori București a emis acordul de principiu pentru admiterea Acțiunilor la tranzacționare pe Piața Reglementată a Bursei de Valori București („Admiterea”). După finalizarea Ofertei, Societatea intenționează să se adreseze Bursei de Valori București pentru obținerea aprobării finale pentru Admitere. În cazul în care sunt admise și atunci când vor fi admise la tranzacționare la Bursa de Valori București, Acțiunile vor fi înregistrate cu ISIN ROE1N5GQPH38 și se vor tranzacționa sub simbolul TRIP.

În cazul în care cererea de Admitere la tranzacționare a Acțiunilor este respinsă de Bursa de Valori București, investitorii au dreptul să solicite rambursarea fondurilor subscrise în termen de 60 de zile de la data publicării anunțului privind respingerea Admiterii.

Sumele relevante vor fi returnate acestor investitori în termen de cel mult trei (3) Zile Lucrătoare de la data primirii cererii de rambursare a fondurilor de către Intermediar sau Participantul Eligibil relevant prin care investitorul a subscris în Ofertă.

Nicio dobândă nu va fi plătită Investitorilor pentru aceste sume.

În cazul în care un investitor a indicat mai multe conturi bancare pentru rambursarea unor astfel de sume, Intermediarul și Participantii Eligibili își rezervă dreptul de a plăti întreaga sumă care urmează să fie rambursată numai în unul dintre conturile bancare indicate de investitor, cu excepția situației în care se menționează altfel în formularul de subscriere.

Stabilizare

În legătură cu Oferta, Intermediarul, în calitate de manager de stabilizare, acționând direct, poate (însă nu va avea nicio obligație în acest sens), în măsura permisă de legislația aplicabilă, să supra-aloce Acțiuni Oferite sau să efectueze alte tranzacții de stabilizare în vederea susținerii prețului de piață al Acțiunilor la un nivel mai mare decât cel care ar putea exista altfel pe piața liberă, pe baza unei strategii de stabilizare stabilită de BT Capital Partners S.A., în calitate de manager de stabilizare („Managerul de Stabilizare”). Managerul de Stabilizare nu este obligat să încheie astfel de tranzacții, iar astfel de tranzacții pot fi efectuate pe Bursa de Valori București și pot fi efectuate în orice moment în perioada care începe în ziua Admiterii și se încheie în cel mult 30 de zile calendaristice ulterior acestei date.

Cu toate acestea, Managerul de Stabilizare nu va avea obligația de a efectua tranzacții de stabilizare și nu există nicio asigurare că tranzacțiile de stabilizare vor fi efectuate. În nici un caz nu se vor lua măsuri pentru stabilizarea prețului de piață al Acțiunilor peste Prețul Final de Ofertă. O astfel de stabilizare, dacă este începută, poate fi întreruptă în orice moment, fără notificare prealabilă. Cu excepția cazurilor prevăzute de lege sau de reglementările legale, Managerul de Stabilizare nu intenționează să dezvăluie amploarea oricăror supra-allocări efectuate și/sau tranzacții de stabilizare efectuate în legătură cu Oferta.

Opțiunea de Supraalocare

În legătură cu Oferta, Managerul de Stabilizare poate, în scopul stabilizării, să supra-aloce Acțiuni Oferite până la maximum 10% din numărul total de Acțiuni Oferite cuprinse în Ofertă. În scopul de a permite Managerului de Stabilizare să acopere pozițiile scurte care rezultă din orice astfel de supra-allocări și/sau din vânzările de Acțiuni Oferite realizate de acesta în cursul perioadei de stabilizare, Acționarul Vânzător va acorda Intermediarului o opțiune de supra-allocare, în temeiul căreia Intermediarul poate achiziționa, în cadrul perioadei de stabilizare, până la maximum 10% din Acțiunile de Supra-Alocare la Prețul Final de Ofertă („Opțiunea de Supra-Alocare”). Opțiunea de Supra-Alocare va putea fi exercitată integral sau parțial, în baza notificării emise de Managerul de Stabilizare, în orice moment, până în a 30-a zi calendaristică după Admitere. Orice Acțiuni de Supra-Alocare puse la dispoziție în conformitate cu Opțiunea de Supra-Alocare vor avea rang egal în toate privințele cu Acțiunile Oferite, inclusiv privind toate dividendele și alte sume distribuite declarate, realizate sau plătite pentru Acțiunile Oferite, vor fi achiziționate conform aceluiași termen și condiții ca Acțiunile Oferite vândute în cadrul Ofertei și vor alcătui o singură clasă, indiferent de scop, cu celelalte Acțiuni.

Împrumutul de Acțiuni

În legătură cu acordurile detaliate mai sus, Managerul de Stabilizare va putea împrumuta de la Acționarul Vanzător, în mod gratuit, Acțiuni Oferite în cuantum de până la 10% din dimensiunea Ofertei, printre altele, în scopul de a permite Managerului de Stabilizare să deconteze supra-allocările realizate în legătură cu Oferta, dacă există.

În cazul în care Managerul de Stabilizare împrumută Acțiuni Oferite în temeiul Contractului de Împrumut de Acțiuni, acesta va fi obligat să returneze Acționarului Vanzător acțiuni echivalente în termen de cel mult două (2) Zile Lucrătoare de la încheierea perioadei de stabilizare. De asemenea, în termen de cinci (5) Zile Lucrătoare de la încheierea perioadei de stabilizare, Managerul de Stabilizare va transfera Acționarului Vanzător, după caz, orice venituri obținute de Managerul de Stabilizare ca urmare a tranzacțiilor de supraalocare efectuate, reprezentând exclusiv veniturile aferente Acțiunilor Supraalocate pentru care nu a intervenit compensarea obligației Managerului de Stabilizare de restituire a Acțiunilor Echivalente cu obligația corespunzătoare a Acționarului Vanzător de livrare a Acțiunilor de Supra-Alocare aferente exercitării Opțiunii de Supra-Alocare.

Alte relații

Intermediarul este o societate de servicii de investiții financiare financiară care oferă servicii complete, implicată în diverse activități, care pot include furnizarea de servicii de tip investment banking și de consultanță financiară. În cursul obișnuit al activității, este posibil ca Intermediarul și afiliații săi să se fi implicat în trecut în tranzacții cu, și au furnizat o serie de servicii de tip investment banking, servicii bancare comerciale, servicii de consultanță financiară și/sau de altă natură pentru, Societate, Acționarul Vanzător și afiliații acestora în mod periodic, în schimbul cărora au încasat onorariile obișnuite și rambursarea cheltuielilor. Intermediarul și afiliații acestuia pot furniza în viitor, în mod periodic, astfel de servicii Societății și Acționarului Vanzător, precum și afiliaților acestora în cursul obișnuit al activității, în schimbul cărora pot încasa onorariile obișnuite și rambursarea cheltuielilor. În cursul obișnuit al diferitelor lor activități comerciale, Intermediarul și afiliații acestuia pot deține o gamă largă de investiții și pot tranzacționa în mod activ titluri de creanță și de capital (sau valori mobiliare derivate conexe) și instrumente financiare (care pot include swap-uri pe riscul de credit) în cadrul Societății, Acționarului Vanzător și afiliaților respectivi ai acestora în nume propriu și pe seama clienților acestora și pot deține în orice moment poziții lungi și scurte pentru astfel de valori mobiliare și instrumente financiare. În plus, afiliații Intermediarului sunt sau pot fi în viitor creditori și, în unele cazuri, agenți sau manageri pentru creditori, în cadrul anumitor facilități de credit și altor acorduri de credit ale Societății, Acționarului Vanzător sau afiliaților acestora. În calitatea lor de creditori, acești creditori pot, în viitor, să solicite o reducere a unui angajament de împrumut față de Societate, Acționarul Vanzător sau afiliații respectivi ai acestora sau să impună cerințe incrementale de stabilire a prețurilor sau de garantare privind astfel de facilități sau acorduri de credit, în cursul obișnuit al activității. În plus, în cazul existenței unei relații de creditare cu Societatea, Acționarul Vanzător sau afiliații respectivi ai acestora, afiliații Intermediarului își pot acoperi în mod obișnuit expunerea la credit față de Societate, Acționarul Vanzător sau afiliații respectivi ai acestora în conformitate cu politicile lor obișnuite de gestionare a riscurilor; o astfel de strategie tipică de acoperire împotriva riscurilor ar include afiliații respectivi care acoperă o astfel de expunere prin încheierea de tranzacții care constau fie în achiziționarea de swap-uri pe riscul de credit, fie în crearea de poziții scurte pentru valorile mobiliare ale Societății, ale Acționarului Vanzător sau ale afiliaților acestora. Intermediarul și afiliații respectivi ai acestuia pot, de asemenea, să facă recomandări de investiții și/sau să publice sau să exprime opinii de cercetare independente cu privire la astfel de valori mobiliare sau instrumente financiare și pot deține sau recomanda clienților să achiziționeze poziții lungi și/sau scurte pentru astfel de valori mobiliare și instrumente financiare. În plus, Intermediarul și afiliații acestuia pot încheia acorduri de finanțare (inclusiv acorduri swap, warrante sau contracte pentru diferențe) cu investitorii, în legătură cu care Intermediarul (sau afiliații respectivi ai acestuia) pot, în mod periodic, să achiziționeze, să dețină sau să cedeze Acțiuni. Intermediarul nu intenționează să dezvăluie dimensiunea oricărei astfel de investiții sau tranzacții, altfel decât în conformitate cu orice obligație legală sau de reglementare în acest sens.

RESTRICȚII DE VÂNZARE ȘI TRANSFER

GENERALITĂȚI

Distribuirea Prospectului și vânzarea Acțiunilor Oferite în anumite jurisdicții pot fi restricționate prin lege. Societatea, Acționarul Vanzător sau Intermediarul nu au luat, nici nu vor lua nicio măsură pentru a permite o ofertă publică a Acțiunilor Oferite oriunde altundeva cu excepția României sau transmiterea sau distribuirea Prospectului în orice altă jurisdicție în care poate fi necesară luarea unor măsuri în acest scop. Prezentul Prospect a fost aprobat de ASF.

NU VA FI FĂCUTĂ NICIO OFERTĂ PUBLICĂ ÎN AFARA ROMÂNIEI

Nu a fost întreprinsă și nu se va întreprinde nicio acțiune într-o altă țară sau jurisdicție (altă decât România) care ar putea permite o ofertă către public a Acțiunilor Oferite sau posesia ori distribuirea către public a prezentului Prospect (sau a unei alte oferte ori material publicitar în legătură cu Acțiunile Oferite) în orice țară sau jurisdicție în care este necesară luarea unor măsuri în acest scop.

Prin urmare, nici Prospectul, nici orice alt anunț sau orice material de ofertă nu vor putea fi distribuite către public sau publicate în orice jurisdicție cu excepția României, cu excepția unor circumstanțe care vor fi în concordanță cu legile și reglementările aplicabile. Persoanele care intră în posesia Prospectului au obligația de a se informa și de a respecta orice astfel de restricții, inclusiv cele prevăzute în alineatele următoare.

Orice nerespectare a acestor restricții poate constitui o încălcare a legilor privind valorile mobiliare din orice astfel de jurisdicție.

STATELE UNITE ALE AMERICII

Acțiunile Oferite nu au fost și nu vor fi înregistrate în conformitate cu Legea privind Valorile Mobiliare și nici la vreo autoritate de reglementare a valorilor mobiliare din orice stat sau altă jurisdicție a Statelor Unite ale Americii și nu pot fi oferite sau vândute în Statele Unite ale Americii, cu excepția tranzacțiilor care sunt exceptate de la înregistrare în temeiul Legii privind Valorile Mobiliare. În consecință, Acțiunile Oferite sunt oferite în afara Statelor Unite ale Americii în tranzacții *offshore* în temeiul Regulamentului S. Intermediarul poate aranja oferirea și vânzarea acțiunilor în Statele Unite ale Americii prin intermediul brokerilor-dealeri înregistrați în Statele Unite ale Americii, care pot fi afiliații acestora.

Se va considera că fiecare cumpărător al Acțiunilor Oferite în afara Statelor Unite ale Americii, prin acceptarea primirii acestui Prospect, a declarat, a agreeat și a luat la cunoștință următoarele:

- Cumpărătorul a luat la cunoștință că Acțiunile Oferite nu au fost și nu vor fi înregistrate în conformitate cu Legea privind Valorile Mobiliare sau la orice autoritate de reglementare a valorilor mobiliare din orice stat din Statele Unite ale Americii;
- La data la care Acțiunile Oferite vor fi achiziționate, cumpărătorul va fi beneficiarul real al acelor Acțiuni Oferite;
- Persoana pentru care se achiziționează, dacă este cazul, Acțiunile Oferite, este localizată în afara Statelor Unite ale Americii (în sensul Regulamentului S) și achiziționează Acțiuni Oferite într-o tranzacție *offshore* care întrunește condițiile prevăzute în Regulamentul S; și
- Cumpărătorul a luat la cunoștință că Societatea, Acționarul Vanzător și Intermediarul se vor baza pe veridicitatea și acuratețea confirmărilor, declarațiilor și acordurilor menționate în alineatele precedente.

ANUNȚ ADRESAT EVENTUALILOR INVESTITORI DIN SPAȚIUL ECONOMIC EUROPEAN

Prezentul Prospect a fost aprobat de ASF, însă nu a fost aprobat sau notificat niciunei alte autorități competente dintr-un stat membru al Spațiului Economic European (cu excepția României) (fiecare un "Stat Relevant").

Nicio Acțiune Oferită nu a fost oferită sau nu va fi oferită publicului în temeiul Ofertei în Statul Relevant respectiv înainte de publicarea unui prospect în legătură cu Acțiunile Oferite care a fost aprobat de autoritatea competentă din Statul Relevant respectiv sau, după caz, aprobat într-un alt Stat Relevant și notificat autorității competente din Statul Relevant respectiv, în conformitate cu Regulamentul privind Prospectul, cu excepția faptului că Acțiunile Oferite pot fi oferite publicului din Statul Relevant respectiv în orice moment:

- oricărei persoane juridice care este un investitor calificat, astfel cum este definit în Articolul 2 din Regulamentul privind Prospectul;
- către mai puțin de 150 de persoane fizice sau juridice pentru fiecare stat membru al SEE (exceptând investitorii calificați, astfel cum sunt definiți în Articolul 2 din Regulamentul privind Prospectul), sub rezerva obținerii consimțământului prealabil al Intermediarului pentru orice astfel de ofertă; sau
- în orice alte circumstanțe care intră sub incidența Articolului 1(4) din Regulamentul privind Prospectul,

cu condiția ca nicio astfel de ofertă publică a Acțiunilor Oferite să nu impună Societății, Acționarului Vanzător sau oricărui Intermediar să publice un prospect în temeiul Articolului 3 din Regulamentul privind Prospectul, sau un supliment la prospect în temeiul Articolului 23 din Regulamentul privind Prospectul.

În sensul prezentei Secțiuni a prezentului Prospect, expresia "ofertă publică" în legătură cu Acțiunile Oferite în orice Stat Relevant înseamnă comunicarea, sub orice formă și prin orice mijloace, a unor informații suficiente cu privire la termenii Ofertei și la orice Acțiuni Oferite care urmează să fie oferite, astfel încât să permită unui investitor să decidă să cumpere sau să subscrie pentru orice Acțiuni Oferite, inclusiv orice plasare de Acțiuni Oferite prin intermediari financiari, iar expresia "Regulamentul privind Prospectul" înseamnă Regulamentul (UE) 2017/1129.

DECONTARE ȘI TRANSFER

Decontarea și Transferul de Acțiuni

Toate Acțiunile au fost emise în formă nominativă dematerializată (înscriseri în cont) și, în vederea admiterii lor la tranzacționare pe piața reglementată a Bursei de Valori București, vor fi înregistrate la Depozitarul Central din România și ASF.

Transferurile Acțiunilor Oferite în cadrul Ofertei și vânzările de Acțiuni Oferite pe piața secundară vor fi decontate și compensate prin intermediul sistemului de decontare administrat de Depozitarul Central, în conformitate cu reglementările aplicabile din România. Depozitarul Central din România va ține evidența tuturor deținerilor de Acțiuni.

Depozitarul Central din România

Depozitarul Central este o persoană juridică română, constituită sub forma unei societăți pe acțiuni, cu sediul social în România, București, Sector 1, Șoseaua Nicolae Titulescu nr. 4-8, Clădirea America House, Aripa de Est, etajul 1, cod poștal 011141, autorizată și supravegheată de ASF, care furnizează servicii de depozitare, registru, compensare și decontare a tranzacțiilor cu instrumente financiare. Depozitarul Central este administratorul sistemului de plăți RoClear (Sistemul Român de Compensare-Decontare, Custodie, Depozitare și Registru), care asigură compensarea fondurilor și decontarea operațiunilor cu instrumente financiare.

Toate clasele de valori mobiliare tranzacționate pe o piață reglementată din România sau în cadrul unei facilități multilaterale de tranzacționare, inclusiv Acțiunile Oferite, sunt înregistrate, în mod obligatoriu, la Depozitarul Central în vederea efectuării în mod centralizat a operațiunilor cu valori mobiliare și asigurării unei evidențe unitare a acestor operațiuni. Toate valorile mobiliare admise în sistemul Depozitarului Central sunt dematerializate și evidențiate în conturi.

Proceduri de compensare și decontare

Transferul dreptului de proprietate asupra Acțiunilor Oferite va avea loc la Data Decontării, în cadrul sistemului de compensare-decontare administrat de Depozitarul Central.

Tranzacțiile cu Acțiuni vor fi decontate în baza mecanismului livrare contra plată, Acțiunile fiind livrate numai dacă prețul de achiziționare este plătit. Transferul dreptului de proprietate este, de obicei, înregistrat la momentul T+2 prin debitarea/creditarea conturilor relevante de Acțiuni.

Ca excepție de la principiul conform căruia Acțiunile pot fi transferate numai prin intermediul unei tranzacții pe Bursa de Valori București, există anumite situații în care Depozitarul Central poate opera în mod direct transferurile drepturilor de proprietate asupra Acțiunilor ca urmare a, printre altele: (i) succesiunii; (ii) divizării dreptului de proprietate; (iii) transferului Acțiunilor proprii ale Emitentului către angajați; (iv) dobândirii de către Emitent a propriilor acțiuni, în urma retragerii acționarilor care nu sunt de acord cu hotărârile luate în adunarea generală a acționarilor, în conformitate cu prevederile legale în vigoare; (v) fuziunii, divizării sau lichidării; (vi) punerii în executare a unei hotărâri judecătorești definitive; (vii) transferului între o societate-mamă și filialele sale sau între filialele aceleiași societăți-mamă, cu acordul prealabil al ASF; sau al (viii) altor transmisiuni de drepturi potrivit legilor speciale sau reglementărilor aplicabile, cu acordul expres al ASF sau al unui alt organism relevant. Transferurile directe ale drepturilor de proprietate asupra Acțiunilor vor fi operate de Depozitarul Central în termen de trei zile de la data depunerii cererii și a documentației justificative.

Chiar dacă cele menționate mai sus stabilesc procedurile Depozitarului Central de facilitare a transferurilor de Acțiuni (inclusiv Acțiunile Oferite), acesta nu este obligat să îndeplinească sau să continue să îndeplinească asemenea proceduri (conform celor descrise mai sus) pe viitor și, prin urmare, astfel de proceduri pot fi întrerupte în orice moment.

Niciunul dintre Acționarul Vânzător, Emitent sau Intermediar nu va avea nicio răspundere pentru îndeplinirea de către Depozitarul Central sau de către participanții acestuia a obligațiilor care le revin conform regulilor și procedurilor care guvernează operațiunile lor la data prezentului Prospect.

Societatea nu va percepe niciun fel de taxe pentru deținerea de Acțiuni; totuși, deținătorii de Acțiuni pot suporta onorariile care se plătesc în mod uzual pentru administrarea și operarea conturilor deschise în

sistemul Depozitarului Central din România.

Decontare inițială

Pentru o descriere a procedurilor de decontare aplicabile transferurilor Acțiunilor Oferite, a se vedea secțiunea “*Subscriere și vânzare*”.

Tranzacționare pe piața secundară

Pentru o descriere a restricțiilor de transfer în legătură cu Acțiunile, a se vedea secțiunea “*Informații importante privitoare la prezentul Prospect*” și “*Restricții de vânzare și transfer*”.



RECUNOAȘTEREA ȘI EXECUTAREA HOTĂRĂRILOR JUDECĂTOREȘTI PRONUNȚATE ÎN MATERIE CIVILĂ ȘI COMERCIALĂ

Societatea este înființată conform legislației din România. Anumite persoane menționate în prezentul Prospect sunt rezidente în România și unele entități menționate în prezentul Prospect sunt înființate conform legislației din România. Toate activele sau o parte semnificativă a activelor acestor persoane și entități sunt situate în România. Prin urmare, este posibil ca investitorilor să le fie imposibil:

- să efectueze comunicarea actelor de procedură în alte țări către Societate sau către oricare dintre administratorii și membrii conducerii superioare ai Societății menționați în prezentul Prospect; sau
- să pună în executare, în alte țări, hotărâri judecătorești obținute în instanțele respectivelor țări împotriva Societății sau a oricăruia dintre administratorii și membrii conducerii superioare menționați în prezentul Prospect în orice acțiune sau să obțină recunoașterea acestor hotărâri judecătorești.

România este stat membru al UE. Regulamentul (UE) 1215/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială (reformare) („Regulamentul Bruxelles Reformate”) prevede reciprocitatea recunoașterii și punerii în executare a hotărârilor judecătorești din orice stat membru în toate celelalte state membre.

În prezent, Statele Unite și România nu au încheiat convenții bilaterale sau alte tratate care să prevadă recunoașterea reciprocă și punerea în executare a hotărârilor judecătorești (altele decât cele arbitrale) în materie civilă și comercială. O hotărâre definitivă pentru plata unei sume de bani, pronunțată de o instanță federală sau statală din Statele Unite, în materia răspunderii civile, indiferent dacă este sau nu exclusiv sub incidența legislației federale a SUA privind valorile mobiliare, nu va fi recunoscută sau executată în mod automat în România.

O hotărâre judecătorească pronunțată *in personam* de o instanță dintr-un stat care nu este membru UE cu privire la o anumită sumă de bani, care nu poate fi atacată pentru motive de nulitate absolută sau parțială conform dreptului național al jurisdicției străine („Hotărâre Judecătorească Non-UE”), ar fi recunoscută în România, dacă sunt îndeplinite următoarele condiții: (a) Hotărârea Judecătorească Non-UE este definitivă potrivit legii statului în care a fost pronunțată; (b) instanța care a pronunțat Hotărârea Judecătorească non-UE a avut, potrivit legii forului, competența să judece procesul fără însă a fi întemeiată exclusiv pe prezența pârâtului în jurisdicția respectivă ori a unor bunuri ale sale fără legătură directă cu litigiul respectiv; (c) există reciprocitate în ceea ce privește efectele hotărârilor străine între România și statul instanței străine care a pronunțat Hotărârea Judecătorească non-UE care se cere a fi recunoscută; (d) dacă hotărârea s-a pronunțat în lipsa părții care a pierdut procesul, acestea din urmă i-a fost înmănată în timp util citația de a se înfățișa în instanță pentru termenul de dezbateri în fondul cauzei și actul de sesizare a instanței și i s-a dat posibilitatea de a se apăra și de a exercita calea de atac împotriva Hotărârii Judecătorești non-UE. Recunoașterea unei Hotărâri Judecătorești Non-UE poate fi respinsă în oricare dintre următoarele situații: (a) Hotărârea Judecătorească non-UE este vădit contrară ordinii publice de drept internațional privat român sau este vădit contrară ordinii publice de drept internațional privat român; (b) Hotărârea Judecătorească non-UE este pronunțată într-o materie în care persoanele nu dispun liber de drepturile lor și a fost obținută cu scopul exclusiv de a sustrage cauza incidenței legii aplicabile conform regulilor în materia conflictelor de legi din România; (c) acțiunea sau procedura inițiată între aceleași părți s-a finalizat cu pronunțarea unei hotărâri judecătorești (chiar nedefinitivă) a instanțelor române sau se află în curs de judecare în fața acestora la data sesizării instanței străine care a pronunțat Hotărârea Judecătorească non-UE; (d) Hotărârea Judecătorească non-UE este ireconciliabilă cu o hotărâre pronunțată anterior ei în străinătate care poate fi recunoscută în România; (e) instanțele române aveau competența exclusivă pentru judecarea obiectului Hotărârii Judecătorești non-UE potrivit dreptului procesual civil din România; (f) a fost încălcat dreptul la apărare; și (g) Hotărârea Judecătorească non-UE poate face obiectul unei căi de atac în statul în care a fost pronunțată. Cererea de recunoaștere a hotărârii depusă la instanțele din România trebuie întocmită cu respectarea normelor de drept procesual român și să includă toate documentele necesare. În plus, recunoașterea Hotărârii Judecătorești non-UE nu poate fi refuzată pentru singurul motiv că instanța străină care a pronunțat Hotărârea Judecătorească non-UE a aplicat o altă lege decât legea care s-ar fi aplicat potrivit regulilor din România care reglementează conflictul de legi, cu excepția situației în care procesul privește starea civilă și capacitatea unui cetățean român, iar soluția adoptată diferă de cea la care s-ar fi ajuns potrivit legii române. O Hotărâre Judecătorească non-UE poate fi pusă în executare în România în baza unei hotărâri definitive a unei

instanțe române competente care să încuviințeze punerea în executare, numai dacă: (i) sunt îndeplinite condițiile menționate mai sus pentru procedura de recunoaștere în România a Hotărârii Judecătorești non-UE; (ii) Hotărârea Judecătorească non-UE este executorie potrivit dreptului jurisdicției unde a fost pronunțată; (iii) în cazul în care o Hotărâre Judecătorească non-UE stabilește o obligație care izvorăște în baza unui act normativ străin privind regimul fiscal, există reciprocitate cu privire la efectele produse de hotărârile străine în materia fiscală respectivă între România și jurisdicția străină în care s-a pronunțat Hotărârea Judecătorească non-UE a cărei recunoaștere și punere în executare se au în vedere; (iv) punerea în executare a unei astfel de Hotărâri Judecătorești non-UE nu constituie, direct sau indirect, punerea în executare a legilor penale străine; (v) dreptul de a cere executarea silită nu este ~~prezis~~ ^{prezis} potrivit prevederilor privind prescripția dreptului de a cere executarea silită din legea română; și (vi) cererea de încuviințare a executării în fața instanțelor române a fost formulată în mod legal în conformitate cu normele de procedură din România și conține toate documentele necesare în acest scop.

O hotărâre judecătorească pronunțată într-un stat membru al UE, altul decât România, („Hotărâre Judecătorească UE”) este recunoscută de drept în România fără nicio procedură specială. O astfel de recunoaștere este respinsă la cererea oricărei părți interesate în următoarele situații: (a) o astfel de recunoaștere contravine în mod vădit ordinii publice din România; (b) dacă Hotărârea Judecătorească UE s-a pronunțat în lipsa părții care a pierdut procesul, iar pârâtului nu i-a fost înmănat în timp util actul de sesizare a instanței sau un document echivalent actului de sesizare astfel încât să îi permită acestuia să își pregătească apărarea, cu excepția situației în care pârâtul nu a exercitat o cale de atac împotriva hotărârii atunci când a avut posibilitatea să o facă; (c) este ireconciliabilă cu o hotărâre pronunțată într-un litigiu judecat între aceleași părți în România; (d) este ireconciliabilă cu o hotărâre anterioară pronunțată într-un stat membru al UE (altul decât România) sau într-un stat terț între aceleași părți și cu privire la aceeași cauză, cu condiția ca hotărârea judecătorească anterioară să îndeplinească condițiile necesare pentru a fi recunoscută în România; și (e) Hotărârea Judecătorească UE contravine prevederilor Regulamentului (UE) nr. 1215/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială („Regulamentul nr. 1215/2012”) care reglementează competența jurisdicțională în legătură cu aspecte privind asigurarea, competența asupra contractelor încheiate cu consumatorii și a contractelor individuale de muncă și competența exclusivă.

O Hotărâre Judecătorească UE poate fi pusă în executare în România în conformitate cu Regulamentul nr. 1215/2012 fără a fi necesară nicio hotărâre a unei instanțe române competente care să aprobe executarea numai dacă: (i) poate fi pusă în executare în statul membru al UE în care a fost pronunțată Hotărârea Judecătorească UE; (ii) se depune la instanța română competentă o copie a Hotărârii Judecătorești UE care să întrunească condițiile necesare pentru stabilirea autenticității; (iii) se depune la instanța română competentă un certificat în original eliberat de instanța din statul membru UE respectiv care să aibă în mod substanțial forma prevăzută în Anexa I a Regulamentului (CE) nr. 1215/2012 și niciuna dintre condițiile de mai sus care nu permit recunoașterea unei Hotărâri Judecătorești UE să nu fie incidentă; (iv) în situația în care Hotărârea Judecătorească UE impune o obligație de plată periodică cu titlul de penalizare (inclusiv, însă fără a se limita la dobânzile de penalizare), valoarea plății a fost stabilită definitiv de instanțele din statul membru UE de origine; și (v) dreptul de a cere executarea hotărârii definitive nu este prezis.

AUDITORII INDEPENDENȚI

Situațiile financiare ale Societății la datele de 31 decembrie 2025, 31 decembrie 2024 și 31 decembrie 2023, incluse în Prospect, au fost auditate de PricewaterhouseCoopers Audit S.R.L., în calitate de auditor independent, așa cum reiese din raportul de audit inclus în prezentul document, care include un paragraf privind evidențierea unor aspecte, care face referire la baza întocmirii situațiilor financiare în legătură cu oferta publică inițială.

PricewaterhouseCoopers Audit S.R.L. are sediul în România, Ana Tower, Blvd. Poligrafiei nr. 1A, Sector 1, București, număr de înregistrare la Registrul Comerțului J1993017223405, cod unic de înregistrare 4282940, înregistrat în Registrul public electronic al auditorilor financiari și firmelor de audit cu numărul FA6.

INFORMAȚII GENERALE

Listare și tranzacționare

Se preconizează că Acțiunile vor fi admise la tranzacționare pe piața reglementată a Bursei de Valori București la data de 22 iunie 2026 sau în jurul acestei date. Numerele de identificare a valorilor mobiliare și simbolurile de tranzacționare ale Acțiunilor Oferite se anticipează să fie următoarele: ISIN Acțiuni: ROE1N5GQPH38; Simbolul de tranzacționare al Acțiunilor la Bursa de Valori București: „TRIP“.

Autorizații

Societatea a obținut toate acordurile, aprobările și autorizațiile de la autoritățile din România în legătură cu Admiterea la tranzacționare a Acțiunilor pe piața reglementată a Bursei de Valori București. În mod particular, Admiterea la tranzacționare a Acțiunilor pe piața reglementată a Bursei de Valori București și Oferta au fost aprobate prin hotărârea nr. 5 din 16 aprilie 2026 a adunării generale extraordinare a acționarilor Societății.

Documente disponibile pentru consultare

Copiile următoarelor documente vor fi disponibile pentru consultare, cu titlu gratuit, pe pagina de internet a Societății: <https://christiantour.ro/investitori> și, în timpul programului obișnuit de lucru, în orice zi lucrătoare, la sediul social al Societății, de la data publicării acestui Prospect și până la Data Listării:

- prezentul Prospect;
- Actul Constitutiv al Societății și Noul Act Constitutiv al Societății; și
- Situațiile Financiare Auditate, inclusiv raportul auditorului independent cu privire la acestea; și

Sediul social al Societății este situat la adresa B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1, București, România.

Prețul Final de Ofertă

Acțiunile sunt emise cu o valoare nominală de 0,10 RON fiecare. Acțiunile sunt vărsate integral, vezi secțiunea „Decontare și transfer”.

Prețul Final de Ofertă va fi stabilit în conformitate cu secțiunea „Subscriere și vânzare” - „Preț” - „Prețul Final de Ofertă”. Rezultatele Ofertei vor fi comunicate către ASF și Bursei de Valori București în termen de cel mult cinci zile lucrătoare de la închiderea Ofertei. Rezultatele Ofertei vor fi publicate în limba română și în limba engleză, pe pagina de internet a Societății <https://christiantour.ro/investitori> și pe pagina de internet a Bursei de Valori București www.bvb.ro, în termen de cel mult cinci zile lucrătoare de la închiderea acesteia.

Modificări semnificative

Cu excepția celor descrise în secțiunea „Prezentarea și analiza conducerii asupra situației financiare și rezultatelor operațiunilor – Evoluții și tendințe recente”, nu au existat modificări semnificative ale poziției financiare a Societății de la data de 31 decembrie 2025.

Informații care nu se aplică Prospectului conform Anexei 1 și Anexei 11 din Regulamentul Delegat (UE) 2019/980 al Comisiei din 14 martie 2019 de completare a Regulamentului (UE) 2017/1129 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește formatul, conținutul, verificarea și aprobarea prospectului care trebuie publicat în cazul unei oferte publice de valori mobiliare sau al admiterii de valori mobiliare la tranzacționare pe o piață reglementată și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 809/2004 al Comisiei

Următoarele secțiuni ale Anexelor 1 și 11 din Regulamentul Delegat (UE) 2019/980 al Comisiei, în baza căruia a fost întocmit prezentul Prospect, nu se aplică Societății și/sau Acțiunilor:

- Anexa 1: 2.2, 5.1.2, 5.5, 5.7.3, 6.2, 8.4, 11.1, 11.2, 11.3, 13.2, 14.5, 18.1.2, 18.1.5, 18.1.6, 18.2.1, 18.3.1a, 18.3.2, 18.4.1, 19.1.2, 19.1.3, 19.1.4, 19.1.5, 19.1.6, 19.2.2, 19.2.3;

- Anexa 11: 4.10, 4.12, 5.1.10, 5.2.2, 5.3.3, 5.3.4, 5.4.2, 5.4.3, 5.4.4, 6.2, 6.3, 6.4, 10.2.

DEFINIȚII ȘI GLOSAR SELECTIV DE TERMENI

Act Constitutiv	Actul Constitutiv al Societății, în vigoare în prezent.
Acțiunile	Acțiuni ordinare existente din capitalul social al Societății fiecare dintre acestea fiind emise și vărsate integral, cu o valoare nominală de 0,10 lei și conferind dreptul la un vot în cadrul adunărilor generale ale acționarilor.
Acțiunile Oferite	Acțiunile care fac obiectul Ofertei, în număr de până la 83.500.000.
Acțiunile Supraalocate/Supra-alocate	Acțiunile reprezentând până la maxim 10% prin raportare la numărul total de Acțiuni Oferite în cadrul Ofertei supraalocate de către Intermediar în contextul Ofertei cu scopul de a facilita activitatea de stabilizare, în legătură cu care Intermediarul are opțiunea de a achiziționa, în cadrul perioadei de stabilizare, Acțiuni pentru a acoperi supraalocările, prin intermediul Opțiunii de Supra-alocare.
Admiterea	admiterea Acțiunilor la tranzacționare pe Piața Reglementată a Bursei de Valori București.
AGA sau Adunarea Generală a Acționarilor	Adunarea Generală a Acționarilor, care poate fi fie Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor („AGOA”), fie Adunarea Generală Extraordinară a Acționarilor („AGEA”).
APM	măsuri alternative de performanță, astfel cum sunt definite în Orientările ESMA privind măsurile alternative de performanță din data de 5 octombrie 2015 și orientări suplimentare publicate de către ESMA până la data prezentului Prospect.
ASF	Autoritatea de Supraveghere Financiară.
BNR	Banca Națională a României.
Bursa de Valori București sau BVB	Bursa de Valori București S.A.
CASS	contribuție de asigurări sociale de sănătate.
CDR (UE) 2017/590	Regulamentul delegat (UE) 2017/590 al Comisiei din 28 iulie 2016 de completare a Regulamentului (UE) nr. 600/2014 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește standardele tehnice de reglementare pentru raportarea tranzacțiilor către autoritățile competente.
CE	Comisia Europeană.
CEO	Director General Executiv.
Cerințele MiFID II privind Guvernanța Produsului	MiFID II, Articolele 9 și 10 din Directiva delegată (UE) 2017/593 a Comisiei de completare a MiFID II; și măsurile de punere în aplicare la nivel național.
Codul de Guvernanță Corporativă al BVB	Codul de Guvernanță Corporativă al Bursei de Valori București.
Contractul de Intermediere	Contractul de intermediere nr. 1193 din data de 19 decembrie 2025 între Societate, Acționarul Vanzător și Intermediar în legătură cu vânzarea și oferta de Acțiuni Oferite, astfel cum a fost modificat prin Actul Adițional din data de 11 mai 2026.
Contractul privind Stabilirea Prețului	Contract privind stabilirea prețului între Societate, Acționarul Vanzător și Intermediar după finalizarea procesului de <i>bookbuilding</i>



	al Ofertei.
CSR	Responsabilitate socială corporativă.
Data Alocării	29 mai 2026.
Data Decontării	4 iunie 2026.
Data Listării	Data de 22 iunie 2026 sau în jurul acestei date când toate Acțiunile sunt preconizate să fie admise la tranzacționare pe piața reglementată a Bursei de Valori București.
Data Tranzacției	2 iunie 2026 sau în jurul acestei date.
Depozitarul Central din România	Depozitarul Central S.A.
Directiva privind Piețele Instrumentelor Financiare	Directiva 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 15 mai 2014 privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE.
ECE	O țară de pe piața Europei Centrale și de Est care include Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Germania, Republica Cehă, Slovacia, Ungaria, România, Bulgaria, Slovenia, Croația, Albania, Serbia, Bosnia și Herțegovina, Muntenegru, Kosovo și Macedonia.
ESG	Mediu, responsabilitate socială și guvernanta.
ESMA	Autoritatea Europeană pentru Valori Mobiliare și Piețe.
EUROSTAT	Oficiul statistic al Uniunii Europene, responsabil cu colectarea, compilarea și publicarea de statistici oficiale comparabile la nivelul Uniunii Europene.
GDPR	Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date.
Grupul de Distribuție	Unitățile Băncii Transilvania astfel cum acestea sunt menționate la https://www.bancatransilvania.ro/unitati-si-bancomate .
Hotărâre Judecătorească Non-UE	O hotărâre judecătorească pronunțată <i>in personam</i> de o instanță dintr-un stat care nu este membru UE cu privire la o anumită sumă de bani, care nu poate fi atacată pentru motive de nulitate absolută sau parțială conform dreptului național al jurisdicției străine.
Hotărâre Judecătorească UE	O hotărâre judecătorească pronunțată într-un stat membru al UE, altul decât România.
IAS	Standardele Internaționale de Contabilitate.
IFRS	Standardele Internaționale de Raportare Financiară.
IFRS EU	Standardele Internaționale de Raportare Financiară, în forma adoptată de Uniunea Europeană.
INS	Institutul Național de Statistică.
Investitor de Retail	Orice persoană fizică sau entitate (cu sau fără personalitate juridică) care nu se încadrează în categoria Investitorilor Instituționali.



Investitor Instituțional	(a) un „investitor calificat”, astfel cum este definit acest termen în Articolul 2 (e) din Regulamentul privind Prospectul sau (b) o „contraparte eligibilă” în sensul Directivei 2014/65/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind piețele instrumentelor financiare și de modificare a Directivei 2002/92/CE și a Directivei 2011/61/UE (reformare) sau (c) un „investitor calificat” astfel cum este definit în Articolul 2(e) din Regulamentul privind Prospectul, întrucât face parte din dreptul intern al Regatului Unit în virtutea Actului de Retrageră din Uniunea Europeană datat 2018, astfel cum a fost modificat, sau (d) o instituție echivalentă a cărei subscriere în Ofertă nu a constituit o încălcare a legii sau reglementării aplicabile și care nu este localizată în nicio jurisdicție în care extinderea sau disponibilitatea Ofertei (și a oricărei alte tranzacții preconizate prin aceasta) ar încălca orice lege sau reglementare aplicabilă.
Investitori calificați	Investitori calificați în sensul Articolului 2 litera (e) din Regulamentul privind Prospectul și care, totodată: (i) au experiență profesională în domeniul investițiilor care se încadrează în prevederile articolului 19 alineatul (5) din Legea privind serviciile și piețele financiare din 2000 (Promovarea Financiară), Ordinul 2005 (în limba engleză: „ <i>Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005</i> ”), cu modificările ulterioare („ Ordinul ”) sau (ii) sunt persoane care se încadrează în prevederile articolului 49 alineatul (2) literele (a)-(d) din Ordin sau (iii) sunt persoane cărora este legal în orice alt mod să li se comunice (toate aceste persoane fiind denumite împreună „ persoanele relevante ”).
IR	Relații cu investitorii.
ISIN	Număr internațional de identificare a valorilor mobiliare.
Legea 24/2017	Legea nr. 24/2017 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, republicată.
Legea Burselor de Valori	Legea Statelor Unite privind Bursele de Valori din 1934 (în limba engleză: „ <i>United States Securities Exchange Act of 1934</i> ”), cu modificările ulterioare.
Legea Societăților	Legea nr. 31/1990 privind societățile, cu modificările ulterioare, republicată.
Legea Valorilor Mobiliare	Legea SUA privind Valorile Mobiliare din 1933, (în limba engleză: „ <i>U.S. Securities Act of 1933</i> ”), cu modificările ulterioare.
LEI	Codul de identificare a entității juridice.
Manager de Stabilizare	BT Capital Partners S.A.
Măsuri non-IFRS	Măsuri, valori și rapoarte în analiza activității Societății, a poziției financiare și a performanței care nu sunt măsuri definite de IFRS/IFRS UE, dintre care unele constituie APM.
MiFID II	Directiva 2014/65/UE privind piețele instrumentelor financiare, cu modificările ulterioare.
Noul Act Constitutiv	Noul Act Constitutiv al Societății aprobat în data de 16 aprilie 2026 de AGEA cu scopul de a pune în aplicare practici și politici de guvernare corporativă adecvate pentru o societate ale cărei acțiuni sunt admise la tranzacționare pe piața reglementată.



Oferta	Oferta la care se referă prezentul Prospect.
Ofertantul	Societatea și Acționarul Vanzător.
Opțiunea de Supra-alocare	Opțiunea Intermediarului de a achiziționa, în cadrul perioadei de stabilizare, Acțiuni Oferite suplimentare până la maxim 10% din numărul total de Acțiuni Oferite în cadrul Ofertei.
OSIM	Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci.
Perioada de Ofertă	Perioada de Ofertă pentru Acțiunile Oferite este de 6 (șase) zile lucrătoare, care va începe la data de 21 mai 2026 și se va încheia la data de 28 mai 2026.
Perioada de Stabilizare	30 (treizeci) de zile calendaristice de la listarea Acțiunilor pe piața reglementată a Bursei de Valori București.
PIB	Produsul Intern Brut.
Prețul Final de Ofertă	Prețul per Acțiune Oferită în cadrul Ofertei.
Prețul Final de Ofertă Redus	Reducere de 5% din Prețul Final de Ofertă la care au dreptul Investitorii de Retail.
Prospectul	Prezentul Prospect, întocmit în conformitate cu Regulamentul privind Prospectul.
Regatul Unit	Regatul Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord.
Regulamentul ASF nr. 5/2018	Regulamentul ASF nr. 5/2018 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, emis de ASF, cu modificările și completările ulterioare.
Regulamentul Bruxelles Reformat/ Regulamentul nr. 1215/2012	Regulamentul (UE) 1215/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială (reformare).
Regulamentul privind Abuzul de Piață	Regulamentul (UE) nr. 596/2014 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 aprilie 2014 privind abuzul de piață și de abrogare a Directivei 2003/6/CE a Parlamentului European și a Consiliului și a Directivelor 2003/124/CE, 2003/125/CE și 2004/72/CE ale Comisiei.
Regulamentul privind Prospectul	Regulamentul (UE) 2017/1129 din 14 iunie 2017 privind prospectul care trebuie publicat în cazul unei oferte publice de valori mobiliare sau al admiterii de valori mobiliare la tranzacționare pe o piață reglementată, cu modificările ulterioare.
Regulamentul privind Prospectul din Regatul Unit	Regulamentul privind Prospectul, care face parte din dreptul intern al Regatului Unit în temeiul Legii Uniunii Europene (privind Retragerea) din 2018.
Regulamentul privind Stabilizarea	Regulamentul (UE) nr. 596/2014 al Parlamentului European și al Consiliului privind abuzul de piață și Regulamentul Delegat (UE) 1052/2016 al Comisiei.
Regulamentul S	Regulamentul S din Legea Valorilor Mobiliare.
RON	Lei românești.
SEC	Comisia pentru Valori Mobiliare și Bursă a Statelor Unite (în engleză, <i>Securities and Exchange Commission</i>).



SEE	Spațiul Economic European.
Situațiile Financiare Auditate	Situațiile financiare auditate ale Societății pentru anii încheiați la 31 decembrie 2025, 2024 și 2023.
State Membre	Orice stat membru al Uniunii Europene.
SUA sau Statele Unite	Statele Unite ale Americii.
Tranșa Investitorilor de Retail	O Tranșă a Ofertei constând într-un număr inițial de 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul inițial de Acțiuni Oferite) adresată Investitorilor de Retail prin intermediul unei oferte publice în România.
Tranșa Investitorilor Instituționali	o Tranșă a Ofertei constând într-un număr inițial de 41.750.000 Acțiuni Oferite (reprezentând 50% din numărul inițial de Acțiuni Oferite) adresată Investitorilor Instituționali din afara Statelor Unite în baza Regulamentului S din Legea Valorilor Mobiliare.
Tranșă a Ofertei	Fiecare dintre Tranșa Investitorilor de Retail și Tranșa Investitorilor Instituționali.
UE	Uniunea Europeană.
Zi Lucrătoare	Înseamnă orice zi, cu excepția zilelor de sâmbătă, duminică și a sărbătorilor legale în care instituțiile de credit sunt deschise pentru activitate în România.



INDEX LA SITUAȚIILE FINANCIARE

Situațiile Financiare Auditate ale Societății aferente anilor încheiați la 31 decembrie 2025, 2024 și 2023

Raportul Auditorului Independent	F2
Situațiile Poziției Financiare	F7
Situațiile Profitului sau Pierderii și altor Elemente ale Rezultatului Global	F8
Situațiile Modificărilor Capitalurilor Proprii	F9
Situațiile Fluxurilor de Numerar	F10
Note la Situațiile Financiare	F11



**SOCIETATEA
CHRISTIAN '76 TOUR S.A.**

B-dul Nicolae Bălcescu, nr. 25, Sector 1,
București, România

**AȚIONARUL VÂNZĂTOR
CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L.**

Strada Alba Iulia, Nr. 5, mezanin, lot 3 Bloc 14, Sector 3,
București, România

INTERMEDIAR

BT CAPITAL PARTNERS S.A.
Strada 21 Decembrie 1989, Nr. 77, Et. 2.
Cluj-Napoca 400603, Cluj,
România

CONSULTANTUL JURIDIC AL SOCIETĂȚII

Fillp SCA

Strada Gara Herăstrău 2, Clădirea
Equilibrium, Etajul 8,
Sector 2, București,
România



AUDITOR INDEPENDENT

PRICEWATERHOUSECOOPERS AUDIT S.R.L.
Ana Tower, Blvd. Poligrafiei nr. 1A, Sector 1,
București, România

RELAȚIA CU INVESTITORII

CORNERSTONE COMMUNICATIONS

AFI Lakeview, 301-311 Barbu Văcărescu Street,
București 020276,
România

Pentru și în numele

CHRISTIAN '76 TOUR S.A.

Nume: Ion-Cristian Pandel

Funcția: director general



Pentru și în numele

CPM CAMBRIDGE HOLDING S.R.L.

Nume: Ion-Cristian Pandel

Funcția: administrator unic

A blue ink signature is written over the signature line for CPM Cambridge Holding S.R.L.