



2º Trimestre de 2025 | MEAL3

Release de Resultados



VIENA



Brunella

R A CATERING



DESTAQUES DO TRIMESTRE



IMC entrega alta de 15% no EBITDA recorrente no acumulado do ano e reduz alavancagem no 2T25 para 1,7x

Eficiência operacional consistente em todos os segmentos e conclusão da transação do KFC impulsionam margens, reforçam caixa e reduzem endividamento

São Paulo, 14 de Agosto de 2025: A International Meal Company Alimentação S.A. ("IMC") - B3: MEAL3, uma das maiores companhias multimarcas no setor de varejo de alimentação da América Latina, divulga os resultados do segundo trimestre do ano de 2025 (2T25). As informações apresentadas são consolidadas e estão expressas em milhões de Reais (R\$), exceto quando indicado de outra forma. Para melhor representar a situação e performance da Companhia e visando a melhor comparabilidade, os resultados são Pro-Forma. No caso dos 6M25, os resultados incluem as operações do KFC.

Destaques

	2T25	6M25
Receita Líquida (R\$ milhões)	R\$ 591 + 3,6% vs. 2T24	R\$ 1.095 + 1,6% vs. 6M24
Receita Líq. Brasil (R\$ milhões)	R\$ 383 + 12,6% vs. 2T24	R\$ 765 + 9,2% vs. 6M24
Margem Bruta	+242 bps vs. 2T24	+249 bps vs. 6M24
EBITDA Ajustado recorrente (R\$MM)	R\$ 71 + 6,5% vs. 2T24	R\$ 120 + 15,1% vs. 6M24
Dívida Líquida /EBITDA LTM	1,7x -0,9x vs. 1T25	

Alexandre Santoro – CEO
 Natália Lacava – CFO e DRI
 Victor Bento – Gerente Financeiro
 Igor Jacarini – Gerente de RI
 FSB Comunicação – Assessoria de Imprensa

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

No segundo trimestre de 2025, a IMC registrou avanços consistentes em rentabilidade e eficiência operacional, resultado de decisões estratégicas tomadas nos últimos anos e que vêm gerando efeitos práticos de forma sustentada. **Todas as nossas unidades de negócio apresentaram melhora operacional**, mantivemos rigor no controle de G&A e reforçamos a estrutura financeira, reduzindo a alavancagem para 1,7x.

O cenário macroeconômico brasileiro, com tendência inflacionária, exigiu decisões rápidas de precificação, gestão de mix e ajustes no portfólio, além de soluções criativas de menu para mitigar a perda de poder de compra do consumidor. Mesmo em um mercado com tendência de SSS (Same Store Sales) negativa, **conseguimos crescer e expandir margens**.

Concluimos no trimestre a transação envolvendo a marca KFC, representando mais um movimento estratégico na simplificação e racionalização do nosso portfólio, reforçando nossa disciplina na alocação de capital. O acordo amplia a capacidade de crescimento do KFC, agora com um parceiro dedicado à sua expansão no Brasil, e fortalece nossa posição financeira. Além disso, no fechamento da operação, recebemos o pagamento da primeira parcela e concluimos também a antecipação da segunda parcela do pagamento, inicialmente prevista para 2027, **fortalecendo nossa estrutura de capital e acelerando a captura dos benefícios da transação**.

Em termos de resultado, a operação no Brasil manteve sua trajetória de crescimento rentável, com **receita líquida de R\$383 milhões (+12,6% vs. 2T24)**, **três vezes acima da inflação do período**, e ganhos de eficiência que impulsionaram margens. O EBITDA ajustado em todas as nossas operações no país também foi uma alavanca importante de crescimento, refletindo medidas de reestruturação implementadas nos últimos trimestres.

Nos Estados Unidos, ainda que o ambiente permaneça desafiador, o trimestre marcou a volta do EBITDA ao território positivo, com margem bruta em alta e primeiros sinais mais claros de recuperação operacional. Continuamos executando ajustes na estrutura e na gestão de custos, ao mesmo tempo em que testamos iniciativas comerciais em praças específicas que começaram a apresentar respostas positivas.

Como resultado, o EBITDA recorrente cresceu 6,5% no trimestre, excluindo o efeito de R\$ 47 milhões na base comparativa. No acumulado do ano, o **avanço do mesmo indicador de EBITDA foi de 15,1%, impulsionados principalmente por ganhos operacionais e avanços de eficiência em todas as unidades de negócio**. Esta geração operacional, somada ao reforço de caixa, fortaleceu nossa liquidez ao mesmo passo que sustenta nossa flexibilidade para capturar oportunidades de forma racional.

Os resultados deste primeiro semestre marcam também o início de um **novo ciclo para a IMC, sustentado pela eficiência operacional, disciplina financeira e pelo desenvolvimento dos ativos que nos diferenciam**. Seguiremos avançando com racionalidade e visão de longo prazo, capturando o potencial de nossas marcas e entregando a melhor experiência aos nossos clientes, sempre com absoluto rigor na alocação de capital e gestão de custos. Temos plena consciência dos desafios à frente, mas seguimos confiantes na nossa estratégia e na nossa capacidade de execução, como temos demonstrado ao longo dos últimos anos. Agradeço aos nossos colaboradores, franqueados, parceiros e acionistas, que são parte fundamental dessa trajetória. Seguimos adiante, nos aproximando, dia após dia, do nosso sonho grande: sermos a melhor plataforma de serviços de alimentação do Brasil.

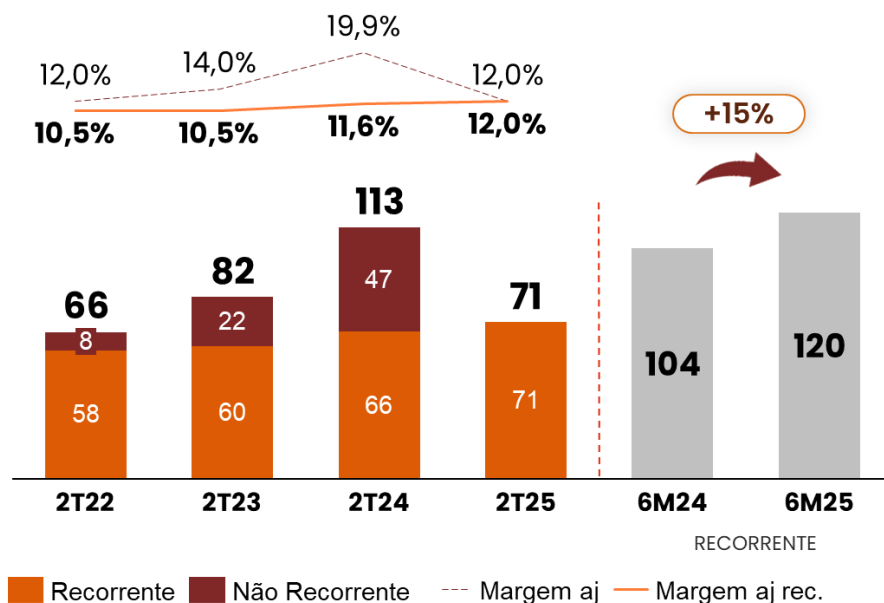
DESTAQUES | Consolidado

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Receita Total do Sistema	864,4	789,1	9,5%	1.614,5	1.521,8	6,1%
Receita Líquida	590,8	570,5	3,6%	1.095,0	1.077,2	1,6%
Margem Bruta (%)	35,8%	33,4%	+242bps	33,6%	31,2%	+249bps
EBITDA Ajustado	70,7	113,4	(37,6%)	132,9	151,3	(12,2%)
Margem EBITDA Aj. (%)	12,0%	19,9%	-791bps	12,1%	14,0%	-191bps
Efeito IFRS16	(38,1)	(35,9)	6,2%	(75,8)	(69,3)	9,4%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	32,6	77,5	(57,9%)	57,1	82,0	(30,3%)
Margem EBITDA Aj. Ex-IFRS (%)	5,5%	13,6%	-807bps	5,2%	7,6%	-239bps
Fluxo de Caixa Livre	(61,6)	(27,4)	124,6%	(83,5)	(121,0)	(31,0%)
Covenants*	1,7x	2,1x	-0,9x	1,7x	2,1x	-0,9x

* Dívida Líquida/ EBITDA LTM Ex-IFRS 16, de acordo com a metodologia definida nas escrituras das emissões.

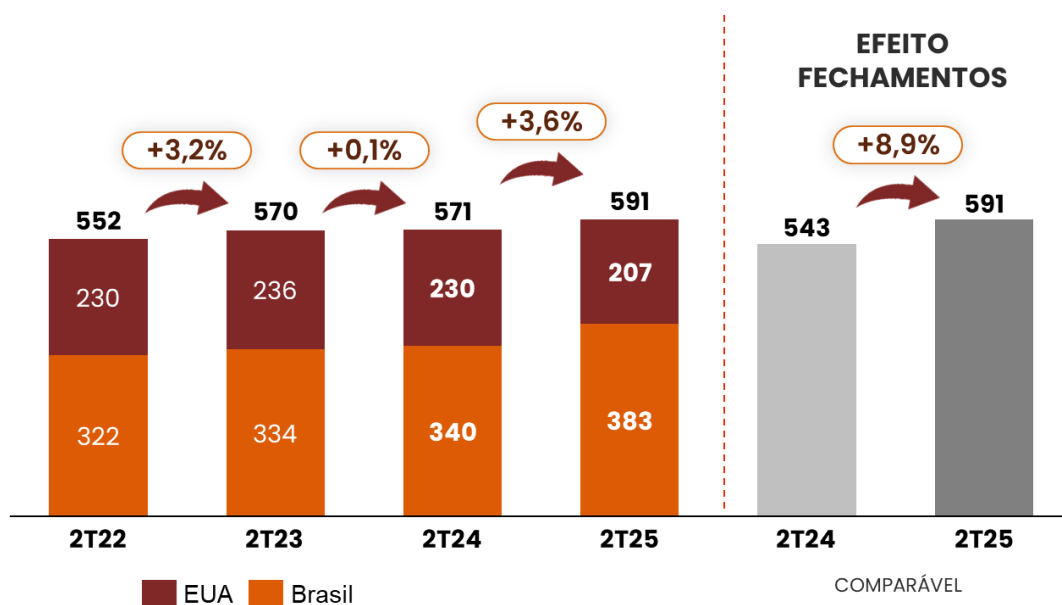
DESTAQUES | Resultado Operacional

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	32,6	77,5	(57,9%)	57,1	82,0	(30,3%)
Efeito IFRS16	38,1	35,9	6,2%	75,8	69,3	9,4%
EBITDA Ajustado	70,7	113,4	(37,6%)	132,9	151,3	(12,2%)
Brasil	25,4	71,5	(64,4%)	76,7	95,7	(19,8%)
Frango Assado	18,7	16,9	10,5%	44,5	40,5	10,0%
Aeroportos	4,2	3,6	14,3%	8,4	7,5	11,5%
PH, KFC e Outros	28,4	22,4	26,9%	48,6	42,2	15,2%
G&A	(30,6)	(35,7)	(14,3%)	(59,2)	(59,1)	0,2%
Outros	4,8	64,3	(92,6%)	34,4	64,9	(46,9%)
EUA	45,3	41,9	8,1%	56,2	55,6	1,1%



DESTAQUES | Vendas

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Receita Líquida	590,8	570,5	3,6%	1.095,0	1.077,2	1,6%
Brasil	383,4	340,4	12,6%	765,3	700,9	9,2%
Frango Assado	147,4	144,6	1,9%	310,7	307,0	1,2%
Restaurantes e Outros	69,2	65,0	6,6%	147,6	147,1	0,3%
Postos de Combustível	78,1	79,6	(1,8%)	163,1	159,8	2,0%
Aeroporto	35,4	31,0	14,2%	70,4	62,0	13,5%
PH, KFC e Outros	200,7	164,9	21,7%	384,2	331,9	15,7%
EUA	207,4	230,1	(9,9%)	329,7	376,2	(12,4%)

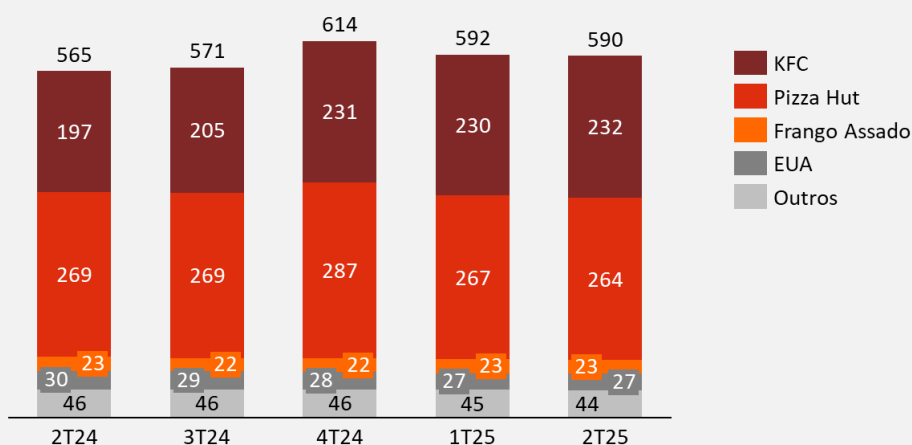


EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS¹

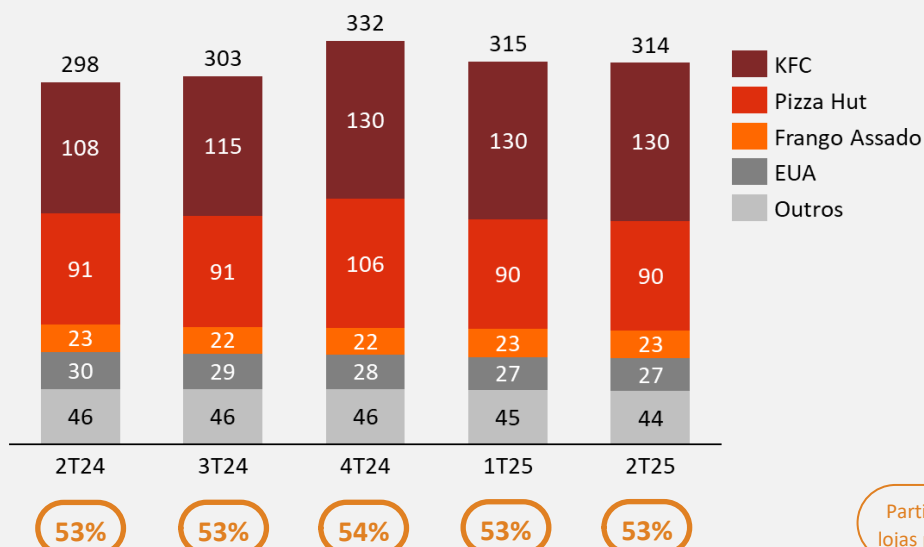
A IMC encerrou o segundo trimestre de 2025 com um total de 590 lojas, entre unidades próprias e franqueadas, distribuídas no Brasil e nos EUA. Nos últimos 12 meses, a Companhia registrou uma expansão líquida de 25 unidades, resultado da abertura de lojas principalmente das marcas KFC e Pizza Hut, e do plano de encerramento de operações de baixo desempenho. Esse contínuo movimento reforça o compromisso com a viabilidade econômica da rede e a busca contínua pela sustentabilidade dos resultados, fator que já vem sendo percebido no resultado do trimestre.

A Companhia manteve seu compromisso com um plano de expansão focado e disciplinado, assegurando um balanço da rede saudável de lojas próprias e franqueadas em seu sistema. No acumulado do ano, foram inauguradas 08 novas lojas, conforme plano de expansão. Atualmente, as lojas próprias representam 53% do sistema da IMC.

NÚMERO DE LOJAS NO SISTEMA



NÚMERO DE LOJAS PRÓPRIAS



¹ - Excluindo operações descontinuadas

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

FRANGO ASSADO - RESTAURANTE E POSTOS | Road



A rede Frango Assado deu continuidade ao processo de fortalecimento da operação durante o segundo trimestre de 2025, com avanço nos principais indicadores operacionais e financeiros. Com uma operação cada vez mais resiliente, a receita líquida dos restaurantes cresceu 6,6% na comparação anual. O desempenho da operação permitiu ganhos de margem, com o EBITDA ajustado (ex-IFRS16) apresentando crescimento de 25,8% frente a 2T24.

Além do calendário favorável, as estratégias operacionais combinadas de precificação e recuperação do tráfego com ações voltadas à atratividade para o público de 25 a 35 anos, refletiram em um *same store sales* nos restaurantes de 8,0% no trimestre. A estratégia digital teve papel relevante nesse movimento, com campanhas de redes sociais voltadas à conexão com novos consumidores.

No segmento de postos, a operação segue entregando resultados positivos e aumento no EBITDA da unidade. Embora a receita tenha sido impactada pela dinâmica de preços dos combustíveis no período, a Companhia vem adotando medidas voltadas à maior eficiência comercial, incluindo políticas de estoque mais rigorosas, e ações de marketing para reforçar a qualidade do combustível, uma vez que adotamos a estratégia de trabalhar exclusivamente com distribuidoras renomadas.

Os avanços em digital, CRM e atendimento ao cliente refletem uma estratégia integrada de fortalecimento da experiência no Frango Assado. As vendas por meio dos totens de autoatendimento cresceram 53% em relação ao 2T24, enquanto o programa de fidelidade ultrapassou 500 mil downloads, apoiando ações mais direcionadas de relacionamento e engajamento. A evolução dessas frentes contribuiu para a melhoria nos indicadores de atendimento da marca, indicada ao Prêmio Reclame Aqui 2025. Atualmente, o Frango Assado ocupa a posição de número 2 em reputação em seu segmento na plataforma.

O trimestre também foi marcado por avanços importantes na padronização de layout, mobiliário, processos e produtos, com foco na preparação da rede para um novo ciclo de expansão. Entre as principais frentes, destacam-se as iniciativas de organização operacional com base na cozinha central, com a produção de itens estratégicos com maior controle de custo, qualidade e eficiência. A marca também vem estruturando rotinas voltadas ao processo de vendas e ao controle de perdas, buscando maior consistência na execução e escalabilidade do modelo.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	23	23	0	23	23	0
Receita Líquida	147,4	144,6	1,9%	310,7	307,0	1,2%
Restaurantes e Outros	69,2	65,0	6,6%	147,6	147,1	0,3%
Postos de Combustível	78,1	79,6	(1,8%)	163,1	159,8	2,0%
Custo de Vendas e Serviços	(117,8)	(119,3)	1,2%	(243,7)	(248,1)	1,8%
Lucro Bruto	29,5	25,2	17,0%	67,0	58,8	13,9%
Margem Bruta	20,0%	17,5%	+258bps	21,6%	19,2%	+240bps
Despesas Operacionais	(15,9)	(15,4)	2,8%	(32,4)	(33,3)	2,8%
Pré-Aberturas de Loja	0,0	0,0	0,0%	(0,7)	(0,1)	n.a
EBIT	13,7	9,8	39,4%	33,9	25,4	33,5%
(+) Deprec. e Amortização	5,0	7,1	(29,3%)	9,9	14,9	(33,8%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,0	0,0	0,0%	0,7	0,1	n.a
EBITDA Ajustado	18,7	16,9	10,5%	44,5	40,5	10,0%
Efeito IFRS16	(4,5)	(5,6)	20,2%	(9,7)	(11,3)	13,7%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	14,2	11,3	25,8%	34,8	29,2	19,2%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	9,6%	7,8%	+183bps	11,2%	9,5%	+169bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

Pizza Hut, KFC e outras marcas | Casual e Mall

O segmento Casual and Mall consolidou, neste trimestre, os efeitos positivos das iniciativas operacionais implementadas desde o final de 2024. A maturação gradual das lojas, aliada ao foco em eficiência e disciplina de execução, impulsionou os resultados das marcas Pizza Hut e KFC. Como reflexo desse avanço, a receita líquida do segmento cresceu 21,7% e atingiu R\$ 200,7 milhões no 2T25.

As vendas mesmas lojas (SSS) do segmento também apresentaram recuperação relevante, com crescimento de +9,3% com crescimento em praticamente todas as marcas do segmento na comparação anual, revertendo a retração observada no primeiro trimestre. A margem bruta expandiu em +466bps e o EBITDA ajustado (ex-IFRS16) cresceu 38% em relação ao mesmo período de 2024, evidenciando o progresso operacional da unidade de negócio.

A Pizza Hut começou a capturar os ganhos das ações implementadas no trimestre anterior, com destaque para otimização do menu e reposicionamento da estratégia promocional. Ajustes operacionais resultaram também em uma melhora significativa no custo de mercadoria vendida (CMV) e impulsionaram a percepção de valor da marca, refletindo em um crescimento de SSS de +1,7% no trimestre. A marca também avançou na maturação de novas unidades, em linha com o planejado, e fortaleceu sua parceria com a rede AMPM, cuja produção na cozinha central do grupo IMC vem garantindo maior controle de custos e ganhos de escala.

O KFC manteve uma trajetória positiva no trimestre, com crescimento consistente nos principais canais de venda. O atendimento no balcão foi impulsionado pela campanha “2 por R\$19,90”, que contribuiu para o aumento do tráfego nas lojas e reforçou a atratividade da marca no ponto de venda físico. No delivery, o desempenho seguiu em alta, sustentado por uma base sólida de clientes e pela crescente penetração digital. O SSS da marca avançou 15,5% no período. Embora parte desse resultado reflita uma base comparativa mais fraca no início do trimestre, mesmo em meses com comparações mais desafiadoras, como junho, que já havia registrado bom desempenho em 2024, o KFC manteve a tendência de crescimento. O segundo trimestre também marcou o encerramento do ciclo de consolidação integral da marca pela IMC, com o fechamento da transação da joint venture anunciado no início de julho.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	526	497	29	526	497	29
Receita Líquida	200,7	164,9	21,7%	384,2	331,9	15,7%
Pizza Hut e KFC	174,8	136,3	28,3%	333,8	275,5	21,2%
Outros	25,9	28,6	-9,6%	50,3	56,4	-10,8%
Custo de Vendas e Serviços	(124,1)	(109,7)	13,2%	(243,9)	(223,0)	9,4%
Lucro Bruto	76,6	55,2	38,6%	140,3	108,9	28,8%
Margem Bruta	38,2%	33,5%	+466bps	36,5%	32,8%	+371bps
Despesas Operacionais	(61,8)	(48,6)	(27,2%)	(127,9)	(105,4)	(21,4%)
Pré-Abertura de Lojas	(0,1)	(1,5)	91,1%	(0,5)	(2,2)	76,0%
EBIT	14,7	5,2	183,3%	11,8	1,3	794,3%
(+) Deprec. e Amortização	13,6	15,7	(13,5%)	36,2	38,5	(5,8%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,1	1,5	(91,1%)	0,5	2,2	(76,0%)
EBITDA Ajustado	28,4	22,4	26,9%	48,6	42,2	15,2%
Efeito IFRS16	(9,4)	(8,6)	9,2%	(18,7)	(17,7)	5,8%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	19,0	13,8	38,0%	29,9	24,5	22,0%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	9,5%	8,4%	+112bps	7,8%	7,4%	+40bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

CATERING E VAREJO EM AEROPORTOS | Air

RA CATERING

O segmento Air manteve sua trajetória positiva no segundo trimestre, impulsionado pela consistência do varejo em aeroportos, mesmo em cenário adverso, e pelo avanço da operação de catering. A receita líquida cresceu 14,2% na comparação anual, refletindo tanto a resiliência do tráfego de passageiros nas praças onde estão situadas as operações quanto na melhora de eficiência em ambas as frentes do negócio. O EBITDA ajustado (ex-IFRS16) avançou 30% no período, com aumento de margem com os ganhos operacionais capturados ao longo dos últimos trimestres.

As vendas mesmas lojas (SSS) do segmento apresentaram crescimento de 13,6%, impulsionadas principalmente pela operação de RA Catering, que avançou 19,3% no período, combinando maior eficiência operacional e a expansão seletiva de serviços. No varejo aeroportuário, o desempenho foi afetado pelo encerramento da operação de fornecimento de vouchers de alimentação, benefício tradicionalmente oferecido a passageiros em voos com atrasos ou cancelamentos, onde a companhia aérea passou a oferecer refeições próprias, reduzindo o volume de passageiros atendidos nas unidades do segmento. Ainda assim, medidas como a reformulação dos preços do buffet e a ampliação dos horários promocionais ajudaram a sustentar o tráfego nas lojas e mitigar parte desse efeito no canal.

No catering, o crescimento foi impulsionado pela entrada de novas rotas comerciais, com destaque para contratos de fretamentos internacionais e a prospecção de cargueiros em novos mercados. Também houve avanços em renovação de contratos importantes, assegurando continuidade das receitas e maior previsibilidade operacional. Além disso, ajustes contratuais com administradores aeroportuários, resultou em reequilíbrios pontuais de custos e contribuiu positivamente para o resultado do trimestre.

A Companhia manteve o foco na gestão de despesas operacionais, com ganhos de eficiência em contratos de serviços terceirizados e iniciativas voltadas à otimização de mão de obra. Embora a gestão de recursos humanos siga como um desafio relevante para o segmento, as medidas implementadas até aqui têm contribuído para maior controle de custos e melhoria gradual da produtividade para crescer de forma rentável e sustentável.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	14	15	-1	14	15	-1
Receita Líquida	35,4	31,0	14,2%	70,4	62,0	13,5%
Custo de Vendas e Serviços	(25,8)	(22,7)	13,3%	(50,9)	(46,1)	10,3%
Lucro Bruto	9,6	8,2	17,0%	19,5	15,9	22,8%
Margem Bruta	27,2%	26,6%	+63bps	27,7%	25,7%	+210bps
Despesas Operacionais	(12,0)	(13,6)	11,6%	(25,2)	(27,6)	8,7%
EBIT	(2,4)	(5,4)	55,5%	(5,7)	(11,7)	51,4%
(+) Deprec. e Amortização	6,6	9,0	(27,1%)	14,1	19,2	(26,8%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	(0,0)	0,0	0,0%	(0,0)	0,0	0,0%
EBITDA Ajustado	4,2	3,6	14,3%	8,4	7,5	11,5%
Efeito IFRS16	(1,7)	(1,7)	(3,2%)	(3,2)	(3,3)	(3,2%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	2,5	1,9	30,0%	5,1	4,0	29,3%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	7,1%	6,2%	+86bps	7,3%	6,4%	+89bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NOS EUA

Margaritaville & Landshark | USA



Após trimestres de pressão nos resultados, a margem bruta do 2T25 apresentou crescimento de +205bps na comparação anual, refletindo os efeitos iniciais das iniciativas de ajuste operacional e racionalização de custos adotadas ao longo do semestre. A receita líquida das operações nos Estados Unidos recuou 16,6% no período (em moeda local), ainda impactada pelo encerramento de unidades relevantes ao longo de 2024. Tirando esse efeito, a receita fica em linha com o ano anterior.

O EBITDA ajustado (ex-IFRS16) apresentou melhora em relação ao trimestre anterior, encerrando o 2T25 em terreno positivo com +1,6% no comparativo. Na comparação com o mesmo período do ano passado, o resultado apresenta crescimento de 1,6%, evidenciando os primeiros efeitos das ações implementadas no início do ano e sinalizando uma trajetória mais consistente para os próximos períodos.

Entre os destaques do trimestre, a Companhia implementou o novo menu de almoço em 17 unidades, com impacto positivo no tráfego no período. O programa de Happy Hour, iniciado em Boston no fim do 1T25, também mostrou evolução, com crescimento superior ao do período da noite e a primeira semana positiva de 2025 registrada na localidade. Além disso, os indicadores de satisfação do cliente (NPS) atingiram recordes sucessivos ao longo do trimestre.

As prioridades para 2025 permanecem voltadas ao crescimento rentável de vendas, com foco em produtos de valor, saúde e porções adequadas, além da continuidade da reorganização administrativa, que já vem gerando ganhos na estrutura de G&A.

(em milhões de US\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	27	30	3	27	30	3
Receita Líquida	36,7	44,0	(16,6%)	57,7	73,5	(21,5%)
Custo de Vendas e Serviços	(19,7)	(24,5)	(19,7%)	(32,8)	(43,9)	(25,2%)
Lucro Bruto	17,0	19,5	(12,7%)	24,8	29,5	(15,9%)
Margem Bruta	46,3%	44,2%	+207bps	43,1%	40,2%	+286bps
Despesas Operacionais	(13,5)	(19,3)	(30,1%)	(24,4)	(32,1)	(23,9%)
Pré-Abertura de Lojas e Itens Esp.	(0,2)	0,1	n.a	(0,2)	3,2	n.a
EBIT	3,3	0,2	1312,9%	0,2	0,6	(62,1%)
(+) Deprec. e Amortização	4,7	7,9	(41,2%)	9,8	13,5	(27,4%)
(+) Pré-Abertura de Lojas e outros	0,2	(0,1)	n.a	0,2	(3,2)	n.a
EBITDA Ajustado	8,1	8,1	0,9%	10,2	10,9	(6,6%)
Efeito IFRS16	(3,8)	(3,8)	0,1%	(7,5)	(7,4)	2,1%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	4,3	4,2	1,6%	2,7	3,5	(24,9%)
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	11,7%	9,6%	+210bps	4,6%	4,8%	-21bps

(em milhões de BRL)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
EBITDA Ajustado	45,3	41,9	8,1%	56,2	55,6	1,1%
Efeito IFRS16	(21,4)	(19,5)	9,6%	(42,4)	(36,5)	16,2%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	23,9	22,4	6,9%	13,8	19,3	(28,6%)
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	11,5%	9,7%	+181bps	4,2%	5,1%	-95bps

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

No segundo trimestre do ano de 2025, as vendas digitais das marcas Pizza Hut, KFC e Frango Assado alcançaram R\$ 325 milhões, um crescimento de 56,9% sobre o mesmo período do ano anterior, consolidando o constante compromisso da IMC com a inovação, foco nos consumidores e na eficiência das operações.

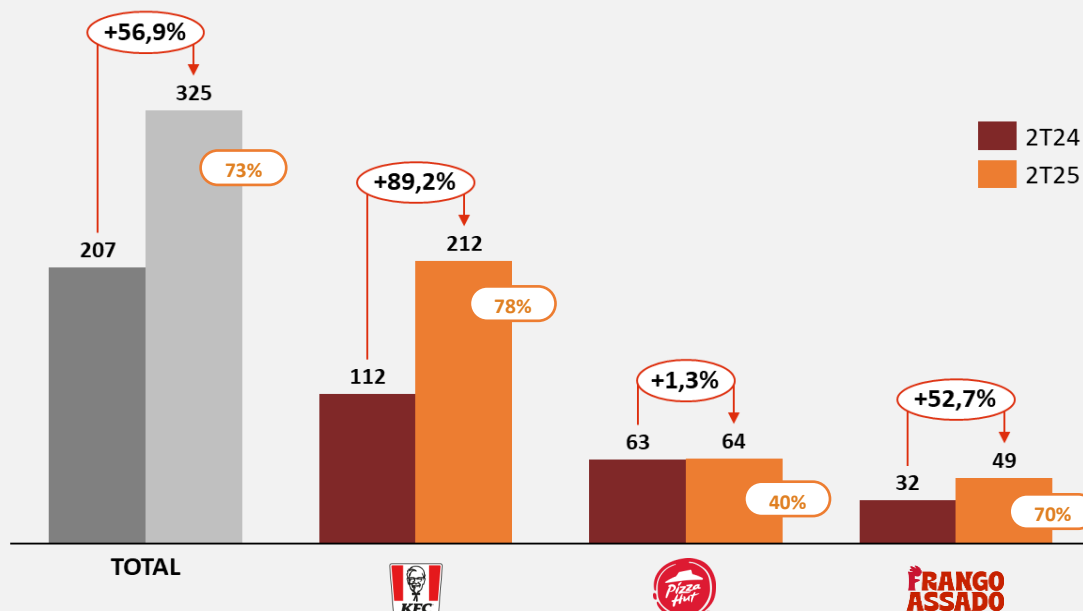
As vendas digitais da Pizza Hut apresentaram crescimento de 1,3% no 2T25, refletindo os primeiros efeitos da maturação do novo aplicativo lançado no trimestre anterior. Após um período de transição, o canal começou a recuperar tração com maior estabilidade operacional e a implementação de ações voltadas ao engajamento, como o programa de fidelidade Clube Hut e campanhas de incentivo a novos usuários. Paralelamente, a Companhia iniciou os testes com totens de autoatendimento em lojas selecionadas, ampliando as alternativas de jornada digital e fortalecendo a estratégia de conveniência no ponto de venda físico.

A receita gerada pelos totens de autoatendimento do KFC cresceu 133% no 2T25 em comparação ao mesmo período de 2024, impulsionada principalmente pelo aumento de participação do canal, que passou de 42% para 72% das vendas em lojas com totem (excluindo delivery). Embora o número de unidades tenha contribuído para o desempenho, o principal fator de crescimento foi o ganho de representatividade do canal no mix de vendas. Considerando o total da operação, os totens já representam 66% das vendas da marca, refletindo o avanço consistente na digitalização da jornada do consumidor e no ganho de eficiência operacional.

No Frango Assado, os totens de self-checkout registraram aumento de 53% na comparação com o 2T24, representando 70% dos tickets do canal físico no período. O número de clientes únicos cadastrados no canal de CRM também apresentou crescimento de 25%, impulsionado pelas iniciativas de reconhecimento da marca. O avanço nessas frentes contribui para ampliar o conhecimento sobre o perfil dos clientes e aprimorar a personalização das ações comerciais e promocionais.

Vendas Digitais¹

Valores em R\$ milhões



Representatividade das vendas através dos canais digitais nas vendas totais e de cada marca 2T25.

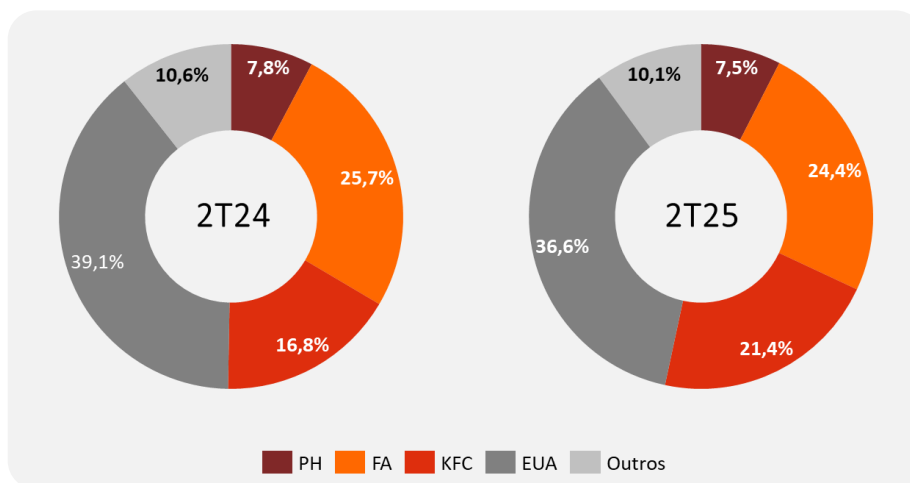
¹ - Vendas digitais nos canais: Totens, aplicativos próprios, aplicativos agregadores, programas de fidelidade e WhatsApp nas marcas KFC, Pizza Hut e Frango Assado.

COMENTÁRIOS SOBRE DESEMPENHO

No segundo trimestre de 2025, as vendas totais do sistema — que incluem o faturamento bruto das lojas próprias e franqueadas — somaram R\$864,4 milhões, representando um crescimento de 9,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. O desempenho reverte a tendência de queda observada no trimestre anterior, refletindo principalmente a recuperação das operações no Brasil.

A receita líquida consolidada atingiu R\$ 590,8 milhões no 2T25, um aumento de 3,6% na comparação anual. O resultado foi impulsionado pelo crescimento de 12,6% nas operações brasileiras, que compensaram parcialmente o desempenho ainda negativo nos Estados Unidos, onde a receita, mesmo em recuperação, ainda apresentou retração de 9,9% (em moeda nacional). Cabe ressaltar que ambas as operações dos países ainda são impactadas por efeitos do fechamento de unidades relevantes ao longo de 2024.

RESULTADO | Representatividade da Receita Líquida



RESULTADO | Same Store Sales (SSS)¹

Same Store Sales (SSS) ¹		2T25	2T24
Road		2,7%	-1,5%
Frango Assado - Restaurantes		8,0%	-4,3%
Frango Assado - Postos		-1,5%	0,9%
Casual & Mall		9,3%	0,7%
KFC		15,5%	-0,8%
Pizza Hut		1,7%	2,2%
Batata Inglesa		8,3%	5,1%
Viena Mall		-3,1%	1,6%
Air		13,6%	6,9%
RA Catering		19,3%	9,6%
Varejo Air		-2,0%	1,3%
EUA		-8,8%	-2,6%

¹ Mudança de metodologia.

Restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês não são mais expurgados da base comparável

RESULTADOS e DESEMPENHO | EBITDA

No 2T25, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 69,6 milhões, uma redução de 38,6% em relação ao mesmo período de 2024. Essa comparação, no entanto, é impactada por um efeito não recorrente registrado no 2T24, no valor de R\$ 47 milhões, referente ao reconhecimento contábil de prescrição de contingências não materializadas (PPA) de aquisições passadas. Excluindo esse efeito, o EBITDA ajustado do trimestre apresentou crescimento de 5%.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(32,4)	12,2	n.a	(71,1)	(15,7)	353,3%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	8,4	0,1	15734,2%	10,2	(12,2)	n.a
(+) Resultado Financeiro	37,5	21,7	73,0%	68,2	45,3	50,6%
(+) D&A	51,1	72,6	(29,6%)	115,4	140,2	(17,7%)
EBITDA	64,5	106,5	(39,4%)	122,8	157,7	(22,1%)
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	4,8	5,5	(12,0%)	7,0	(8,6)	n.a
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,2	1,5	-84,1%	1,9	2,2	-11,2%
EBITDA Ajustado	70,7	113,4	(37,6%)	132,9	151,3	(12,2%)

RESULTADOS e DESEMPENHO | G&A

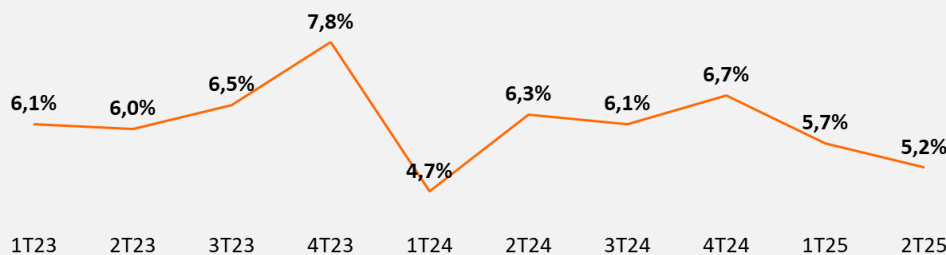
No segundo trimestre de 2025, as despesas gerais e administrativas (G&A) apresentaram redução de 14,3% em relação ao mesmo período de 2024, refletindo os avanços na otimização das estruturas corporativas e a melhoria dos processos internos com foco na eficiência. Essa redução também gerou ganho de alavancagem operacional, com queda de 110bps na representatividade do G&A em relação à receita líquida consolidada, que passou de 6,3% no 2T24 para 5,2% no 2T25.

No acumulado do ano, o G&A totalizou R\$ 59,2 milhões, em linha com o registrado no mesmo período do ano anterior, ainda influenciado por efeitos não recorrentes do 1T24, quando houve uma reversão relevante de provisões de bônus. A Companhia segue comprometida com a disciplina de custos e com o redesenho da estrutura organizacional, ajustando o dimensionamento feito anteriormente para uma operação mais robusta do que a atual.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
G&A	(30,6)	(35,7)	(14,3%)	(59,2)	(59,1)	0,2%

G&A sobre Receita

(% sobre receita global)



RESULTADO | Atividades de Investimentos

Durante o trimestre, a companhia investiu R\$ 27,9 milhões, dos quais R\$ 11,0 milhões foram destinados à expansão, parte ainda relacionada ao *carry-over* de aberturas dos últimos trimestres, e R\$ 16,9 milhões voltados para manutenções, reformas e outros projetos. Deste valor, um total de R\$ 7,3 milhões do capex acumulado do ano (sem considerar *carry-over*), atribuído ao KFC, será reembolsado pelo sócio da nova estrutura organizacional da marca.

CAPEX (em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Investimentos em Expansão	11,0	10,1	9,1%	30,2	35,7	-15,3%
Investimentos em Manutenção, Reforma e Outros	16,9	18,5	-8,3%	26,1	32,7	-20,1%
Total de Investimentos em Capex	27,9	28,5	-2,2%	56,4	68,4	-17,6%

RESULTADO | Geração de Caixa

O fluxo de caixa operacional apresentou uma melhora de R\$3,0 milhões na comparação A/A, atingindo R\$23,5 milhões no 2T25. No acumulado do ano, a geração operacional totalizou R\$45,2 milhões, com evolução de R\$63,2 milhões.

Em uma visão pro-forma, ou seja, excluindo os efeitos de *carry-over* de Capex de anos anteriores e desconsiderando os investimentos realizados nas lojas KFC, o Fluxo de Caixa da Companhia teria expressiva melhora de R\$96,2 milhões nos 6M25 A/A, atingindo R\$ 41,7 milhões.

R\$ milhões	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
EBITDA AJUSTADO	70,7	113,4	(37,6%)	132,9	151,3	(12,2%)
Efeito IFRS16	(38,1)	(35,9)	6,2%	(75,8)	(69,3)	9,4%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	32,6	77,5	(57,9%)	57,1	82,0	(30,3%)
(+) Imposto de renda e CSLL	0,0	(0,1)	(100,0%)	0,0	(0,1)	(100,0%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(0,2)	(1,5)	(84,1%)	(1,9)	(2,2)	(11,2%)
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	(6,0)	(5,5)	10,0%	(8,2)	8,6	n.a
(+) Variações nos ativos e passivos op. e outros	(2,8)	(49,9)	(94,4%)	(1,7)	(106,3)	(98,4%)
(=) Fluxo de Caixa Operacional	23,5	20,5	14,7%	45,2	(18,0)	n.a
(+) Capex	(27,9)	(28,5)	(2,2%)	(56,4)	(68,4)	(17,6%)
(=) Fluxo de Caixa Operacional c/ capex	(4,4)	(8,0)	(45,4%)	(11,1)	(86,4)	(87,1%)
(+) Juros	(19,1)	(19,4)	(1,5%)	(34,3)	(34,6)	(0,8%)
(=) Fluxo de Caixa Livre	(23,5)	(27,4)	(14,3%)	(45,4)	(121,0)	(62,4%)

Geração de Caixa Pro-Forma

	IMC Ex-KFC			KFC			IMC c/ KFC		
R\$ milhões	6M25	6M24	A/A	6M25	6M24	A/A	6M25	6M24	A/A
(=) Fluxo de Caixa Op.	55,6	3,5	1498,7%	(10,3)	(21,5)	(51,9%)	45,2	(18,0)	(351,4%)
(+) Capex	(35,5)	(47,7)	(25,7%)	(20,9)	(20,7)	1,1%	(56,4)	(68,4)	(17,6%)
(=) Fluxo de Caixa Op. c/ Capex	20,1	(44,3)	(145,5%)	(31,2)	(42,2)	(25,9%)	(11,1)	(86,4)	(87,1%)
(+) Ajuste Carry-over	21,6	(10,3)	(310,6%)	20,5	(7,1)	(390,1%)	42,1	(17,3)	(343,1%)
(=) Fluxo de Caixa Op. c/ Capex Competência	41,7	(54,5)	(176,5%)	(10,7)	(49,2)	(78,2%)	31,0	(103,7)	(129,9%)

DÍVIDA LÍQUIDA

No segundo trimestre de 2025, a dívida líquida total da Companhia - incluindo instrumentos financeiros derivativos registrados após o fechamento da operação do KFC - foi de R\$ 189,8 milhões, positivamente impactada pelo caixa recebido no fechamento da operação mencionada.

Conforme anunciado, no *closing* da transação, a Companhia recebeu o equivalente a USD12,5 milhões. Além disso, a IMC também antecipou o recebimento da segunda parcela, originalmente prevista para 2027, no montante de USD22,5 milhões. Com isso, a alavancagem financeira encerrou o período em 1,7x EBITDA LTM, ex-IFRS16, de acordo com a metodologia definida nas escrituras de endividamento da Companhia, em linha com planejamento definido e dentro dos limites estabelecidos pelos *covenants*.

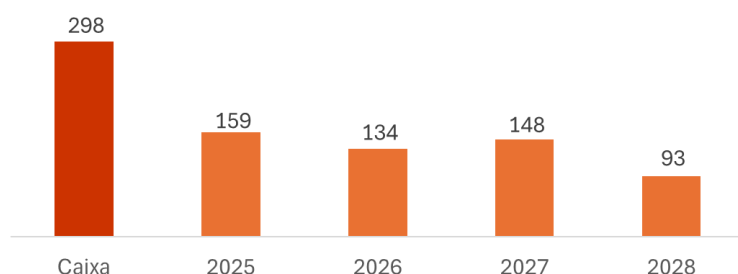
Em milhões de R\$	2T25	1T25	4T24	3T24	2T24
Empréstimos e Financiamentos	544,7	586,6	578,5	526,9	526,1
(-) Instrumentos Financeiros Derivativos (ativo - passivo)	(57,1)	-	-	-	-
(-) Caixa	(297,7)	(194,0)	(217,8)	(175,7)	(181,9)
Dívida Líquida	189,8	392,6	360,7	351,2	344,2
LTM EBITDA ex-IFRS16	109,7	153,9	150,9	151,1	166,3
Alavancagem	1,7x	2,6x	2,4x	2,3x	2,1x

*Caixa 2T24 exclui o valor de R\$ 7.0M referente a escrow conforme o contrato firmado com a YUM para eventuais despesas jurídicas

RESULTADO | Por Indexador (R\$ mil)

Instrumento	Taxa	Dívida em 30/06/25
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	209.797
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	161.664
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	60.258
4131	CDI + 2,23% a.a.	33.053
4131	CDI + 2,23% a.a.	54.457
Brad _ Finame	Selic + 3,45%a.a.	32.380
Outros		-6.942
Total (R\$):	~ CDI + 3,6%	544.667

RESULTADO | Cronograma de amortização de principal*



*Considera curva futura da B3 em 31/7/2025 e previsão de amortizações extraordinárias pós-fechamento da operação do KFC, conforme negociação realizada em AGDs pré-deal.



ANEXOS



RESULTADO | CONCILIAÇÃO CONSOLIDADO PROFORMA

Em junho de 2025, a IMC concluiu a transação estratégica para venda do controle da operação do KFC no Brasil à Kentucky Foods Chile Limitada, por meio de sua subsidiária Saboroso Internacional Ltda. O acordo, anunciado em março e aprovado pelo CADE em abril, envolveu a reorganização societária necessária para segregar os ativos da marca no país e a renegociação do contrato de franquia com a Yum! Brands. Com o fechamento, a Saboroso passou a deter 58,3% da Horizonte Restaurantes S.A., enquanto a IMC manteve 41,7% de participação, preservando exposição ao potencial de crescimento da marca no Brasil.

O valor total da operação foi definido em US\$ 35 milhões, sendo US\$ 12,5 milhões recebidos à vista no fechamento e o saldo antecipado integralmente via cessão de direitos creditórios. As condições pactuadas incluem opções futuras de compra e venda de participações, oferecendo flexibilidade estratégica para ambas as partes. Essa transação reforça a posição financeira da IMC, otimiza a alocação de capital e permite maior foco no desenvolvimento das demais marcas do portfólio.

(em milhares de R\$)	6M25			6M24		
	SEM KFC	COM KFC	Δ	SEM KFC	COM KFC	Δ
RECEITA LÍQUIDA	849.606	1.094.966	245.359	888.329	1.077.199	188.870
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(567.837)	(726.525)	(158.688)	(610.735)	(741.637)	(130.902)
LUCRO BRUTO	281.769	368.440	86.671	277.594	335.562	57.968
Margem Bruta	33,2%	33,6%	35,3%	31,2%	31,2%	30,7%
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS						
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(226.547)	(298.883)	(72.336)	(245.797)	(303.939)	(58.142)
Despesas gerais e administrativas	(91.508)	(107.244)	(15.736)	(90.471)	(104.800)	(14.329)
Despesa/reversão com perda estimada de crédito	42.092	41.980	(112)	86.934	85.321	(1.613)
Equivalência patrimonial	3.052	3.052	0	5.261	5.261	0
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	8.858	7.346	(1.512)	33.521	17.405	(16.116)
Resultado financeiro, líquido	(63.806)	(68.188)	(4.382)	(42.927)	(45.249)	(2.322)
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL	(54.948)	(60.842)	(5.894)	(9.406)	(27.844)	(18.438)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(10.236)	(10.236)	0	12.163	12.163	0
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS	(65.183)	(71.078)	(5.894)	2.757	(15.681)	(18.438)
Margem Líquida	-7,7%	-6,5%	1,2%	0,3%	-1,5%	-1,8%
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	-5.894,00	-	5.894,00	-18.438,00	-	18.438,00
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(71.077)	(71.078)	(0)	(15.681)	(15.681)	(0)
Margem Líquida	-8,4%	-6,5%	0,0%	-1,8%	-1,5%	0,0%

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO | CONSOLIDADO

(em milhares de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
RECEITA LÍQUIDA	462.573	477.792	-3,2%	849.606	888.329	-4,4%
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(297.946)	(315.307)	-5,5%	(567.837)	(610.735)	-7,0%
LUCRO BRUTO	164.627	162.485	1,3%	281.769	277.594	1,5%
Margem Bruta	35,6%	34,0%	1,6 p.p.	33,2%	31,2%	1,9 p.p.
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS						
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(156.992)	(184.683)	-15,0%	(318.055)	(336.268)	-5,4%
Despesa de vendas e operacionais	(116.069)	(134.125)	-13,5%	(226.547)	(245.797)	-7,8%
Despesas gerais e administrativas	(40.923)	(50.558)	-19,1%	(91.508)	(90.471)	1,1%
Despesa/reversão com perda estimada de crédito	0	0	na	0	0	na
Redução do valor recuperável dos ativos						
Equivalência patrimonial	1.496	2.704	-44,7%	3.052	5.261	-42,0%
Outras/despesas operacionais	3.163	61.991	-94,9%	42.092	86.934	-51,6%
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	12.294	42.496	-71,1%	8.858	33.521	-73,6%
Resultado financeiro, líquido	(34.888)	(20.382)	71,2%	(63.806)	(42.927)	48,6%
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL	(22.594)	22.114	-202,2%	(54.948)	(9.406)	484,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(8.368)	(52)	na	(10.235)	12.163	-184,1%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS	(30.962)	22.062	na	(65.183)	2.757	-2464,0%
Margem Líquida	-6,7%	4,6%	-11,3 p.p.	-7,7%	0,3%	-8,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	- 1.483,00 -	9.866,00	na	- 5.894,00	(18.438)	-68,0%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(32.445)	12.196	-366,0%	(71.077)	(15.681)	353,3%
Margem Líquida	-7,0%	2,6%	-9,6 p.p.	-8,4%	-1,8%	-6,6 p.p.

BALANÇO PATRIMONIAL | CONSOLIDADO

(em milhares de R\$)	2T25	2T24
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	297.723	176.167
Aplicações financeiras	0	12.720
Contas a receber	67.727	101.938
Estoque	49.116	53.246
Outros ativos e adiantamentos	104.206	129.915
Total do ativo circulante	518.772	473.986
NÃO CIRCULANTE		
Aplicações financeiras	-	0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	46.422	66.029
Outros ativos e investimentos	334.588	91.395
Imobilizado	394.100	506.961
Intangível	698.374	928.340
Ativo de direito de Uso de Imóvel	486.802	613.987
Total do ativo não circulante	1.960.286	2.206.712
TOTAL DO ATIVO	2.479.058	2.680.698
PASSIVO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	173.510	175.240
Empréstimos, financiamentos e debêntures	172.127	72.432
Salários e encargos sociais	55.642	65.939
Passivo de arrendamento	94.111	104.891
Outros passivos circulantes	41.595	62.242
Total do passivo circulante	536.985	480.745
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	372.540	453.663
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	86.251	53.372
Imposto de renda e contribuição social diferidos	35.252	43.343
Passivo de Arrendamento	445.801	557.970
Outros passivos	64.952	34.694
Total do passivo não circulante	1.004.796	1.143.042
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital Social	1.154.852	1.154.462
Reservas de Capital	349.993	349.993
Reserva para plano de opções de compra de ações	42.394	42.814
Ações em Tesouraria	0	(5.551)
Prejuízos acumulados	(717.739)	(586.064)
Ajuste de avaliação patrimonial	107.777	101.256
Total do Patrimônio Líquido	937.277	1.056.910
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.479.058	2.680.697

FLUXO DE CAIXA | CONSOLIDADO

(em milhares de R\$)	1T25	1T24	A/A	6M25	6M24	A/A
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS						
Lucro/Prejuízo das operações continuadas	(29.903)	20.823	-243,6%	(65.183)	(9.406)	n/a
Lucro/Prejuízo das operações descontinuadas	- 4.411,00	(8.572)	n/a	- 5.894,00	(18.438)	n/a
Lucro/Prejuízo líquido do trimestre	(34.314)	12.251	-380,1%	(71.077)	(27.844)	155,3%
Deprec. e Amortiz. (imobilizado, intangíveis e direito de uso)	47.911	43.186	10,9%	111.913	110.825	1,0%
Juros s/ empréstimos, arrendamento e var. cambial	36.205	33.470	8,2%	68.090	61.077	11,5%
Provisões diversas e outros	79.360	(31.985)	-348,1%	58.001	(12.584)	-560,9%
Contas a Receber	(36.244)	(479)	7466,6%	(4.474)	4.918	-191,0%
Estoques	(1.122)	1.074	n/a	2.071	3.863	n/a
Fornecedores	(20.912)	(9.467)	120,9%	(30.118)	(69.409)	-56,6%
Variação nos outros ativos e passivos operacionais	(14.440)	18.407	-178,4%	(18.254)	(7.957)	129,4%
Caixa gerado pelas atividades operacionais	56.444	66.457	-15,1%	116.152	62.889	84,7%
Imposto de renda e contribuição social pagos	0	(59)	-100,0%	0	(59)	-100,0%
Dividendos Recebidos	4.893	4.239	15,4%	6.679	5.683	17,5%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento	(1.824)	(7.115)	-74,4%	(12.441)	(15.151)	-17,9%
Juros pagos	(20.834)	(19.443)	7,2%	(36.016)	(34.599)	4,1%
Juros pagos sobre mútuo	1.692	0	0,0%	1.692	0	0,0%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento das operações descontinuadas	(4.382)	(2.322)	88,7%	(4.382)	(2.322)	88,7%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	0	0,0%	-	0	0,0%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	35.989	41.757	-13,8%	71.684	16.441	336,0%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO						
Resgate de (investimento em) aplicações financeiras	0	(575)	n/a	0	(734)	n/a
Alienação de ativos (atividades M&A)	0	1.878	n/a	0	66.674	n/a
Adições de imobilizado e intangíveis	(6.988)	(7.834)	-10,8%	(35.453)	(47.730)	-25,7%
Adições de direito de uso	0	0	0,0%	-	-	0,0%
Caixa recebido pela venda da Horizonte	171.966	0	0,0%	171.966	0	0,0%
Recebimento de valores associados com operação descontinuada	0	1.201	-100,0%	0	1.201	-100,0%
Adições de imobilizado e intangíveis, líquido do saldo parcelado a pagar em operações descontinuadas	(20.915)	(20.683)	1,1%	(20.915)	(20.683)	1,1%
Caixa de Investimento utilizado em ope. descontinuadas	0	0	n/a	0	0	n/a
Caixa líquido proveniente das atividades de investimento	144.063	(26.013)	-653,8%	115.598	(1.272)	-9187,9%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO						
Pagamento de Dividendos	-	0	n/a	-	0	n/a
Pagamento de aquisições de negócios	-	-	0,0%	-	0	0,0%
Aumento de Capital (Redução)	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Ações em Tesouraria Vendidas	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Amortização de passivo de arrendamento	(24.040)	(33.202)	-27,6%	(53.219)	(61.577)	-13,6%
Novos empréstimos	-	-	n/a	-	0	n/a
Pagamento de aquisições de negócios	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Concessão governamental	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Amortização de empréstimos	(44.560)	(445)	9913,5%	(44.560)	(4.398)	913,2%
Amortização de passivos de arrendamento das operações descontinuadas	(7.544)	(7.462)	-	(7.544)	(7.462)	1,1%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	0	n/a	-	0	n/a
Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento	(76.144)	(41.109)	85,2%	(105.323)	(73.437)	43,4%
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS	(159)	3.185	-105,0%	(2.034)	5.276	-138,6%
VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO	103.750	(22.181)	-567,7%	79.925	(52.992)	-250,8%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO	193.971	198.348	-2,2%	217.796	229.159	-5,0%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO	297.721	176.167	69,0%	297.721	176.167	69,0%



2nd quarter of 2025 | MEAL3

Earnings Release



VIENA



Brunella

R A CATERING



QUARTERLY HIGHLIGHTS



IMC reports a 15% increase in recurring EBITDA year-to-date and reduces leverage to 1.7x in 2Q25.

Consistent operational efficiency across all segments and completion of the KFC transaction drive margins, strengthen cash position, and reduce debt.

São Paulo, August 14, 2025: International Meal Company Alimentação S.A. ("IMC") - B3: MEAL3, one of the largest multi-brand companies in the Latin American food retail industry, announces its results for the second quarter of 2025 (2Q25). Unless otherwise indicated, the information herein is presented on a consolidated basis, in millions of Brazilian reais (R\$). To better present the Company's situation and performance and for better comparison purposes, the results are pro forma. Results of 6M25 include KFC operations.

Highlights

	2Q25	6M25
Gross Revenue (R\$ mi)	R\$ 591 + 3,6% vs. 2Q24	R\$ 1.095 + 1,6% vs. 6M24
Net Revenue (R\$ mi)	R\$ 383 + 12,6% vs. 2Q24	R\$ 765 + 9,2% vs. 6M24
Gross Margin	+242 bps vs. 2Q24	+249 bps vs. 6M24
EBITDA Adj. rec. (R\$mi)	R\$ 71 + 6,5% vs. 2Q24	R\$ 120 + 15,1% vs. 6M24
Net Debit/EBITDA LTM	1,7x -0,9x vs. 1Q25	

Alexandre Santoro – CEO
 Natália Lacava – CFO and IRO
 Victor Bento – Finance Manager
 Igor Jacarini – IR Manager
 FSB Communication – Press Relations

MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

In the second quarter of 2025, IMC made consistent progress in profitability and operational efficiency, thanks to strategic decisions made in recent years that have been generating practical results in a sustained manner. **All of our business units registered operational improvements**, we maintained strict control over G&A and strengthened our financial structure, reducing leverage to 1.7x.

The macroeconomic scenario in Brazil, marked by an inflationary trend, required quick decisions regarding pricing, mix management, and portfolio adjustments, as well as creative menu solutions to mitigate the loss of consumer purchasing power. Even in a market with negative Same-Store Sales (SSS) trends, **we managed to grow and expand margins**.

During the quarter, we concluded the transaction involving the KFC brand, which is another strategic move towards simplifying and optimizing our portfolio and reinforcing our disciplined capital allocation. The agreement expands KFC's growth capacity, now with a partner dedicated to its expansion in Brazil, and strengthens our financial position. Moreover, upon closing the transaction, we received the first installment and also completed the advance payment of the second installment, initially slated for 2027, **strengthening our capital structure and accelerating the capture of benefits from the transaction**.

In terms of results, the operation in Brazil maintained its trajectory of profitable growth, with **net revenue of R\$383 million (+12.6% vs. 2Q24)**, which is **three times above inflation during the period**, and efficiency gains that boosted margins. Adjusted EBITDA from all our operations in the country was another important growth driver, reflecting the restructuring measures rolled out in recent quarters.

In the United States, despite a still challenging environment, the quarter saw a return to positive EBITDA, with rising gross margin and the first clear signs of operational recovery. We continued to make adjustments to our structure and cost management, while also testing commercial initiatives in specific markets, which have started showing positive responses.

As a result, **recurring EBITDA grew 6.5% in the quarter and 15.1% in the year**, primarily driven by operational gains and improved efficiency across all business units. This operational generation, combined with increased cash flow, strengthened our liquidity while also bolstering our flexibility to capture opportunities in a rational manner.

The focus during the second half of the year remains on operational discipline, optimizing our structures, and **developing the assets that set us apart**. We remain watchful of the current scenario, but are confident about the path we are paving, which brings us increasingly closer to our ultimate dream: to be the best foodservice platform in Brazil.

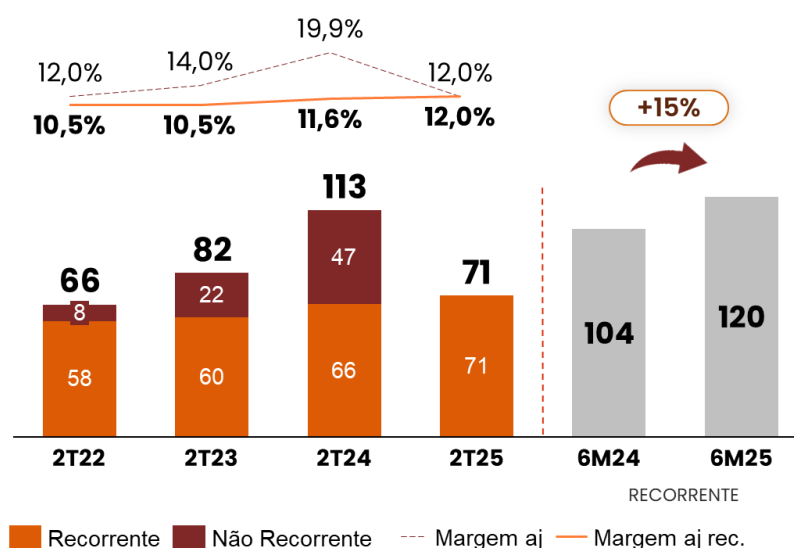
HIGHLIGHTS | Consolidated

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Total System Revenue	864.4	789.1	9.5%	1.614.5	1.521.8	6.1%
Net Revenue	590.8	570.5	3.6%	1.095.0	1.077.2	1.6%
Gross Margin (%)	35.8%	33.4%	+242bps	33.6%	31.2%	+249bps
Adjusted EBITDA	70.7	113.4	(37.6%)	132.9	151.3	(12.2%)
Adjusted EBITDA Margin (%)	12.0%	19.9%	-791bps	12.1%	14.0%	-191bps
Effect of IFRS16	(38.1)	(35.9)	6.2%	(75.8)	(69.3)	9.4%
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	32.6	77.5	(57.9%)	57.1	82.0	(30.3%)
Adjusted EBITDA Margin ex-IFRS (%)	5.5%	13.6%	-807bps	5.2%	7.6%	-239bps
Free Cash Flow	(61.6)	(27.4)	124.6%	(83.5)	(121.0)	(31.0%)
Covenants *	1.7x	2.1x	-0.9x	1.7x	2.1x	-0.9x

* Net Debt/ EBITDA LTM ex-IFRS 16, in accordance with the methodology defined in the issuance deeds.

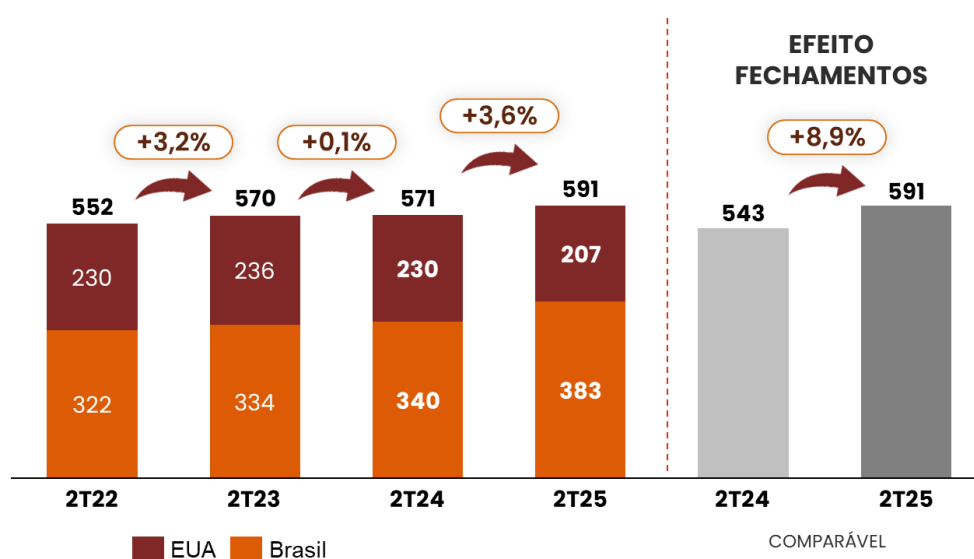
HIGHLIGHTS | Operating Result

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	32.6	77.5	(57.9%)	57.1	82.0	(30.3%)
Effect of IFRS16	38.1	35.9	6.2%	75.8	69.3	9.4%
Adjusted EBITDA	70.7	113.4	(37.6%)	132.9	151.3	(12.2%)
Brazil	25.4	71.5	(64.4%)	76.7	95.7	(19.8%)
Frango Assado	18.7	16.9	10.5%	44.5	40.5	10.0%
Airports	4.2	3.6	14.3%	8.4	7.5	11.5%
PH, KFC and Others	28.4	22.4	26.9%	48.6	42.2	15.2%
G&A	(30.6)	(35.7)	(14.3%)	(59.2)	(59.1)	0.2%
Others	4.8	64.3	(92.6%)	34.4	64.9	(46.9%)
USA	45.3	41.9	8.1%	56.2	55.6	1.1%



HIGHLIGHTS | Sales

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Net Revenue	590.8	570.5	3.6%	1,095.0	1,077.2	1.6%
Brazil	383.4	340.4	12.6%	765.3	700.9	9.2%
Frango Assado	147.4	144.6	1.9%	310.7	307.0	1.2%
Restaurants and Others	69.2	65.0	6.6%	147.6	147.1	0.3%
Gas Stations	78.1	79.6	(1.8%)	163.1	159.8	2.0%
Airport	35.4	31.0	14.2%	70.4	62.0	13.5%
PH, KFC and Others	200.7	164.9	21.7%	384.2	331.9	15.7%
USA	207.4	230.1	(9.9%)	329.7	376.2	(12.4%)

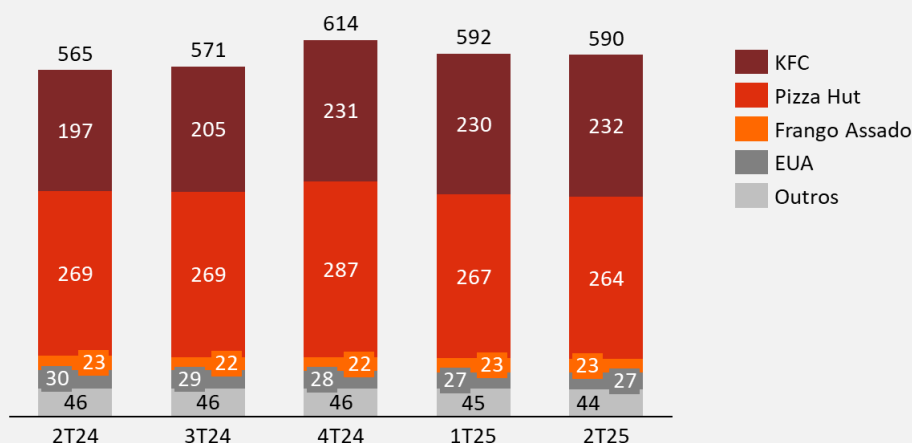


EVOLUTION IN THE NUMBER OF STORES¹

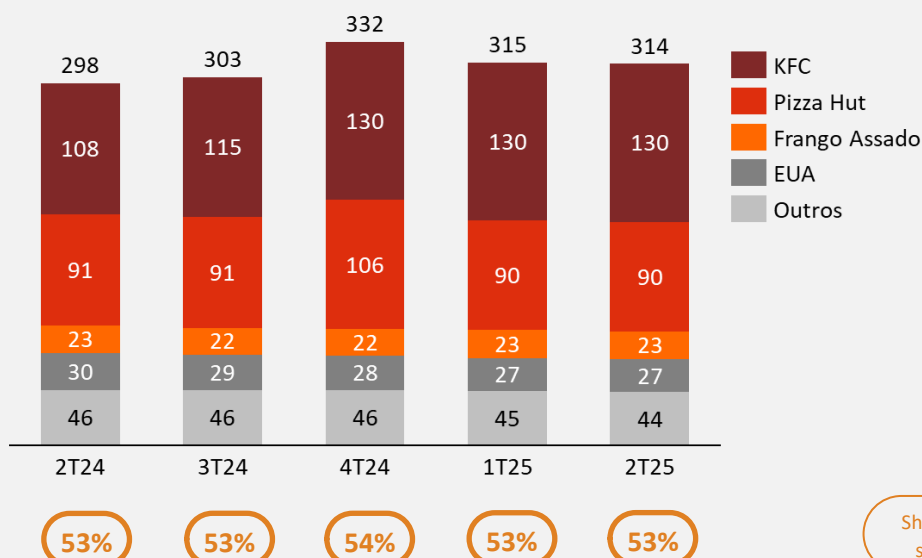
IMC ended the second quarter of 2025 with 590 stores, including its own and franchised units, distributed throughout Brazil and the US. In the last 12 months, the Company recorded a net expansion of 25 units, resulting from the opening mainly of KFC and Pizza Hut stores, and the planned closure of underperforming operations. This ongoing process underlines the commitment to the chain's economic feasibility and the constant pursuit of sustainable results - a factor that is already reflected in the quarterly results.

The Company maintained its commitment to a focused and disciplined expansion plan, ensuring a healthy network balance of owned and franchised stores in its system. Eight new stores were opened in the year, as per the expansion plan. Currently, own stores represent 53% of the IMC system.

NUMBER OF STORES IN THE SYSTEM



NUMBER OF OWN STORES



¹ - Excluding discontinued operations

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS

FRANGO ASSADO - RESTAURANTS AND GAS STATIONS | Road



The Frango Assado chain continued to ramp up its operations during the second quarter of 2025, posting improvements in key operational and financial indicators. Thanks to an increasingly resilient operation, net revenue from the restaurants grew 6.6% year over year. The operational performance drove margins, with adjusted EBITDA (ex-IFRS16) growing 25.8% in relation to 2Q24.

In addition to the favorable calendar, the combined operational strategies of pricing and recovering traffic through actions aimed at attracting the public aged between 25 and 35, resulted in SSS at restaurants of 8.0% in the quarter. The digital strategy played an important role in this initiative through social media campaigns aimed at connecting with new consumers.

The gas station operations continue to deliver positive results and EBITDA growth. Although revenue was impacted by fuel prices during the period, the Company has been taking measures to increase commercial efficiency, which include stricter inventory policies and marketing initiatives designed to reinforce fuel quality, given our strategy of working exclusively with renowned distributors.

Advances in digital, CRM, and customer service reflect an integrated strategy to strengthen the Frango Assado experience. Sales through self-service kiosks grew 53% from 2Q24, while the loyalty program surpassed 500,000 downloads, supporting more targeted relationship and engagement initiatives. Improvements on these fronts helped improve the service indicators of the brand, which was nominated for the Reclame Aqui 2025 Award. Currently, Frango Assado ranks second in reputation within its segment on the platform.

The quarter also saw significant progress in standardization of layout, furniture, processes, and products, with the focus on preparing the chain for a new cycle of expansion. Among the key focus areas are operational organization initiatives based on the central kitchen, which will produce strategic items with greater control over cost, quality, and efficiency. The brand has also been designing routines for the sales process and for controlling losses to achieve greater consistency in execution and scalability of the model.

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Net Revenue	147.4	144.6	1.9%	310.7	307.0	1.2%
Restaurants and Others	69.2	65.0	6.6%	147.6	147.1	0.3%
Gas Stations	78.1	79.6	(1.8%)	163.1	159.8	2.0%
Cost of Sales and Services	(117.8)	(119.3)	1.2%	(243.7)	(248.1)	1.8%
Gross Profit	29.5	25.2	17.0%	67.0	58.8	13.9%
Gross Margin	20.0%	17.5%	+258bps	21.6%	19.2%	+240bps
Operating Expenses	(15.9)	(15.4)	(2.8%)	(32.4)	(33.3)	2.8%
Pre-Opening of Stores	0.0	0.0	0.0%	(0.7)	(0.1)	n.a
EBIT	13.7	9.8	39.4%	33.9	25.4	33.5%
(+) Depreciation and Amortization	5.0	7.1	(29.3%)	9.9	14.9	(33.8%)
(+) Pre-Opening of Stores	0.0	0.0	0.0%	0.7	0.1	n.a
Adjusted EBITDA	18.7	16.9	10.5%	44.5	40.5	10.0%
Effect of IFRS16	(4.5)	(5.6)	20.2%	(9.7)	(11.3)	13.7%
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	14.2	11.3	25.8%	34.8	29.2	19.2%
Adjusted EBITDA Margin ex-IFRS16	9.6%	7.8%	+183bps	11.2%	9.5%	+169bps

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS



VIENA



Brunella

Pizza Hut, KFC and other brands | Casual and Mall

This quarter, the Casual and Mall segment reaped the positive effects of operational initiatives rolled out since late 2024. The gradual maturation of stores, combined with a focus on efficiency and disciplined execution, boosted the results of the Pizza Hut and KFC brands. Reflecting this progress, net revenue from the segment grew 21.7% to R\$200.7 million in 2Q25.

Same-store sales (SSS) in the segment also recovered significantly, growing 9.3%, driven by year-over-year growth in virtually all brands of the segment and reversing the decline registered in the first quarter. Gross margin rose by 466 bps and adjusted EBITDA (ex-IFRS16) grew 38% from the same period in 2024, demonstrating the operational progress made by the business unit.

Pizza Hut began to reap the benefits of the actions implemented in the previous quarter, notably menu optimization and repositioning of its promotional strategy. Operational adjustments also resulted in a significant improvement in the cost of goods sold (COGS) and boosted the brand's perceived value, all of which reflected in a 1.7% growth in SSS in the quarter. The brand also saw the maturation of new units, in line with plans, and strengthened its partnership with the AMPM chain, whose production in the IMC group's central kitchen has ensured greater cost control and economies of scale.

KFC maintained a positive trajectory in the quarter, with consistent growth across its main sales channels. Counter service was boosted by the "2 for R\$19.90" campaign, which drove traffic at stores and bolstered the brand's appeal at physical points of sale. Delivery's performance continued to improve on the back of a solid customer base and growing digital penetration. The brand's SSS increased 15.5% in the period. Although a part of this result reflects a weaker comparison base at the start of the quarter, even in months with more challenging comparison bases such as June, which had already recorded solid performance in 2024, KFC maintained its growth trend. The second quarter also ended the cycle of full consolidation of the brand with IMC with the closing of the joint venture announced in early July.

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Net Revenue	200.7	164.9	21.7%	384.2	331.9	15.7%
Pizza Hut and KFC	174.8	136.3	28.3%	333.8	275.5	21.2%
Others	25.9	28.6	-9.6%	50.3	56.4	-10.8%
Cost of Sales and Services	(124.1)	(109.7)	13.2%	(243.9)	(223.0)	9.4%
Gross Profit	76.6	55.2	38.6%	140.3	108.9	28.8%
Gross Margin	38.2%	33.5%	+466bps	36.5%	32.8%	+371bps
Operating Expenses	(61.8)	(48.6)	(27.2%)	(127.9)	(105.4)	(21.4%)
Pre-Opening of Stores	(0.1)	(1.5)	91.1%	(0.5)	(2.2)	76.0%
EBIT	14.7	5.2	183.3%	11.8	1.3	794.3%
(+) Depreciation and Amortization	13.6	15.7	(13.5%)	36.2	38.5	(5.8%)
(+) Pre-Opening of Stores	0.1	1.5	(91.1%)	0.5	2.2	(76.0%)
Adjusted EBITDA	28.4	22.4	26.9%	48.6	42.2	15.2%
Effect of IFRS16	(9.4)	(8.6)	9.2%	(18.7)	(17.7)	5.8%
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	19.0	13.8	38.0%	29.9	24.5	22.0%
Adjusted EBITDA Margin ex-IFRS16	9.5%	8.4%	+112bps	7.8%	7.4%	+40bps

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS

CATERING AND RETAIL AT AIRPORTS | Air



The Air segment continued its positive trajectory in the second quarter, driven by the consistent performance of retail at airports even in a challenging environment, and by the growth of the catering operation. Net revenue grew 14.2% year over year, reflecting both the resilience of passenger traffic in the airports where the operations are located and improved efficiency on both business fronts. Adjusted EBITDA (ex-IFRS16) grew 30% in the period, with margin growth driven by operating gains captured over the recent quarters.

The segment's SSS increased 13.6%, driven primarily by the RA Catering operation, which grew 19.3% in the period, thanks to a combination of higher operational efficiency and selective expansion of services. Airport retail performance was impacted by the discontinuation of the meal voucher service, a benefit traditionally offered to passengers on delayed or canceled flights, after the airline started offering its own meals, thereby reducing the number of passengers served at the company's units. Nevertheless, measures such as reformulating buffet prices and extending promotional hours helped sustain traffic at stores and mitigate a part of this impact on the channel.

In the catering business, growth was driven by the entry of new commercial routes, notably international charter contracts and the exploration of freighters in new markets. Moreover, important contracts were renewed, which ensured the continuity of revenue and greater operational predictability. Furthermore, contractual adjustments with airport administrators resulted in specific rebalancing of costs and contributed positively to the quarterly results.

The Company maintained its focus on managing operating expenses, gaining efficiency in outsourced service contracts and launching initiatives to optimize its workforce. Though human resource management remains a significant challenge for the segment, the measures taken so far have enabled greater cost control and gradual improvement of productivity on course to profitable and sustainable growth.

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Net Revenue	35.4	31.0	14.2%	70.4	62.0	13.5%
Cost of Sales and Services	(25.8)	(22.7)	13.3%	(50.9)	(46.1)	10.3%
Gross Profit	9.6	8.2	17.0%	19.5	15.9	22.8%
Gross Margin	27.2%	26.6%	+63bps	27.7%	25.7%	+210bps
Operating Expenses	(12.0)	(13.6)	11.6%	(25.2)	(27.6)	8.7%
EBIT	(2.4)	(5.4)	55.5%	(5.7)	(11.7)	51.4%
(+) Depreciation and Amortization	6.6	9.0	(27.1%)	14.1	19.2	(26.8%)
(+) Pre-Opening of Stores	(0.0)	0.0	0.0%	(0.0)	0.0	0.0%
Adjusted EBITDA	4.2	3.6	14.3%	8.4	7.5	11.5%
Effect of IFRS16	(1.7)	(1.7)	(3.2%)	(3.2)	(3.3)	(3.2%)
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	2.5	1.9	30.0%	5.1	4.0	29.3%
Adjusted EBITDA Margin ex-IFRS16	7.1%	6.2%	+86bps	7.3%	6.4%	+89bps

RESULTS OF U.S. OPERATIONS

Margaritaville & Landshark | USA



After several quarters of earnings under pressure, gross margin grew 205 bps in 2Q25 year over year, reflecting the initial effects of actions taken during the first half of the year to finetune operations and rationalize costs. Net revenue (in local currency) from U.S. operations declined 16.6% in the period, still impacted by the closure of important units throughout 2024.

Adjusted EBITDA (ex-IFRS16) improved in relation to the previous quarter to end 2Q25 at 1.6%. Compared to the same period last year, the result was 1.6% higher, demonstrating the initial effects of initiatives rolled out at the start of the year and signaling a more consistent trajectory for the coming periods.

Among the quarterly highlights is the new lunch menu introduced at 17 locations, which had a positive impact on traffic during the period. The Happy Hour program, launched in Boston at the end of 1Q25, also registered progress, with growth exceeding that of the evening period and the location registering its first positive week in 2025. Moreover, indicators of customer satisfaction (NPS) reached successive records during the quarter.

Priorities for 2025 remain focused on profitable sales growth, with a focus on value products, health and adequate portions, besides continuing the administrative reorganization, which has already been generating G&A efficiencies.

(US\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Net Revenue	36.7	44.0	(16.6%)	57.7	73.5	(21.5%)
Cost of Sales and Services	(19.7)	(24.5)	(19.7%)	(32.8)	(43.9)	(25.2%)
Gross Profit	17.0	19.5	(12.7%)	24.8	29.5	(15.9%)
Gross Margin	46.3%	44.2%	+207bps	43.1%	40.2%	+286bps
Operating Expenses	(13.5)	(19.3)	(30.1%)	(24.4)	(32.1)	(23.9%)
Pre-Opening of Stores and Special Items	(0.2)	0.1	n.a.	(0.2)	3.2	n.a.
EBIT	3.3	0.2	1312.9%	0.2	0.6	(62.1%)
(+) Depreciation and Amortization	4.7	7.9	(41.2%)	9.8	13.5	(27.4%)
(+) Pre-Opening of Stores and others	0.2	(0.1)	n.a.	0.2	(3.2)	n.a.
Adjusted EBITDA	8.1	8.1	0.9%	10.2	10.9	(6.6%)
Effect of IFRS16	(3.8)	(3.8)	0.1%	(7.5)	(7.4)	2.1%
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	4.3	4.2	1.6%	2.7	3.5	(24.9%)
Adjusted EBITDA Margin ex-IFRS16	11.7%	9.6%	+210bps	4.6%	4.8%	-21bps

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Adjusted EBITDA	45.3	41.9	8.1%	56.2	55.6	1.1%
Effect of IFRS16	(21.4)	(19.5)	9.6%	(42.4)	(36.5)	16.2%
Adjusted EBITDA ex-IFRS16	23.9	22.4	6.9%	13.8	19.3	(28.6%)
Adjusted EBITDA Margin ex-IFRS16	11.5%	9.7%	+181bps	4.2%	5.1%	-95bps

DIGITAL TRANSFORMATION

In the second quarter of 2025, digital sales of the Pizza Hut, KFC and Frango Assado brands reached R\$325 million, an increase of 56.9% from same period last year, underscoring IMC's constant commitment to innovation, consumer focus and operational efficiency.

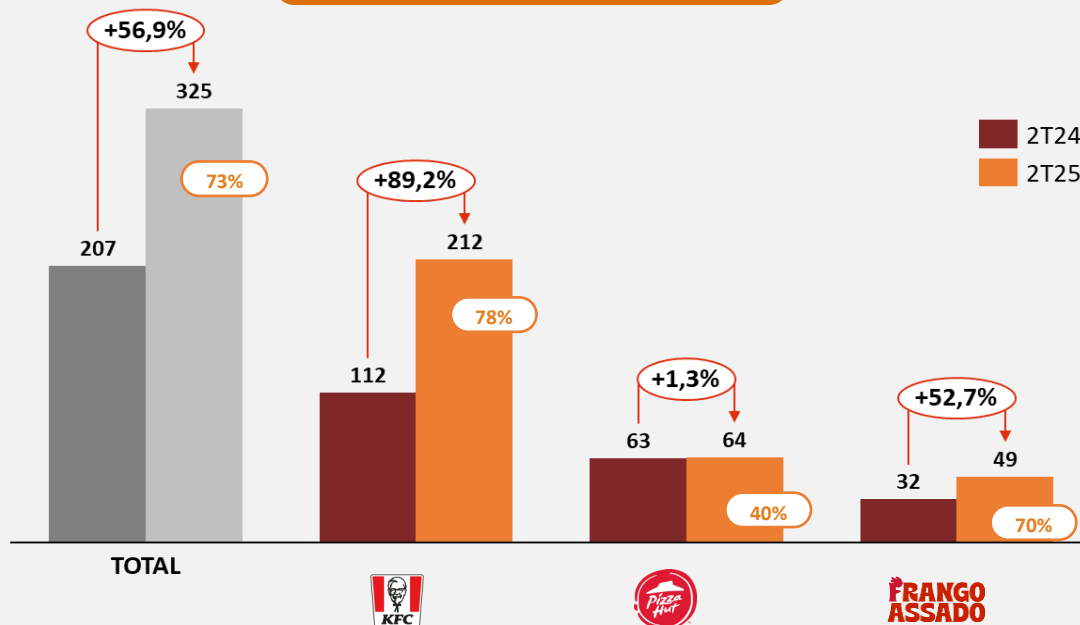
Digital sales of Pizza Hut grew 1.3% in 2Q25, reflecting the initial effects of the maturation of the new app launched in the previous quarter. After a transition period, the channel began to regain traction with greater operational stability and actions aimed at driving engagement, such as the Clube Hut loyalty program and campaigns to encourage new users. At the same time, the Company began testing self-service kiosks at select stores, while expanding digital journey options and strengthening its convenience strategy at the physical points of sale.

Revenue generated by KFC's self-service kiosks grew 133% in 2Q25 compared to the same period in 2024, primarily driven by the channel's increased share, from 42% to 72% of sales in stores with kiosks (excluding delivery). Although the number of units contributed to this performance, the main growth factor was the channel's higher share in the sales mix. Considering the entire operation, kiosks now account for 66% of the brand's sales, reflecting the consistent progress in digitizing the consumer journey and gaining operational efficiency.

At Frango Assado, self-checkout kiosks registered a 53% increase from 2Q24, representing 70% of the physical channel's tickets during the period. The number of unique customers registered in the CRM channel grew 25%, driven by brand awareness initiatives. Progress on these fronts helps expand knowledge about customer profiles and improve the personalization of commercial and promotional actions.

Digital Sales¹

R\$ million



Sales through digital channels as a percentage of total sales in each brand in 2Q25.

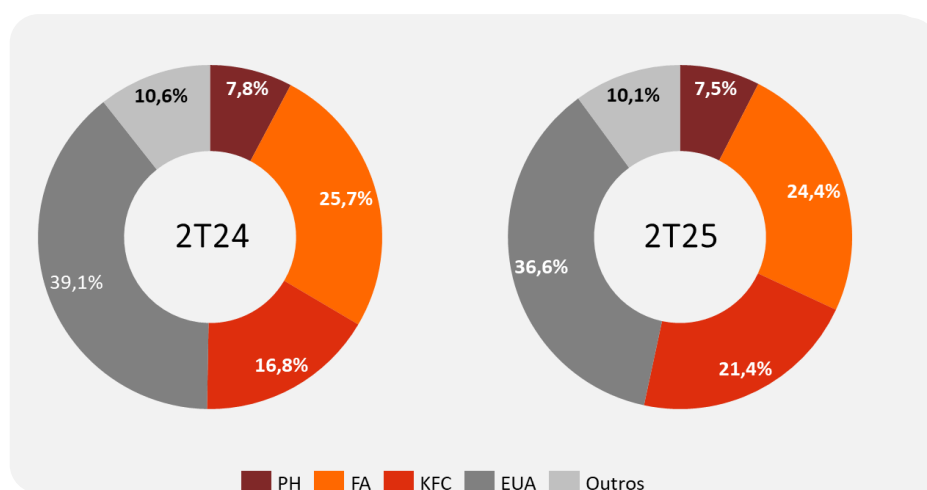
¹ - Digital sales in channels: kiosks, proprietary apps, aggregator apps, loyalty programs, and WhatsApp of KFC, Pizza Hut and Frango Assado brands.

COMMENTS ON PERFORMANCE

In the second quarter of 2025, total system sales—which include gross revenue from own and franchised stores—stood at R\$864.4 million, an increase of 9.5% year over year, reversing the downward trend in the previous quarter and chiefly reflecting the recovery of operations in Brazil.

Consolidated net revenue reached R\$590.8 million in 2Q25, up 3.6% year over year, driven by the 12.6% growth in the Brazilian operations, which partially offset the still negative performance in the United States, where revenue is recovering but still decreased 9.9% (in local currency). It is worth noting that operations in both countries are still impacted by the closure of important units in 2024.

RESULT | *Share of Net Revenue*



RESULT | *Same-Store Sales (SSS)¹*

Same Store Sale (SSS) ¹	2Q25	2Q24
Road	2.7%	-1.5%
Frango Assado - Restaurants	8.0%	-4.3%
Frango Assado – Gas Stations	-1.5%	0.9%
Casual & Mall	9.3%	0.7%
KFC	15.5%	-0.8%
Pizza Hut	1.7%	2.2%
Batata Inglesa	8.3%	5.1%
Vienna Mall	-3.1%	1.6%
Air	13.6%	6.9%
RA Catering	19.3%	9.6%
Air Retail	-2.0%	1.3%
USA	-8.8%	-2.6%

¹ Change in methodology.

Restaurants closed for more than seven consecutive days in a month are no longer excluded from the comparison base

RESULTS and PERFORMANCE | EBITDA

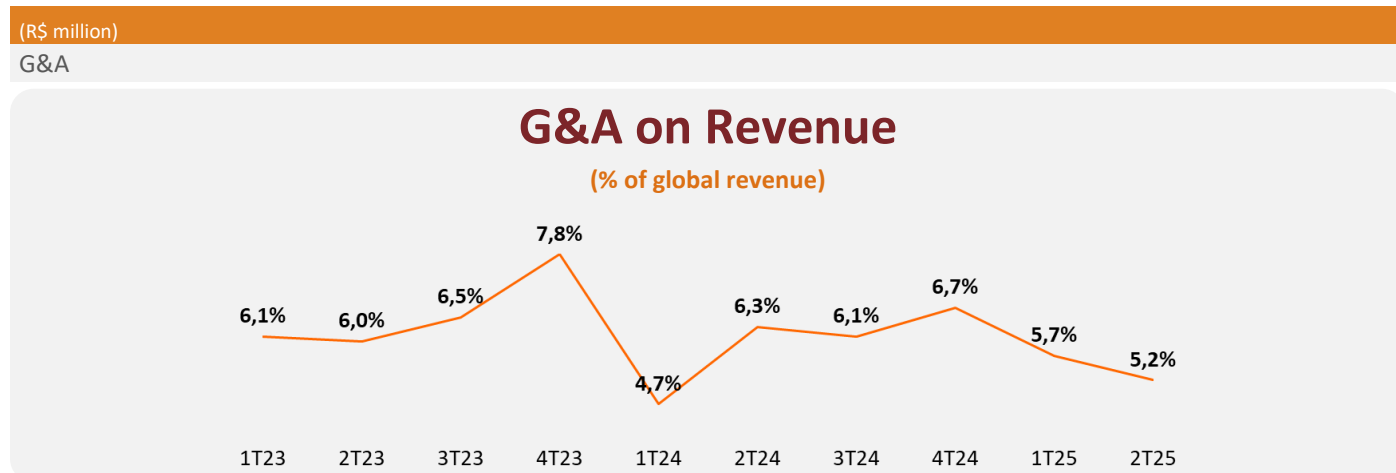
In 2Q25, consolidated adjusted EBITDA totaled R\$69.6 million, down 38.6% from the same period in 2024. This comparison, however, is impacted by a non-recurring effect of R\$47 million in 2Q24 related to the accounting recognition of the expiry of unmaterialized contingencies (PPA) from past acquisitions. Excluding this effect, adjusted EBITDA in the quarter grew 5%.

(R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
NET INCOME (LOSS)	(32,4)	12,2	n.a	(71,1)	(15,7)	353,3%
(+) Income Tax and Social Contribution	8,4	0,1	15734,2%	10,2	(12,2)	n.a
(+) Financial Result	37,5	21,7	73,0%	68,2	45,3	50,6%
(+) D&A	51,1	72,6	(29,6%)	115,4	140,2	(17,7%)
EBITDA	64,5	106,5	(39,4%)	122,8	157,7	(22,1%)
(+) Expenses with Special Items and Others	4,8	5,5	(12,0%)	7,0	(8,6)	n.a
(+) Pre-Opening of Stores	0,2	1,5	-84,1%	1,9	2,2	-11,2%
Adjusted EBITDA	70,7	113,4	(37,6%)	132,9	151,3	(12,2%)

RESULTS and PERFORMANCE | G&A

In the second quarter of 2025, general and administrative expenses (G&A) decreased 14.3% year over year, reflecting the progress made in optimizing corporate structures and in streamlining internal processes to increase efficiency. This reduction also generated a gain in operating leverage, with a 110 bps drop in the share of G&A in relation to consolidated net revenue, which decreased from 6.3% in 2Q24 to 5.2% in 2Q25.

In the year, G&A totaled R\$59.2 million, in line with the same period last year, still impacted by the non-recurring effects in 1Q24, when there was a significant reversal of bonus provisions. The Company remains committed to cost discipline and to redesigning its organizational structure, adjusting the previous size for a more robust operation than the existing one.



RESULT | Investment Activities

During the quarter, the company invested R\$27.9 million, of which R\$11.0 million went to expansion (a part of which was related to the carryover of openings in recent quarters), and R\$16.9 million went to maintenance, renovations, and other projects. Of this amount, a sum of R\$7.3 million from the year's total capex (excluding carryover), attributed to KFC, will be reimbursed by the partner of the brand's new organizational structure.

CAPEX (R\$ million)	2Q25	2Q24	Y/Y	6M25	6M24	Y/Y
Investments in Expansion	11.0	10.1	9.1%	30.2	35.7	-15.3%
Investments in Maintenance, Renovations and Others	16.9	18.5	-8.3%	26.1	32.7	-20.1%
Total Capex	27.9	28.5	-2.2%	56.4	68.4	-17.6%

RESULT | Cash Generation

Operating cash flow improved by R\$3.0 million year-over-year, reaching R\$23.5 million in 2Q25. Year-to-date, operating cash generation totaled R\$45.2 million, an increase of R\$63.2 million. On a pro forma basis—excluding the carry-over effects of Capex from prior years and disregarding investments made in KFC stores—the Company's cash flow would have shown a significant year-over-year improvement of R\$96.2 million in 6M25, reaching R\$41.7 million.

R\$ milhões	2Q25	2Q24	A/A	6M25	6M24	A/A
EBITDA AJUSTADO	70,7	113,4	(37,6%)	132,9	151,3	(12,2%)
Efeito IFRS16	(38,1)	(35,9)	6,2%	(75,8)	(69,3)	9,4%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	32,6	77,5	(57,9%)	57,1	82,0	(30,3%)
(+) Imposto de renda e CSLL	0,0	(0,1)	(100,0%)	0,0	(0,1)	(100,0%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(0,2)	(1,5)	(84,1%)	(1,9)	(2,2)	(11,2%)
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	(6,0)	(5,5)	10,0%	(8,2)	8,6	n.a
(+) Variações nos ativos e passivos op. e outros	(2,8)	(49,9)	(94,4%)	(1,7)	(106,3)	(98,4%)
(=) Fluxo de Caixa Operacional*	23,5	20,5	14,7%	45,2	(18,0)	n.a
(+) Capex	(27,9)	(28,5)	(2,2%)	(56,4)	(68,4)	(17,6%)
(=) Fluxo de Caixa Operacional c/ capex	(4,4)	(8,0)	(45,4%)	(11,1)	(86,4)	(87,1%)
(+) Juros	(19,1)	(19,4)	(1,5%)	(34,3)	(34,6)	(0,8%)
(=) Fluxo de Caixa Livre *	(23,5)	(27,4)	(14,3%)	(45,4)	(121,0)	(62,4%)

R\$ milhões	IMC Ex-KFC			KFC			IMC c/ KFC		
	6M25	6M24	A/A	6M25	6M24	A/A	6M25	6M24	A/A
(=) Fluxo de Caixa Operacional	55,6	3,5	1498,7%	(10,3)	(21,5)	(51,9%)	45,2	(18,0)	(351,4%)
(+) Capex	(35,5)	(47,7)	(25,7%)	(20,9)	(20,7)	1,1%	(56,4)	(68,4)	(17,6%)
(=) Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex	20,1	(44,3)	(145,5%)	(31,2)	(42,2)	(25,9%)	(11,1)	(86,4)	(87,1%)
(+) Ajuste Carry-over	21,6	(10,3)	(310,6%)	20,5	(7,1)	(390,1%)	42,1	(17,3)	(343,1%)
(=) Fluxo de Caixa Operacional c/ Capex Competência	41,7	(54,5)	(176,5%)	(10,7)	(49,2)	(78,2%)	31,0	(103,7)	(129,9%)

NET DEBT

In the second quarter of 2025, the Company's total net debt - including derivative financial instruments recorded after the closing of the KFC deal - was R\$189.8 million, positively impacted by the cash received upon closing the abovementioned transaction.

As already announced, while closing the transaction, the Company received the equivalent of US\$ 12.5 million and also anticipated the receipt of the second installment, originally scheduled for 2027, in the amount of US\$ 22.5 million. As a result, financial leverage ended the period at 1.7x EBITDA LTM (ex-IFRS16), as per the methodology defined in the Company's debt indentures, in line with the defined plan and within the limits established by the covenants.

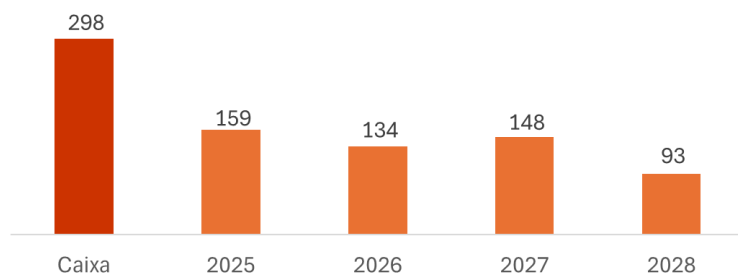
R\$ million	2Q25	1Q25	4Q24	3Q24	2Q24
Loans and Financing	544.7	586.6	578.5	526.9	526.1
(-) Derivative Financial Instruments (long - short)	(57.1)	-	-	-	-
(-) Cash	(297.7)	(194.0)	(217.8)	(175.7)	(181.9)
Net Debt	189.8	392.6	360.7	351.2	344.2
LTM EBITDA ex-IFRS16	109.7	153.9	150.9	151.1	166.3
Leverage	1.7x	2.6x	2.4x	2.3x	2.1x

*2Q24 Cash flow excludes R\$7.0M related to escrow as per the contract signed with YUM for potential legal expenses

RESULT | By Indexer (R\$ thousand)

Instrument	Rate	Debt on 06/30/25
MEAL13 Debenture	CDI + 3.60% p.a.	209,797
MEAL14 Debenture	CDI + 4.20% p.a.	161,664
MEAL15 Debenture	CDI + 4.20% p.a.	60,258
4131	CDI + 2.23% p.a.	33,053
4131	CDI + 2.23% p.a.	54,457
Brad _ Finame	Selic + 3.45% p.a.	32,380
Others		-6,942
Total (R\$):	~ CDI + 3.6%	544,667

RESULT | Principal amortization schedule*



*Considers the B3 futures curve on July 31, 2025 and the schedule of extraordinary amortizations after the closing of the KFC transaction, as negotiated in pre-deal AGDs.



ANNEXES



INCOME STATEMENT | CONSOLIDATED proform

In June 2025, IMC completed the strategic transaction for the sale of control of its KFC operations in Brazil to Kentucky Foods Chile Limitada, through its subsidiary Saboroso Internacional Ltda. The agreement, announced in March and approved by CADE in April, involved the corporate reorganization required to segregate the brand's assets in the country and the renegotiation of the franchise agreement with Yum! Brands. Following the closing, Saboroso acquired a 58.3% stake in Horizonte Restaurantes S.A., while IMC retained 41.7%, maintaining exposure to the brand's growth potential in Brazil.

The total transaction value was set at US\$ 35 million, with US\$ 12.5 million received upfront at closing and the remaining balance fully prepaid through the assignment of receivables. The agreed terms include future call and put options on shareholdings, providing strategic flexibility for both parties. This transaction strengthens IMC's financial position, optimizes capital allocation, and allows greater focus on the development of the other brands in its portfolio.

(em milhares de R\$)	6M25			6M24		
	SEM KFC	COM KFC	Δ	SEM KFC	COM KFC	Δ
NET REVENUE	849.606	1.094.966	245.359	888.329	1.077.199	188.870
COST OF SALES AND SERVICES	(567.837)	(726.525)	(158.688)	(610.735)	(741.637)	(130.902)
GROSS PROFIT	281.769	368.440	86.671	277.594	335.562	57.968
<i>Gross Margin</i>	33,2%	33,6%	35,3%	31,2%	31,2%	30,7%
OPERATING INCOME (EXPENSES)						
Selling, general and administrative expenses	(226.547)	(298.883)	(72.336)	(245.797)	(303.939)	(58.142)
General and administrative expenses	(91.508)	(107.244)	(15.736)	(90.471)	(104.800)	(14.329)
Expense/reversal of estimated loan losses	42.092	41.980	(112)	86.934	85.321	(1.613)
Equity pickup	3.052	3.052	0	5.261	5.261	0
INCOME BEFORE FINANCIAL RESULT	8.858	7.346	(1.512)	33.521	17.405	(16.116)
Net financial result	(63.806)	(68.188)	(4.382)	(42.927)	(45.249)	(2.322)
NET INCOME (LOSS) BEFORE INCOME TAX	(54.948)	(60.842)	(5.894)	(9.406)	(27.844)	(18.438)
Income Tax and Social Contribution	(10.236)	(10.236)	0	12.163	12.163	0
NET INCOME (LOSS) CONTINUING OPERATIONS	(65.183)	(71.078)	(5.894)	2.757	(15.681)	(18.438)
<i>Net Margin</i>	-7,7%	-6,5%	1,2%	0,3%	-1,5%	-1,8%
Income (Loss) from Discontinued Operations	-5.894,00	-	5.894,00	-18.438,00	-	18.438,00
NET INCOME (LOSS) IN THE PERIOD	(71.077)	(71.078)	(0)	(15.681)	(15.681)	(0)
<i>Net Margin</i>	-8,4%	-6,5%	0,0%	-1,8%	-1,5%	0,0%

INCOME STATEMENT | CONSOLIDATED

(em milhares de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
NET REVENUE	462.573	477.792	-3,2%	849.606	888.329	-4,4%
COST OF SALES AND SERVICES	(297.946)	(315.307)	-5,5%	(567.837)	(610.735)	-7,0%
GROSS PROFIT	164.627	162.485	1,3%	281.769	277.594	1,5%
Gross Margin	35,6%	34,0%	1,6 p.p.	33,2%	31,2%	1,9 p.p.
OPERATING INCOME (EXPENSES)						
Selling, general and administrative expenses	(156.992)	(184.683)	-15,0%	(318.055)	(336.268)	-5,4%
Selling and operating expenses	(116.069)	(134.125)	-13,5%	(226.547)	(245.797)	-7,8%
General and administrative expenses	(40.923)	(50.558)	-19,1%	(91.508)	(90.471)	1,1%
Expense/reversal of estimated loan losses	0	0	na	0	0	na
Impairment of assets						
Equity pickup	1.496	2.704	-44,7%	3.052	5.261	-42,0%
Other/operating expenses	3.163	61.991	-94,9%	42.092	86.934	-51,6%
INCOME BEFORE FINANCIAL RESULT	12.294	42.496	-71,1%	8.858	33.521	-73,6%
Net financial result	(34.888)	(20.382)	71,2%	(63.806)	(42.927)	48,6%
NET INCOME (LOSS) BEFORE INCOME TAX	(22.594)	22.114	-202,2%	(54.948)	(9.406)	484,2%
Income Tax and Social Contribution	(8.368)	(52)	na	(10.235)	12.163	-184,1%
NET INCOME (LOSS) CONTINUING OPERATIONS	(30.962)	22.062	na	(65.183)	2.757	-2464,0%
Net Margin	-6,7%	4,6%	-11,3 p.p.	-7,7%	0,3%	-8,0 p.p.
Income (Loss) from Discontinued Operations	- 1.483,00	- 9.866,00	na	- 5.894,00	(18.438)	-68,0%
NET INCOME (LOSS) IN THE PERIOD	(32.445)	12.196	-366,0%	(71.077)	(15.681)	353,3%
Net Margin	-7,0%	2,6%	-9,6 p.p.	-8,4%	-1,8%	-6,6 p.p.

BALANCE SHEET | CONSOLIDATED

(R\$ thousand)	2Q25	2Q24
ASSETS		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	297.723	176.167
Financial investments	0	12.720
Accounts receivable	67.727	101.938
Inventories	49.116	53.246
Other assets and advances	104.206	129.915
Total current assets	518.772	473.986
NON-CURRENT		
Financial investments	-	0
Deferred income tax and social contribution	46.422	66.029
Other assets and investments	334.588	91.395
PP&E	394.100	506.961
Intangible	698.374	928.340
Right-of-use property	486.802	613.987
Total non-current assets	1.960.286	2.206.712
TOTAL ASSETS	2.479.058	2.680.698
LIABILITIES		
CURRENT		
Trade payables	173.510	175.240
Loans, financing and debentures	172.127	72.432
Salaries and social charges	55.642	65.939
Lease liabilities	94.111	104.891
Other current liabilities	41.595	62.242
Total current liabilities	536.985	480.745
NON-CURRENT		
Loans, financing and debentures	372.540	453.663
Provision for labor, civil and tax disputes	86.251	53.372
Deferred income tax and social contribution	35.252	43.343
Lease Liabilities	445.801	557.970
Other liabilities	64.952	34.694
Total non-current liabilities	1.004.796	1.143.042
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Capital stock	1.154.852	1.154.462
Capital reserves	349.993	349.993
Reserve for stock option plan	42.394	42.814
Treasury stock	0	(5.551)
Accumulated losses	(717.739)	(586.064)
Equity valuation adjustments	107.777	101.256
Total Equity	937.277	1.056.910
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	2.479.058	2.680.697

CASH FLOW | CONSOLIDATED

(em milhares de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES						
Profit/Loss from continuing operations	(29.903)	20.823	-243,6%	(65.183)	(9.406)	n/a
Profit/Loss from discontinued operations	- 4.411,00	(8.572)	n/a	- 5.894,00	(18.438)	n/a
Net income/loss in the quarter	(34.314)	12.251	-380,1%	(71.077)	(27.844)	155,3%
Depreciation and amortization (PP&E, intangible assets and right of use)	47.911	43.186	10,9%	111.913	110.825	1,0%
Interest on loans, leases and exchange rate variations	36.205	33.470	8,2%	68.090	61.077	11,5%
Sundry provisions and others	79.360	(31.985)	-348,1%	58.001	(12.584)	-560,9%
Accounts receivable	(36.244)	(479)	7466,6%	(4.474)	4.918	-191,0%
Inventories	(1.122)	1.074	n/a	2.071	3.863	n/a
Trade payables	(20.912)	(9.467)	120,9%	(30.118)	(69.409)	-56,6%
Change in other operating assets and liabilities	(14.440)	18.407	-178,4%	(18.254)	(7.957)	129,4%
Cash generated by operating activities	56.444	66.457	-15,1%	116.152	62.889	84,7%
Income tax and social charges paid	0	(59)	-100,0%	0	(59)	-100,0%
Dividends Received	4.893	4.239	15,4%	6.679	5.683	17,5%
Interest paid on lease liabilities	(1.824)	(7.115)	-74,4%	(12.441)	(15.151)	-17,9%
Interest paid	(20.834)	(19.443)	7,2%	(36.016)	(34.599)	4,1%
Interest paid intercompany loan	1.692	0	0,0%	1.692	0	0,0%
Interest paid on discontinues operational	(4.382)	(2.322)	88,7%	(4.382)	(2.322)	88,7%
Net cash from operating activities	35.989	41.757	-13,8%	71.684	16.441	336,0%
CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES						
Redemption of (investment in) financial investments	0	(575)	n/a	0	(734)	n/a
Asset divestment (M&A activities)	0	1.878	n/a	0	66.674	n/a
Additions of PP&E and intangibles	(6.988)	(7.834)	-10,8%	(35.453)	(47.730)	-25,7%
Additions to the right of use	0	0	0,0%			0,0%
Cash received from the sale of Horizonte	171.966	0	0,0%	171.966	0	0,0%
Receipt of amounts associated with discontinued operations	0	1.201	-100,0%	0	1.201	-100,0%
Additions to property, plant and equipment and intangible assets, net of installment payables related to discontinued operations	(20.915)	(20.683)	1,1%	(20.915)	(20.683)	1,1%
Investment fund used in discontinued operations	0	0	n/a	0	0	n/a
Net cash from investing activities	144.063	(26.013)	-653,8%	115.598	(1.272)	-9187,9%
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES						
Dividend payment	-	0	n/a	-	0	n/a
Payment for business acquisitions	-	-	0,0%	-	0	0,0%
Capital increase (Reduction)	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Treasury stock sold	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Amortization of lease liabilities	(24.040)	(33.202)	-27,6%	(53.219)	(61.577)	-13,6%
New loans	-	-	n/a	-	0	n/a
Payment for business acquisitions	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Government concession	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Loan repayments	(44.560)	(445)	9913,5%	(44.560)	(4.398)	913,2%
Amortization of lease liabilities from discontinued operations	(7.544)	(7.462)		(7.544)	(7.462)	1,1%
Net cash used in discontinued operations	-	0	n/a	-	0	n/a
Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento	(76.144)	(41.109)	85,2%	(105.323)	(73.437)	43,4%
EFFECT OF EXCHANGE RATE VARIATIONS	(159)	3.185	-105,0%	(2.034)	5.276	-138,6%
NET VARIATION IN THE PERIOD	103.750	(22.181)	-567,7%	79.925	(52.992)	-250,8%
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT THE START OF THE PERIOD	193.971	198.348	-2,2%	217.796	229.159	-5,0%
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT THE END OF THE PERIOD	297.721	176.167	69,0%	297.721	176.167	69,0%