



Raport Anual 2022

MAMBricolaj S.A.

Companie listată pe piața SMT-AeRO a Bursei de Valori București

Data Raportului: 24.03.2022

CUPRINS

<i>INFORMAȚII EMITENT</i>	<i>3</i>
<i>DESPRE MAMBRICOLAJ</i>	<i>4</i>
Scrisoare Fondator și Presedinte CA MAMBricolaj	4
Evenimente Importante în perioada de raportare	6
Descriere activitate de bază	8
Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ	9
Angajați	9
Situatia concurentiala	9
Administrarea Companiei și Guvernanța Corporativă	10
MAM la BVB	10
Tendințe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei	10
<i>ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE AN 2022</i>	<i>12</i>
Vânzările în ANUL 2022	12
Structură Vânzări pe Categoriile de produse	13
Situția Rezultatului Global	13
Evoluție Indicatori	14
Situția poziției financiare (bilanț anual)	16
Poziția financiară comparații	15
Analiza Fluxului de numerar	17
Indicatori Lichiditate	19
<i>RISCURILE</i>	<i>20</i>
<i>ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2023</i>	<i>24</i>
Declarație privind prognozele	24
Buget 2023 Obiective și Indicatori	28
<i>DECLARAȚIA MEMBRI CA</i>	<i>26</i>
<i>ANEXA – RAPORTUL AUDITORULUI</i>	<i>29</i>

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport financiar

Tipul raportului	Raport Anual pentru Exercițiul Financiar 2022 conform Regulament ASF nr. 5/2018 ANEXA 15
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 31.12.2022

Informații emitent

Nume	MAMBRICOLAJ S.A.
Cod fiscal	27933834
Număr înregistrare în Registrul Comerțului	J40/599/2011
Sediu social	București, Str. Serii Nr. 6, Sector 2

Informații despre valorile mobiliare

Capital subscris și vărsat la 31.12.2022	846.500 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT AeRO Premium
Caracteristici cheie ale valorilor mobiliare emise de companie la 31.12.2022	8.465.000 acțiuni ordinare cu valoare nominală de 0,1 lei
Simbol	MAM

Detalii contact

Telefon	+40 740 40 98 13
Email	investitor@mam-bricolaj.ro
Website	https://webshop.mam-bricolaj.ro

DESPRE MAMBRICOLAJ

Scrisoare Fondator și Președinte Consiliu de Administrație MAMBricolaj SA

Dragi Acționari,

Anul 2022 a fost un an provocator, complex pentru Mambricolaj și pentru mediul de business în general datorită atât contextului macroeconomic, inflației double digits cât și a crizei energetice.

Avem o maturizare a pieței de bricolaj și a sectorului de amenajări interioare, finisaje și renovări, după 10 ani de creștere spectaculoasă. Investițiilor majore în deschiderea unor noi magazine li s-a adăugat focusul tot mai puternic al companiilor pe comerțul online, un sector extrem de dinamic care a ajuns să reprezinte, peste 5% din cifra de afaceri din zona de bricolaj.

Rezultatele anului financiar încheiat poartă amprenta contextului volatil, dar sunt rezultate bune datorate rezilienței, angajamentului și adaptabilității echipei Mambricolaj, a clienților care ne consideră cea mai bună opțiune pentru produsele și serviciile oferite cât și a investitorilor care au încredere în planurile noastre pe termen mediu și lung.

Creșterile record pe care le-am înregistrat în anii anteriori, double-digit în vânzări s-au temperat, dar prin adaptabilitate și răspuns prompt la dificultăți, păstrăm viabilitatea companiei pentru a livra performanțele de vânzări, lichiditate și profitabilitate în concordanță cu marile provocări economice existente:

- **Cifra de afaceri în 2022** a crescut cu 7.9% față de 2021 (53.1 mil lei), ajungând la 57.3 mil de lei
- **Total venituri în 2022** 57.34 mil lei, +7% față de 2021 (53.57 mil lei)
- **EBITDA 2022** la nivel de companie s-a situat la 3.3 mil lei, în creștere cu 19% față de 2021
- **Creștere neta anuală în numerar +1,8 mil lei**, adică în variație absolută față de 2021, + 6 mil lei
- **Pondere Vânzări Online** în Cifra de afaceri 5.7%, în creștere cu 1.6% vs. Pondere 2021

Operațional, am atins pragul de **323.035 ca și volum de tranzacții la nivel de rețea magazine, (+3.9% vs.2021)** pe un număr de clienți în creștere de la un an la altul, **166.803 (+5% vs. 2021)**. Valoarea **bonului mediu pe client a înregistrat o creștere de 2.6% vs. 2021 (344 lei/client)** și de 3.95% raportată la coșul mediu pe tranzație (**actual 177.5 lei/tranzație comparativ cu 170.7 lei în 2021**).

Scăderea față de obiectivele propuse în bugetul anual respective -10.8% în vânzări și în EBITDA de circa 14% se datorează în primul rând în schimbarea dinamicii de consum a clientului Mambricolaj, reflectată în valoarea bonului mediu și în frecvența de cumpărare actuală versus indicatori estimate. Vânzarea în retail este impactată de descreșterii puterii de cumpărare și a cererii de consum. Complementar inflația și creșterea prețurilor la marfuri, transport, utilități au dus la o creștere accosturilor actuale de operare la nivel de rețea de magazine, în manganitudine mai mare decât estimarea inițială. În același timp contextul concurențial, obiectivul de a reține și fideliza clienții rețelei nu a făcut posibilă transferarea integral a creșterii cheltuielilor în prețul produselor, către consumatorul final, ceea ce a erodat profitabilitatea peste nivelul estimat.

Se observă deja că românii sunt mai prevăzători în privința cumpărăturilor, decizia de achiziție ieșind din zona de impuls. Cumpărăturile pentru casă, pentru amenajarea locuinței, pentru reabilitarea termică și energetică vin după o cercetare a pieței, mai ales pe internet, legată de prețuri, de specificațiile produselor, de calitatea acestora.

Prin menținerea adecvată a raportului calitate- preț pentru produsele și serviciile oferite dorim să le oferim clienților noștri cea mai bună opțiune de cumpărare dar și un motiv de a se întoarce în magazinele rețelei Mambricolaj. Diversificarea gamelor noastre de produse, atât online, cât și disponibilitatea la raft în magazinele fizice rămân un factori importanți de creștere.

Și pentru anul în curs, 2023, incertitudinea rămâne o constantă a sectorului de piață în care operăm dar, în pofida acestor provocări, vom continua să investim în creștere atât la nivel de magazine cât și în online.

Criza reprezintă o selecție naturală, un filtru economic. Ajută brandurile și companiile care au avantaje competitive, profitabilitate și lichiditate bună să câștige distanță relativă față de cele care sunt fragile. Ne planificăm business-ul pe pași organici de creștere ulterioară, astfel încât să luăm head-start-ul atunci când lucrurile mai puțin plăcute se vor așeza. Am convingerea că orice criză înseamnă o oportunitate pentru business-ul nostru.

Prin urmare și în 2023, ne concentrăm pentru a oferi valoare adăugată clienților noștri într-un moment în care aceștia au cea mai mare nevoie.

Ne vom axa pe creșterea vânzărilor (la 61.5 mil lei, +7.3% vs 2022) și a capacității de autofinanțare a companiei (EBITDA estimat la 3.5 mil lei), +8% vs 2022 având în focus următoarele obiective strategice și operaționale:

- creșterea bonului mediu pe client, a ratei de conversie și a gradului de fidelizare
- creșterea cotei de piață în cadrul eșantionului reprezentativ de competitori al sectorului de amenajări interioare, renovări și finisaje
- gestionarea eficientă a marjei comerciale și a costurilor de achiziție marfă
- alinierea costurilor operaționale și a rotației stocurilor la contextul actual al pieței
- implementarea de obiective calitative la nivel de magazine și de procese care să asigure implementarea și trasabilitatea rezultatelor obținute și să completează obiectivele comune, cuantificabile de îndeplinire a țăntelor de venituri și profit.

O altă direcție strategică pentru perioada următoare este sustenabilitatea (ESG), susținut de inițiativele, principiile și modul de lucru pe care dorim să le implementăm concret atât în cadrul companiei cât și în cadrul ecosistemului în care activăm.

În 2022 am implementat **proiectul fotovoltaice în magazinul Ghencea** cu o investiție de peste 150,000 euro și am devenit pro-sumator. Estimăm că în perioada următoare circa 20% din consumul de energie al acestei locații va fi susținut de green energy.

În premieră pentru sectorul nostru și pentru România, am lansat recent prima ediție a unei campanii inovative tip „Rabla”, prin care ne propunem să colectăm produse de bricolaj și accesorii de mobilier uzate. În schimbul acestora, clienții primesc pe loc o reducere de 10% pentru oricâte produse noi similare cu cele vechi vor achiziționa.

Campania ‘Rabla MAMBricolaj’ este destinată atât persoanelor fizice, cât și persoanelor juridice și vine în sprijinul tuturor celor care își doresc schimbarea produselor vechi din locuințe, mai ales datorită beneficiilor pe care un astfel de proiect îl poate avea pentru mediu.

Mambricolaj va continua programul de investiții și în 2023 cu focus pe re-tehnologizare ateliere producție PAL și digitalizare procese la nivel de rețea de magazine. De asemenea, investigăm și evaluăm încrezător, deschiși dar prudenți oportunitățile de parteneriat și M&A care apar și care pot contribui la dezvoltarea sănătoasă a afacerii noastre. Bugetul prezentat pentru anul 2023 nu include efectele determinate de anumite parteneriate/extinderi sau achiziții.

Astfel, cu dorința de a menține aprecierea și încrederea partenerilor și a colaboratorilor noștri de business, ne propunem să continuăm și să perseverăm în abordarea pe termen lung în ceea ce privește relațiile de colaborare și valorile care ne ghidează demersul strategic și execuția la nivel operațional.

Evenimente Importante în perioada de raportare

Distribuire Dividende către acționarii societății

În cadrul AGOA din aprilie 20, 2022, s-a aprobat distribuirea sumei de 1.900.000 lei din profitul nerepartizat al anilor 2018-2019 și fixarea unui dividend brut/acțiune de 0,2246 lei. Acest dividend a fost distribuit în totalitate acționarilor în data de 30 septembrie a anului current prin Depozitarul Central.

Răscumpărare Acțiuni și Stock Options Plan (SOP)

De asemenea, până la sfârșitul lui 2023 compania va defini criteriile de alocare și dorește implementarea unui plan de recompensare a persoanelor cheie din Societate cu acțiuni ale Societății, prin acordarea de opțiuni, „MAM – STOCK OPTIONS PLAN”, cu scopul recompensării fidelității acestora și creșterea a gradului de retenție la nivel de rețea de magazine.

Suținerea programului de Stock Options se va face prin răscumpărarea de către societate a propriilor acțiuni în cadrul pieței AeRo până în iunie 2024, în condiții care vor fi supuse aprobării AGEA din 26 martie 2023.

Contractarea de credite IMM Invest conform aprobării Consiliului de Administrație

- IMM Invest – capital de lucru 1 mil lei – Banca Transilvania – durată 36 de luni
- IMM Invest – capital de lucru 2.5 mil lei – Unicredit Bank – durată 36 de luni
- IMM Invest – investiții 2 mil lei – Unicredit Bank – durată 60 de luni

Scopul creditelor pentru capital de lucru este de a asigura fluiditatea în aprovizionarea cu produse la raft pentru magazine, diversificare gama de produse comercializate cât și pentru a asigura fondul de rulment necesar pentru viitoarele dezvoltări operaționale prin deschiderea de noi locații MamBricolaj.

Scopul creditului pentru investiții este de asemenea destinat pentru dotările și echipamentelor necesare dezvoltărilor pe termen mediu și scurt ale rețelei.

La data acestei raportări, soldul creditele pentru capital de lucru (IMM Invest) trase în cursul perioadei este de 3.499.894 lei. Creditul pentru investiții va fi utilizat în anul 2023 pentru finanțarea programului de investiții bugetat.

De asemenea, Consiliul de Administrație al MamBricolaj va cere Aprobarea AGOA din 26 martie 2022 pentru mandatarea contractării unui plafon generic de 2.5 mil RON sau echivalent în valută, creditare bancară de la instituțiile bancare și de credit, valabil pentru următoarele 12-16 luni în vederea

- re-tehnologizării (utilaje Atelier PAL Luica și Morarilor),
- re-amenajării magazinelor Luica și Morarilor- spațiile de vânzare,
- amenajare și dotare platformă depozitare-logistică
- digitalizării rețelei de magazine și a proceselor centralizate funcționale.

Gradul de îndatorare actual este de 48% raportat la capitalurile proprii și activul net sau 27% raportat la total capital angajat.

Investiție în panouri fotovoltaice Ghencea – finanțată prin leasing financiar pe 3 ani – 150.000 Euro

Investiția este finanțată prin Raiffeisen leasing în proporție de 70% din valoare. Instalația fotovoltaică de pe acoperișul clădirii magazinului Ghencea, va susține estimativ 20% din necesarul mediu de consum anual al magazinului.

Lansare Campania 'Rabla MAMBricolaj' – Februarie 2023

Parte din implementarea conceptului de sustenabilitate la nivel de companie, inițiativa este destinată atât persoanelor fizice, cât și persoanelor juridice și vine în sprijinul tuturor celor care își doresc schimbarea produselor vechi din locuințe, mai ales datorită beneficiilor pe care un astfel de proiect îl poate avea pentru mediu.

Continuarea Proiectului de Succes Școala de Mobilă Mambricolaj

Program dedicat pasionaților de construcția mobilierului pentru uz personal sau meseriasilor care vor să se perfecționeze. Lansat în urma cu zece ani, proiectul **Scoala de Mobila** a adunat până acum 600 de absolvenți, pasionați de bricolaj și DIY.

În 2022, MAMBricolaj a reluat cursurile cu prezență fizică, după ce din cauza pandemiei s-a sistat proiectul devenit unul de tradiție. Lansat în 2013, **Școala de Mobila este un program exclusiv MAMBricolaj**, în cadrul căruia, timp de 12 săptămâni, cursanții vor trece, teoretic și practic, prin toate etapele necesare realizării unui proiect de mobilier, învățând despre materiale și accesorii mobilier, scule și unelte, cât și despre diverse mecanisme. În ianuarie 2023 a demarat o nouă ediție cu audiență maximă.

Structură curentă acționariat Mambricolaj

La data de 31.12.2022 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:

- **Cristian Gavan:** 67,62% din capitalul social
- **Alți Acționari:** 32,38% din capitalul social (din care 2 persoane fizice cu pondere semnificativă > 5% și persoane juridice 0.5032%)

Descriere activitate de bază

Compania are ca obiect principal de activitate comercializarea de mobilă și accesorii mobilier, articole de menaj și fierărie (cod CAEN 4615).

MAMBricolaj a creat un concept nou de magazin, situat la granița dintre bricolajul în mobilă și fabricarea de mobilă, permițând și publicului larg neavizat să participe la construcția propriei mobile, într-un mod similar procurării de mobilă la comandă, dar în condițiile unui raport calitate/preț sensibil mai avantajos.

Acest concept de magazin aduce avantaje competitive multiple comparativ cu magazinele clasice de mobilă (care pun în vânzare mobila standard) dar și comparativ cu varianta de mobilă la comandă:

Avantajele competitive comparativ cu magazinele clasice de mobilă:

- Clientul își proiectează mobila cu ajutorul unui consultant MAMBricolaj, aceasta fiind adaptată perfect restricțiilor de spațiu ale clientului;
- Clientul are la dispoziție o gamă mult mai extinsă de materiale/accesorii/culori decât mobila standard;
- Raportul calitate/preț este mult mai avantajos față de varianta de mobilă standard;
- Clientul participă din perspectiva creativă la crearea propriei mobile, ceea ce duce la crearea unui sentiment de satisfacție după procurarea mobilei;
- Din punct de vedere al eficienței utilizării spațiului magazinului de desfacere, suprafața pentru magazinele MAMBricolaj este mult mai redusă și are ca efect reducerea costurilor fixe pe mp de vânzare;
- Față de magazinele de mobilă standard, MAMBricolaj oferă și posibilitatea procurării de accesorii și materiale și nu numai mobilă propriu-zisă, ceea ce crește semnificativ rulajul magazinelor.

Avantajele competitive comparativ cu varianta mobilei la comandă:

- Varianta de proiectare și execuție de mobilă prin MAMBricolaj este mult mai accesibilă publicului larg, comparativ cu mobila la comandă, pentru care specialiștii sunt greu de găsit;
- Calitatea mobilei produse de micii producători particulari de mobilă nu poate fi garantată calitativ și garanție contractuală;
- Prețul poate fi semnificativ mai mic față de varianta mobilei la comandă;
- Clientul are la dispoziție o gamă mult mai extinsă de materiale/accesorii/culori (peste 11,000 de articole) decât în cazul mobilei la comandă;
- Execuția proiectului este mult mai rapidă în cazul MAMBricolaj comparativ cu mobila la comandă.

MAM Bricolaj pune la dispoziția clienților o gama largă de produse, precum accesorii pentru bucătărie, sisteme dressing, sisteme sertare, sisteme de ridicat, picioare pentru mobilier, profile aluminiu, organe asamblare, mânere, balamale, blaturi, MDF, panouri de pal, canturi, cuiere, saltele, somiere, chiuvețe, console, electrocasnice, galerii, scaune, mese, vopsele sau adezivi. MAM Bricolaj deține un stoc cu peste 11.000 de produse, iar alte 8.000 sunt disponibile la comanda. Toate produsele MAM Bricolaj pot fi achiziționate atât din magazinele fizice cat si online.

Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ

Curent, în 2023, rețeaua MAMBricolaj operează trei magazine și divizia de online:

- **Magazin Luica**, localizat în partea de Sud a capitalei, la adresa de pe Str. Luica nr. 180. Magazinul are o suprafață de 1.500 mp din care 500 mp suprafață de vânzare, 500 atelier producție și 500 depozit. La data de 31.12.2022, magazinul avea un număr efectiv de 44 angajați inclusiv secția PAL.
- **Magazin Morarilor**, localizat în partea de Est a capitalei, pe Șos. Morarilor nr. 2A. Magazinul are o suprafață de 3,570 mp din care suprafață de vânzare este de 2.100 mp. La data de 31.12.2022, magazinul avea un număr efectiv de 44 angajați inclusiv secția PAL.

- **Magazinul Ghencea**, localizat pe str. Prelungirea Ghencea nr. 299-301. Magazinul are o suprafață de 1.500 mp din care suprafața de vânzare este de 1.000 mp. La data de 31.12.2022, magazinul avea un număr efectiv de 20 angajați. Nu operează Atelier propriu de producție ca în cazul celorlalte 2 magazine.
- **Divizia de Online** în continua dezvoltare și creștere are curent 5 angajați
- **Sediul central și funcțiunile de suport** sunt susținute de un număr de 8 angajați, per total numărul efectiv de angajați la nivel de companie la data de 31.12.2022 fiind de 121. Numărul mediu în perioada (2022) este de 122 angajați vs. 119 la nivel de 2021.

Media cheltuielilor cu salariile pe angajat și Indicator productivitate - Evoluție

Lei	2021 12 luni	2022 sem 1	2022 9 luni	2022 12 luni	Variatie 2022 vs 2021
Cheltuielile cu salariile brute ale	8,953,167	4,322,530	6,810,180	8,726,502	-3%
Cheltuieli cu tichete masa	403,856	277,211	432,331	628,790	56%
Contributia unitatii - CAM	296,232	101,266	151,222	188,754	-36%
TOTAL	9,653,255	4,701,007	7,393,733	9,544,046	-1%
Numar mediu angajati	119	121	122	122	3%
Medie cheltuieli salariale/angajat	81,120	39,013	60,480	78,230	-4%
Productivitate/angajat	446,282	230,390	339,633	469,837	5%
% Salarii Venituri realizate	18.2%	16.9%	17.8%	16.7%	-8%

Situația concurențială

Clienții MAMBricolaj sunt atât din domeniul profesioniștilor cât și din sfera publicului larg, strategia companiei ținând constant creșterea numărului de clienți din cea de-a doua categorie prin diversificare gamă produse, prețuri competitive și acces la servicii complementare, cu valoare adăugată.

La nivelul anului 2022, numărul de clienți a crescut cu 5% comparativ cu anul 2021 (număr actual de clienți 166,803), cu o medie a bonului pe client de 344 lei (online și magazine). Creșterea medie față de 2021 a fost de 2.6%.

Conform raportului INSSE și BNR la decembrie 2022, rata medie de inflație a fost de 16.4% cu o creștere accelerată a prețului la gaze și energie +40% și de peste 14.95% pe zona de produse ne-alimentare și servicii.

Principalii competitori ai Mambricolaj sunt companii care au ca obiect de activitate vânzarea de accesorii de mobilier și servicii de cantuire și debitare pal dar și vânzări en-gros sau vânzarea altor produse conexe.

Principalii competitori sunt companii care au ca obiect de activitate vânzarea de accesorii de mobilier și servicii de cantuire și debitare pal dar și vânzări en-gros sau vânzarea altor produse conexe. Competitorii principali al MAMBricolaj includ Regency Company, Trady 2000, Darel Impex, Wooden Tehnic Prod, etc.

Eșantionul reprezentativ al companiilor considerate a fi în piața țintă a competitorilor direcți reprezintă în prezent 70% din piața concurență (bricolaj) cu o creștere confirmată în 2021 de 21.2% comparativ cu anul precedent, și cu o valoare de piață de 503,68 milioane euro, ceea ce duce la 3.1% cotă de piață curentă pentru compania MAMBricolaj SA.

La data acestui raport, creșterea pieței de bricolaj pentru 2022 este cuantificată la single digit, 5-6.5% vs. 2021.

Performanța vânzărilor realizate în 2022 la nivel de magazine MAMBricolaj, 57.3 milioane, +7.9% vs. 2021 vine să consolideze poziția din 2021 a companiei față de eșantionul de competitori față de care se poziționează și să-și mențină sustenabil cota de piață la 3.1% din valoarea acestui eșantion.

Din datele de prospectare și rapoartele de analiză, preconizăm că și în 2023 cererea se va concentra pe soluțiile de consum energetic și pe extinderea programelor de suport tehnic.

Inflația și puterea de cumpărare scăzută a consumatorului final își vor pune amprenta pe bugetul alocat gospodăriilor pe partea de amenajări și reparații, cu impact negative în cerere și priorități de consum.

Diferențierea față de competitori va fi dată de calitatea produselor și serviciilor oferite în raport cu prețurile accesibile. În același timp disponibilitatea la raft, diversificarea, abordarea omnichannel – online și offline cat și oferirea de soluții de finanțare prin rate pentru clienții noștri vor continua să consolideze poziția Mambricolaj ca jucător relevant față de eșantionul de competitori la care se raportează.

Administrarea Companiei și Guvernanța Corporativă

Primul Consiliu de Administrație al MAMBricolaj

Acționarii companiei MAM Bricolaj au votat în cadrul Adunării Generale Ordinare a Acționarilor (AGOA), din 20 aprilie 2022, trecerea de la conducerea prin administrator unic la Consiliu de Administrație format din trei membri. Cristian Găvan, fondatorul și acționarul majoritar al companiei, a fost ales președinte al primului Consiliu de Administrație al MAMBricolaj. Ceilalți doi profesioniști aleși pentru a conduce compania listată de peste un an pe piața AeRo și aflată în plină dezvoltare sunt nume cunoscute din mediul de afaceri, cu experiență relevantă în managementul unor societăți de top în piețele pe care activează, respectiv Mihaela Humelniciu și Romeo Iacob.

Valoarea indemnizațiilor plătite către administratorii companiei a fost în valoare de 494,520 lei inclusiv taxe.

MAM la BVB

Capitalul social curent al SC MAMBricolaj SA este de 846.500 lei divizat în 8.465.000 acțiuni având o valoare nominală de 0,1 lei pe acțiune. Acțiunile Mambricolaj se tranzacționează sub indicativul bursier MAM.

Tendințe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei

La nivelul pieței de bricolaj și de amenajări interioare pot fi observate curent mai multe tendințe cu impact asupra evoluției industriei, afectată ca și volum cerere, marje de profitabilitate și puterea de cumpărare a clientului final.

Recesiunea și instalarea crizei financiare va duce la o creștere a incertitudinii în sectorul în care activăm și va schimba comportamentul clienților pe termen scurt. Piața de accesorii mobilă și amenajări interioare este strâns legată de piața de real-estate și banking.

Trendul actual indică o decelerare a ratei de creștere din ultimii 3 ani și așteptările sunt ca pe bricolaj și segmente de business specifice creșterea față de 2022 să se diminueze substanțial și atunci demersul strategic al anului 2023 pentru companiile din sector va fi ghidat de reziliență:

- ✓ Dificultățile economice generate de inflație, de contextul războiului din Ucraina, de problemele din China, se pot răspândi de-a lungul lanțurilor comerciale, putând genera un efect de amplificare a riscurilor la nivelul întregii economii, mai ales în condițiile vulnerabilităților deja existente

- ✓ Problemele de lichiditate se acutizează pe măsură ce economia frânează. Asistăm deja, în această perioadă, la o încetinire economică în multe domenii, de la construcții la comerț, industrie și servicii, fapt confirmat și de estimările BNR, FMI, Comisia Europeană
- ✓ Scumpirea continuă mărfurilor și a materiilor prime reflectată și în creșterea prețurilor începe să genereze o scădere majoră a cererii atât în rândul companiilor cât și al consumatorului final prin scăderea puterii de cumpărare.
- ✓ Criza mărfurilor și materiilor prime pe lanțul de aprovizionare a dus la creșteri semnificative de prețuri pe unele categorii de produse achiziționate de către MAMBricolaj, cu peste 25-35% comparativ cu anul precedent ceea ce se reflecta direct în marja bruta comercială realizată pe aceste produse (magazine sau pe comandă).
- ✓ Recesiunea și scăderea cererii duce la un război al prețurilor practicate către clienții finali și reconsiderarea programelor actuale de fidelizare și atragere clienți prin alocarea de bugete mult mai mari pentru a păstra același volum de tranzacții.
- ✓ Creșterea prețului la transportul de marfă intern și extern plus a cheltuielilor de logistică aferente manipulării, stocării mărfii
- ✓ Dificultatea de a găsi personal în București și în orașele mari avute în vedere de către rețeaua MAMBricolaj. Creștere semnificativă a nivelului de salarizare și beneficii acordate personalului din magazine raportat la nivelul anului 2022 pentru a susține atât nivelul de retenție adecvat cât și de a atrage oameni noi/ sau lucrători din Asia, necesari pentru a susține dezvoltarea rețelei și deschiderea de noi locații.
- ✓ Accelerarea procesului inflaționist (BNR anunță un nivel de 15.5% anualizat la februarie 2023) ceea ce va duce la un nou val de creșteri de scumpiri pe partea de mărfuri, utilități și servicii pe termen mediu și scurt.
- ✓ Piața actuală concurențială (magazine și online) este dinamică pe segmentul de oferte/ promoții și reduceri de prețuri ceea ce va diminua considerabil pe termen mediu și scurt posibilitatea de a opera creșteri semnificative de prețuri la clienții finali ai rețelei de magazine MAMBricolaj.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE AN 2022

Analiza Performanței Financiare

Vânzările în Anul 2022

Cifra de afaceri realizată în cadrul rețelei de magazine în anul 2022, a fost de 57.32 mil lei, în creștere cu 7,94% față de anul precedent (53.1 mil lei).

Magazinul Luica inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 37.3% din cifra de afaceri totală, înregistrând vânzări nete de 21.38 mil lei, în creștere cu 3,11% vs. 2021. Magazinul Morarilor inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 46.31% din cifra de afaceri realizată, înregistrând vânzări nete de 26.55 mil lei, în linie cu 2021. Magazinul Ghencea, nou deschis la finalul lunii martie 2021, în primul an întreg de operare contribuie cu 10,64%, 6.09 mil lei în cifra de afaceri realizată a anului 2022. De remarcat creșterea diviziei de online cu o pondere actuala in vanzările nete de 5.73%, 3.29 mil lei si o creștere de +49.1% comparativ cu 2021.

Structura Vânzări pe Magazine

	2022 ANUAL	2021 ANUAL	Evoluție %
Magazin Luica	21.386.710	20.740.962	3,1%
Magazin Morarilor	26.546.951	26.512.626	0,1%
Magazin Ghencea	6.098.519	3.644.959	67,3%
Online	3.287.906	2.204.440	49,1%
Total	57.320.086	53.102.987	7.94%

La nivel de buget 2022, compania a estimat o creștere a cifrei de afaceri, la nivel de rețea de pe cele 3 magazine operabile plus divizia de online, de 64.3 milioane de lei, +17,2% comparativ cu 2021. Estimarea s-a dovedit foarte optimistă în contextul actual de piață și economic care a erodat cererea și frecvența de cumpărare a clienților din sectorul DIY și creșterile double digits pe care le-am atins constant în ultimii 5 ani. Și principalii competitori ai MamBricolaj pe segmentul de business în care activează au raportat în perioada creșteri de doar un digit față de 2021, situate într-un interval de 6-7 procente de creștere. Cifra de afaceri realizată în 2022 și creșterea de 7.94% față de 2021 reprezintă o performanță buna a Mambricolaj în raport cu piața în care activează.

Scăderea de 10% față de targetul de vânzări bugetat pentru 2022 a fost reflectată direct, procentual și în scăderea profitului operațional și EBITDA față de țintele bugetate. Marja comercială a fost în linie cu cea bugetată 34.1% raportată la veniturile nete și cheltuielile operaționale mai mici cu 2.1 mil lei față de cele bugetate.

Pondere categorii % vanzari	AN 2021	AN 2022
ACCESORII BUCATARIE	8%	8%
ACCESORII DRESSING	11%	10%
ACCESORII MOBILA	11%	10%
ELECTRICE	4%	4%
FIXARE/BALAMALE	13%	13%
HOME	2%	2%
PANOURI	27%	30%
SERTARE	7%	6%
SERVICII	10%	11%
UNELTE	7%	6%

Structură Vânzări pe Categoriile de produse

Și în 2022, compania a investit continuu în acțiuni de marketing, promovare și oferte pe produse și categorii cu scopul de a stimula creșterea vânzărilor și de a atrage clienți noi și de a-i fideliza pe cei existenți - atât din sfera profesioniștilor cat și a celor pasionați de mobilă, accesorii și bricolaj. Total buget investit în acțiuni de marketing – promovare 1.43 mil lei reprezentand 2.44% din cifra de afaceri anuală.

Numărul de clienți în perioada a crescut cu 5% și valoarea coșului mediu pe clientul Mambricolaj (344 lei) s-a apreciat

cu 2.6% față de 2021 contribuind la atingerea marjei de vânzări bugetate și depășirea pragului de 320,000 de tranzacții la nivel de rețea de magazine.

Începând cu 2021, compania a implementat sistemul de plată în rate (carduri bancare) și credit acordat direct la nivel de rețea magazine cu scopul de a aduce un beneficiu cu plus valoare clienților noștri și de a facilita achiziția de produse cu valoare ridicată sau pentru proiecte de amenajare, design.

Parteneriatele de finanțare sunt încheiate cu Banca Transilvania, Unicredit și Raiffeisen și contribuie la creșterea semnificativă a numărului de tranzacții cu valoare de peste 1.000 lei.

Gama actuală de produse conține în jur de 11.000 de repere. Politica de achiziție sortiment în magazine pune un accent deosebit pe diversificarea furnizorilor pentru produse similare, diminuând dependența de un singur furnizor, chiar dacă acesta oferă produse având un raport calitate-preț bun.

În acest fel se reduce semnificativ riscul asociat unor întreruperi în furnizarea unei anumite categorii de produse și în plus, compania este în măsură să ofere clienților săi o gamă largă și variată de produse de același fel.

Numărul de tranzacții înregistrat în perioadă a fost de 323.035 cu o valoare medie a coșului de 177,2 lei/tranzacție în creștere cu 3,9% față de aceeași perioadă a lui 2021. De remarcat și creșterea tranzacțiilor online în perioadă, +30% vs. 2021 coroborată cu o creștere a bonului mediu la 209 lei.

Baza de clienți a MAMBricolaj este formată în majoritate din clienți de retail (B2C) și profesioniști în domeniu. Conform analizelor și estimărilor companiei, aproximativ 57% dintre clienți sunt utilizatorii finali, în timp ce între 43% sunt consultanți de mobilă/profesioniști/meșteri.

Peste 99.5% din clienți plătesc numerar la plată sau cu cardul, prin urmare compania nu întâmpină dificultăți cu încasările din vânzarea produselor și a serviciilor.

Situația Rezultatului Global

Situațiile financiare individuale aferente exercițiului încheiat la 31 decembrie 2022 au fost auditate de către compania Quota Audit Srl, membru al Camerei Auditorilor Financiar din Romania prin reprezentant legal auditor certificat Nazarie Iosif înregistrat în Registrul Public Electronic cu nr AF 858.

Veniturile din exploatare ale MAMBricolaj au crescut în 2022 cu 7% vs. 2021, ajungând la 53.6 mil de lei. În baza anului 2021 este inclusă vânzarea de utilaje uzate în valoare de 0.471 milioane lei, variația în cifra de afaceri netă fiind de 7.9%, de la 53.10 mil lei la 57,32 mil lei.

Cheltuielile în acest exercițiu financiar au crescut față de 2021 cu 4.04 mil lei și sunt în valoare de 55.51 mil lei (+8% vs. 2021 din care 2.6 mil lei provin din creșterea valorii mărfurilor vandute în perioadă, 0.43 mil lei din amortizări în perioada (ca urmare a investiții semnificative din 2021), cheltuieli cu serviciile, publicitate +0.5 mil lei, utilități și chirii +0.15 mil și 0.15 mil lei alte cheltuieli operaționale.

Cheltuielile financiare sunt în creștere semnificativă, +0.178 mil față de 2021 în principal din creștere rată variabilă la dobanzi (ROBOR) cat și ca urmare a creșterii volumului de credite trase în perioada de raportare (3.9 mil lei vs. 3.4 mil lei la 2021). Gradul de îndatorare raportat la total credite ca proporție din capitalurile proprii la 12 luni a crescut la 48% vs. 43% în 2021 aceeași perioadă.

Cheltuieli de exploatare bugetate pentru 2022 (parte din prognoza declarată pentru investitori) = sunt de 61.80 mil de lei și includ cheltuielile materiale, de marfă vândută cât și cheltuielile general administrative la nivel de rețea inclusiv salarii personal și indemnizații membri CA.

Deviația pozitivă față de buget de 6.36 mil este explicată prin costul cu mărfurile vândute mai mici, 4,2 milde lei ca urmare a vânzărilor mai mici cu 10% în perioadă cat si din descreșterea de 2,1 mil de lei în cheltuielilor general administrative provenită din fondul de salarii (număr angajați mai mic decat cel bugetat

și bonusuri alocate) cât și din diminuarea cheltuielilor de publicitate promovare bugetate, actual corelate cu veniturile din vânzări realizate.

Profitul operațional al perioadei la decembrie 2022 este de 1.91 mil lei în descreștere cu 0.27 mil lei, -13% față de realizat 2021, 2.19 mil lei ceea ce evidențiază că s-au luat măsuri de reduceri de cheltuieli pentru a diminua pe cât posibil și fără risc de întreruperi de operare la nivel de magazine.

Detaliere Variații P&L detaliat în raport cu 2021 - comparative:

Indicatori	AN 2021	AN 2022		Evolutie	% +/-
Cifra de afaceri neta	53,107,575	57,320,088	▲	4,212,513	8%
Productia vanduta	3,334,120	3,956,611	▲	622,491	19%
Venituri din vanzarea marfurilor	51,827,895	55,429,332	▲	3,601,437	7%
Reduceri comerciale acordate	2,054,440	2,065,855	▲	11,415	1%
Alte venituri din exploatare	549,193	104,021	▼	(445,172)	-81%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	53,656,768	57,424,109	▲	3,767,341	7%
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	656,821	698,182	▼	41,361	-6%
Alte cheltuieli materiale	42,915	100,847	▼	57,932	-135%
<i>b) Alte cheltuieli externe</i>	<i>359,088</i>	<i>582,578</i>	<i>▼</i>	<i>223,490</i>	<i>-62%</i>
<i>c) Cheltuieli privind marfurile</i>	<i>34,197,306</i>	<i>36,778,625</i>	<i>▼</i>	<i>2,581,319</i>	<i>-8%</i>
Reduceri comerciale primite	501,094	409,535	▼	(91,559)	-18%
Cheltuieli cu personalul	9,653,255	9,544,046	▲	(109,209)	1%
<i>a) Salarii si indemnizatii</i>	<i>9,357,023</i>	<i>9,355,292</i>	<i>▲</i>	<i>(1,731)</i>	<i>0%</i>
<i>b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala</i>	<i>296,232</i>	<i>188,754</i>	<i>▲</i>	<i>(107,478)</i>	<i>36%</i>
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	970,242	1,402,217	▼	431,975	-45%
Cheltuieli amortizare si amortismente	970,242	1,402,217	▼	431,975	-45%
Alte cheltuieli de exploatare	6,088,672	6,814,347	▼	725,675	-12%
<i>a) Cheltuieli privind prestatiile externe</i>	<i>5,614,864</i>	<i>6,170,191</i>	<i>▼</i>	<i>555,327</i>	<i>-10%</i>
<i>b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;</i>	<i>220,621</i>	<i>195,341</i>	<i>▲</i>	<i>(25,280)</i>	<i>11%</i>
<i>c) Cheltuieli privind calamitatilesi alte evenimente similare</i>	<i>-</i>	<i>-</i>			
<i>d) Alte cheltuieli</i>	<i>253,187</i>	<i>448,815</i>	<i>▼</i>	<i>195,628</i>	<i>-77%</i>
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	51,467,205	55,511,307	▼	4,044,102	-8%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:					
- Profit	2,189,563	1,912,802	▼	(276,761)	-13%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	52,467	74,575	▲	22,108	42%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	200,118	378,136	▼	178,018	-89%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA				-	0%
- Profit	(147,651)	(303,561)	▼	(155,910)	106%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:					
- Profit	2,041,912	1,609,241	▼	(432,671)	-21%
Impozitul pe profit	240,557	242,856	▼	2,299	1%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:					
- Profit	1,801,355	1,366,385	▼	(434,970)	-24%
Nr actiuni	8,465,000	8,465,000			
Profit net pe actiune	0.21	0.16			

Profitul net bugetat la nivel de rețelei de magazine este de 1.8 mil lei mai mare cu 0.46 mil lei față de rezultatul realizat și raportat la nivel de 2022. Profitul net realizat și raportat la decembrie 2022 este de 1.366 mil lei.

Și comparativ și cu perioada anului precedent profitul net raportat la nivel de 2022 este mai mic cu 0.43 mil lei vs. 2021 ca urmare a erodării marjei comerciale de la 35% la 34.1% (creștere prețuri la marfă) dar și a creșterii semnificative la utilități, chirii, transport-logistică și servicii operare, mentenanță la nivel de magazine (impact inflaționist și criza energetică cu creștere de peste 26.5% față de 2021). De asemenea cheltuielile cu dobanzile aproape s-au dublat față de 2021 prin creșterea ROBOR-ului, deviație negativă de 0.17 mil lei vs. 2021.

EBITDA Comparat cu An Financiar 2021

EBITDA se definește ca rezultatul operațional din care se exclud cheltuielile cu amortizarea și amortismentele. EBITDA realizat la 2022 este în valoare absolută de 3.31 mil lei și reprezintă 5.78% din cifra de afaceri a perioadei. EBITDA la nivel de 2021 este de 3.16 mil lei adică 5.9% din cifra de afaceri a lui 2021.

EBITDA operațional ia în calcul doar activitatea de exploatare, excluzând cheltuielile cu amortizarea, vânzările de active, elementele nerecurente și activitatea financiară. EBITDA Operațional Normalizat pentru anul 2021 este de 3,26 mil lei adică 6.1% din veniturile nete realizate la nivel de magazine în 2021.

Gradul de acoperire al dobânzilor (9.6 ori raportată la profitul operațional) cât și valoarea datoriilor purtătoare de dobândă raportate la EBITDA rămân în continuare în parametri buni/permanenți comparativ la media pieței de bricolaj/retail. Trendul actual al utilizării capitalului de lucru coroborat cu creșterea vanzărilor și a lichidității încasărilor asigură gestionarea gradului de îndatorare la 48% raportat la capitalurile proprii) cu 5% în creștere față de rata anului 2021, respectiv 43%.

EBITDA și EBITDA Operațional Normalizat 2022 vs. 2021

Indicatori economico-financiar	AN 2021	AN 2022	Indicatori economico-financiar	AN 2021	AN 2022
EBITDA	3,159,805	3,315,019	EBITDA Normalizat	3,265,829	3,315,019
Marja EBITDA (%)	5.95%	5.78%	Marja EBITDA (%)	6.15%	5.78%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	111.04	116.50	Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	114.77	116.50
Gradul de indatorare	43.0%	48.0%	Gradul de indatorare	43.0%	48.0%

Evoluție Anuala 2022

Indicatori	SEM 1 2022	T3 2022		Evolutie	% +/-	AN 2022		Evolutie	% +/-
Cifra de afaceri neta	27,761,964	41,520,108	▲	13,758,144	50%	57,320,088	▲	15,799,980	38.1%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	27,761,964	41,520,108	▲	13,758,144	50%	57,424,109	▲	15,904,001	38.3%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	27,017,769	40,506,429	▼	13,488,660	-50%	55,511,307	▼	15,004,878	-37%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:									
- Profit	744,195	1,013,679	▼	269,484	36%	1,912,802	▲	899,123	89%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA									
- Profit/Pierdere	(163,384)	(226,960)	▼	(63,576)	39%	(303,561)	▼	(76,601)	-234%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:									
- Profit	580,811	786,719	▲	205,908	35%	1,609,241	▲	822,522	105%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:									
- Profit	496,542	650,558	▲	154,016	31%	1,366,385	▲	715,827	110%

Situația poziției financiare (Bilanț Anual 2022)

Structura poziției financiare

Total Active pe termen lung (imobilizate) = 14,195,090 lei, -3% vs. 2021

Total Active Circulante inclusiv Conturi casa și bănci = 15,591,657 lei, +15% vs. 2021

Datorii pe termen scurt (furnizori, leasing-uri și credite TS) = 8,497,528 lei, în linie cu 2021

Datorii pe termen lung = 5,810,428 lei, +62% vs. 2021

Capitaluri proprii = 15.563.783 lei, -3% vs. 2021

Grad de îndatorare = 48%, +5% vs. 2021

Poziția financiară comparații

La 31.12.2022, valoarea activelor imobilizate a scăzut cu 3%, -0.38 mil lei față de 2021. În această perioadă cea mai importantă investiție este în panourile fotovoltaice la magazinul Ghencea, în valoare de 150.000 euro și care va prelua 20% din consumul de energie mediu anual al magazinului.

Rata de amortizare lunară a înregistrat o creștere semnificativă datorită investițiilor realizate în cursul anului precedent în dotarea cu echipamente/utilaje performante a secțiilor Atelier Morarilor și Luică și al amenajărilor și al dotărilor IT din noul magazin Ghencea și extindere Morarilor.

Imobilizările necorporale sunt în scădere cu 144 mii lei față de perioada a anului trecut și includ fondul comercial, mărci comerciale, licențe, soluții software și alte imobilizări necorporale.

Imobilizările financiare includ garanții comerciale aferente locatarilor spațiilor comerciale pentru magazinele MamBricolaj. Nu sunt mișcări materiale în perioadă.

La 31.12.2022 activele circulante au crescut față de 2021 cu 2.04 mil lei. Cea mai mare contribuție în creșterea la activele circulante este reprezentată de creșterea în cuantumul de cash (+1.8 mil lei vs. 2021).

Creșterea nivelului de stocuri la cost de achiziție la valoarea de 8.15 mil lei este justificată atât prin creșterea prețului de achiziție al produselor (în medie cu peste 15% vs. 2021) dar și de diversificarea a ofertei furnizorilor pentru a asigura disponibilitatea produselor la raft.

Datoriile curente la 31.12.2022, totalul datoriilor pe termen scurt este în linie cu nivelul la final de 2021 și are în principal în structura soldul furnizori (în termen) de circa 4.6 mil, overdraft-ul utilizat în perioadă de circa 1.2 mil lei și obligațiile de plată pe termen scurt pentru contractele de leasing în valoare de 1.27 mil lei (Ghencea și utilaje Morarilor).

Situația datoriilor pe termen lung a înregistrat o creștere de 2.2 mil lei față de nivelul decembrie 2021 – reprezentând plăți leasing utilaje și panouri fotovoltaice pe termen lung dar și o rebalansare în perioadă pe structura de credite folosite (IMM Invest pentru capital de lucru cu rambursare în 36 de luni și cost de finanțare competitiv).

Per total situația datoriilor la 2022 este cu 2.2 mil lei în creștere vs. 2021 în condițiile curente de creșteri de prețuri și ROBOR pentru creditele contractate și utilizate curent.

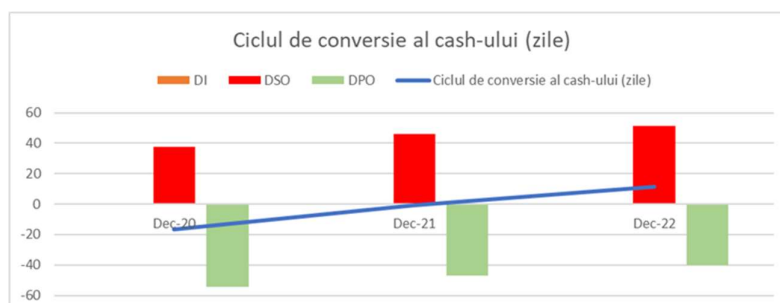
Capitalul propriu la 31.12.2022, indică o descreștere de 0.53 mil lei în perioadă, -3% vs. 2021. În septembrie 2022 s-au acordat dividende acționarilor din profitul reportat al anilor 2018 și 2019 în valoare de 1.9 mil lei. Profitul net realizat în 2022 a fost de 1.36 mil lei sub nivelul sumei distribuite ca dividend. Rentabilitatea capitalului angajat la decembrie 2022 este de 11%, în linie cu decembrie 2021.

Detaliere Structura Creanțe și Datorii la 31.12.2022

DATORII *) Lei	Sold la sfarsitul exercitiului financiar	Termen de exigibilitate			CREANTE Lei	Sold la sfarsitul exercitiului financiar	Termen de lichiditate	
		sub 1 an	1-5 ani	peste 5 ani			sub 1 an	peste 1 an
Total, din care:	14,307,756	8,497,328	5,820,512	0	Total, din care:	279,845	279,845	0
furnizori interni	4,097,361	4,097,361	0	0	Cienti retail	15,030	15,030	0
furnizori externi euro	167,163	167,163	10,084	0	Alte creante cu asig sanatate/concedii med	183,116	183,116	0
efecte de plata la furnizori	571,162	571,162	0	0	TVA neexigibila	51,382	51,382	0
facturi nesoite	73,008	73,008	0	0	Furnizori debitori Stocuri	30,317	30,317	0
contributii asigurari sociale	254,389	254,389	0	0	Furnizori avans imobilizari	0	0	0
datorii in legatura cu personalul	211,782	211,782	0	0				
datorii cu bugetul statului	417,161	417,161	0	0				
TVA neexigibila	0	0		0				
clienti creditor - avansuri comenzi	0	0	0	0				
alte impozite	246	246	0	0				
leasinguri	4,136,658	1,270,585	2,866,073	0				
credite	4,378,725	1,434,370	2,944,355					
dividende	101	101	0	0				

Poziția financiară comparativă

Pozitie Financiară	AN 2021	AN 2022
Pondere active imobilizate AN 2021 vs 20:	51.84%	47.66%
Pondere active imobilizate AN 2020 vs 20:	43.51%	51.84%
Pondere imob corporale 2021/2022	94.7%	95.5%
Pondere active circulante 2021 vs 2022	48.2%	52.3%
Pondere stocuri	49.5%	52.3%
Pondere creante AN 2021/2022	10.9%	1.8%
Pondere creante AN 2020/2021	16.6%	10.9%
Activ net contabil 2021/2022	16,034,668	15,478,791
Activ net contabil 2020/2021	15,389,567	16,034,668
	4.2%	-3.5%



Ciclu de conversie actual 16 zile

Rotație stocuri 71 zile

Credit furnizor 55 de zile

Bilanț ANUAL 2022

Denumire indicator	31.12.2021	31.12.2022	In Total 2022	2022 vs 2021	% -/+
A. ACTIVE IMOBILIZATE					
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	439,522	294,696	1%	- 144,826	▼ -33%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	13,810,150	13,555,787	45%	- 254,363	▼ -2%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	333,128	344,607	1%	11,479	▲ 3%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,582,800	14,195,090	47%	- 387,710	▼ -3%
B. ACTIVE CIRCULANTE					
I. STOCURI	6,712,390	8,149,391	27%	1,437,001	▼ 21%
II. CREANȚE	1,475,964	279,845	1%	- 1,196,119	▲ -81%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	10%	-	— 0%
IV. CASA ȘI CONTURI LA BANCĂ	2,359,416	4,162,421	14%	1,803,005	▲ 76%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	13,547,770	15,591,657	52%	2,043,887	▲ 15%
C. CHELTUIELI ÎN AVANS	103,623	135,052	0.5%	31,429	▲ 30%
TOTAL ACTIV	28,234,193	29,921,799	100%	1,687,606	▲ 6%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	8,502,334	8,497,528	28%	- 4,806	▲ 0%
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	3,593,568	5,810,428	19%	2,216,860	▼ 62%
H. PROVIZIOANE	40,893	40,983	0.1%		
I. VENITURI ÎN AVANS	-	9,077	0%	9,077	▲
J. CAPITAL ȘI REZERVE					
I. CAPITAL, din care:					
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	846,500	846,500	3%	-	— 0%
2. Capital subscris nevarsat	-	-	0%	-	—
3. Patrimoniul regiei	-	-	0%	-	—
4. Patrimoniul institutelor naționale de cercetare-dezvoltare	-	-	0%	-	—
5. Alte elemente de capitaluri proprii	-	-	0%	-	—
II. PRIME DE CAPITAL	7,986,100	7,986,100	27%	-	— 0%
III. REZERVE DIN REEVALUARE	1,498,108	1,498,108	5%	-	— 0%
IV. REZERVE	101,382	101,382	0%	-	— 0%
Actiuni proprii	-	-			
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-			
Pierderi legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-			
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	3,956,870	3,765,308	13%	- 191,562	▼ -5%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	1,801,355	1,366,385	5%	- 434,970	▼ -24%
Repartizarea profitului	92,917	-	0%	- 92,917	-100%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	16,097,398	15,563,783	52%	- 533,615	▼ -3%
TOTAL PASIV	28,193,300	29,912,722	100%	1,719,422	▲ 6%

Analiza Fluxului de numerar

Și la finalul anului 2022 compania a menținut un nivel bun al fluxului de numerar, încheind cu un nivel de lichidități de peste 7.1 mil lei în conturile curente și depozite bancare. Resursele existente și robustețea indicatorilor de lichiditate (în creștere față de 2021) permit în continuare gestionarea adecvată a necesarului capitalului de lucru și de asigurare a aprovizionării constante a mărfurilor la raft în gama și raportul calitate – preț cerute de către clienții MamBricolaj.

Lichiditate curentă 2022 definită prin active curente raportate la datoriile curente = 1.89 vs. 1.6 la 2021

Lichiditate imediată 2022 definită prin active curente mai puțin stocuri raportate la datoriile curente = 0.9 vs. 0.8 la 2021

Variatia Anuala Flux de numerar				
(RON)	An 2021	An 2022	Variatie	
Rezultat net	1,801,355	1,366,385	-434,970	
Amortizare	970,242	1,402,217		
Capital de lucru	-2,311,369	-590,692		
Cash din operare	460,228	2,177,910	1,717,682	▲
Cash din investitii	-2,366,329	-383,351	1,982,977	▲
Cash din finantare	-2,349,589	8,447	2,358,036	▲
Cash net	-4,255,689	1,803,006	6,058,695	▲
Cash la inceput	6,615,005	2,359,416		
Cash la sfarsit	2,359,316	4,162,422		
Depozite	3,000,000	3,000,000		

RISCURI

Gestionarea riscurilor este un element important al strategiei, iar atenția managementului este concentrată pe identificarea riscurilor și incertitudinilor emergente pentru a realiza eficient managementul evenimentelor de risc atât la nivel operațional cât și a riscurilor asociate schimbărilor geopolitice, legislative sau economice.

RISCUL ECONOMIC ȘI POLITIC – activitatea și veniturile companiei pot fi afectate de recesiune, criza financiară și inflația galopantă cu un impact major în operațiuni și profitabilitate. Astfel de condiții macroeconomice și geo-politice nefavorabile pot duce la o creștere a ratei șomajului, reducerea consumului și a puterii de cumpărare, ceea ce ar putea afecta cererea pentru produsele comercializate de companie.

De asemenea, o agravare a situației crizei ucrainene poate avea impact în activitatea pe termen scurt a companiei și poate conduce la întreruperi temporare ale activității la nivel funcțional sau locații (forță majoră sau atacuri cibernetice).

RISCUL DE PREȚ - este asociat schimbărilor posibile, în structura și nivelul prețului bunurilor și serviciilor oferite pe piață de către o companie, ca urmare a variațiilor prețului resurselor utilizate. MAMBricolaj practică o politică de prețuri prin care urmărește modificarea acestora în funcție de evoluția prețurilor pe piață. Nivelul prețurilor practicat este unul competitiv în ceea ce privește concurența pe plan local.

În contextul de piață actual acest risc devine semnificativ și cu impact în marja de profitabilitate a companiei atât prin prisma creșterii prețurilor la marfă și transport – logistica, combustibil cât și a mediului concurențial în creștere care nu dă posibilitatea de a transfera impactul în prețurile de vânzare la clientul final (care va comuta spre oferte mai avantajoase ca și preț).

RISCUL ASOCIAT CU COSTURILE CU UTILITĂȚILE, ENERGIA, GAZE, COMBUSTIBILUL

Creșterea prețurilor la energie și gazele naturale determinată de factori externi are impact în creșterea costurilor de operare la nivel de rețea de magazine și în profitabilitatea companiei.

RISCUL DE CASH-FLOW - acesta reprezintă riscul ca societatea să nu-și poată onora obligațiile de plată la scadență. O politică prudentă de gestionare a riscului de flux de numerar și de angajare cheltuieli implică menținerea unui nivel suficient de numerar, echivalent de numerar și disponibilitate financiară prin facilități de credit contractate adecvat. Modelul de afaceri al companiei, unde toate achizițiile sunt plătite imediat după achiziție, ajută la gestionarea fluxului de numerar.

Compania monitorizează nivelul intrărilor de numerar previzionate din încasarea creanțelor comerciale, precum și nivelul ieșirilor de numerar previzionate pentru plata datoriilor comerciale și a altor datorii. Datele de scadență a datoriilor sunt atent monitorizate iar sumele datorate după expirarea termenelor de plată sunt urmărite cu promptitudine. De asemenea, compania asigură un echilibru între perioada de recuperare a creanțelor, marja comercială realizată în magazine, rotația stocurilor și perioada de plată a datoriilor.

RISCUL DE CREDIT - acesta este riscul ca o terță persoană fizică sau juridică să nu își îndeplinească obligațiile conform unui instrument financiar sau conform unui contract de client, ducând astfel la o pierdere financiară. Compania este puțin expusă riscului de credit din activitățile sale de exploatare (în principal pentru creanțe comerciale externe); probabilitatea de risc poate deriva din activitățile sale financiare, inclusiv depozitele la bănci și instituții financiare, tranzacții de schimb valutar și alte instrumente financiare.

RISCUL DE LICHIDITATE – Riscul de lichiditate reprezintă probabilitatea ca societatea să nu fie în măsură să își onoreze obligațiile curente prin valorificarea activelor disponibile. Riscul de lichiditate este asociat deținerii de active imobilizate sau financiare. Având în vedere modelul său de afaceri, compania a menținut de-a lungul anilor un nivel ridicat de lichiditate și și-a finanțat dezvoltarea atât prin capitaluri proprii cât și prin linii de credit pe termen scurt. Prin urmare, compania menține un balans adecvat între capitalul angajat

valoarea creditelor/ datoriilor pe termen lung. Activele curente acoperă cu peste 80% valoarea datoriilor curente. Gradul de îndatorare la 31.12.2022 a reprezentat 48% din capitalurile proprii ale companiei.

În cazul apariției riscului de lichiditate, compania deține imobilizări corporale – terenuri, utilaje și clădiri în București. Dacă este necesar, emitentul ar putea potențial lichida aceste active. Dacă este cazul și în funcție de urgență, aceste active ar putea fi lichidate la un preț mai mic decât prețul pieței pentru a-și îndeplini obligațiile cu datoriile. Vânzarea activelor operaționale ar putea rezulta în repercusiuni serioase asupra capacităților viitoare de generare a veniturilor companiei.

RIScul ASOCIAT PLANULUI DE DEZVOLTARE A AFACERII – compania considera că are un plan realist de creștere și dezvoltare pe termen lung care, în caz de necesitate, poate fi ajustat corespunzător cu resursele disponibile. De asemenea, o criză financiară, inflaționistă ar putea determina bugete mai mici pentru gospodărie, în consecință reducerea cheltuielilor alocate pentru mobilier, dotare și întreținerea locuințelor și astfel ar duce la scăderea comenzilor și reducerea veniturilor din vânzare a companiei.

Cu toate acestea, chiar și în situația reducerii în ansamblu a cheltuielilor alocate mobilierului, compania este bine poziționată deoarece se adresează publicului larg și oferă și soluții de mobilier mai ieftine decât cele standard.

În anul 2023, Mambricolaj va continua planul de investiții în re tehnologizare, digitalizare și reamenajare spații vânzare magazine. Se vor evalua și opțiunile de expansiune a rețelei după trimestrul 3 al anului 2023 funcție de contextul de piață și cel macroeconomic.

RIScul ASOCIAT CU REALIZAREA PROGNOZELOR - prognozele financiare sunt realizate în cadrul unei analize interne lunare, apoi revizuite la trimestru, aceasta analiză fiind întocmită de directorii de magazine, ulterior aprobată de echipa executivă de management.

Bugetul de venituri și cheltuieli este realizat anual și execuția acestuia este realizată lunar la nivel de magazine și centre de cost. Se analizează variațiile vs. Indicator și se iau acțiuni corective la nivel operațional și strategic/tactic funcție de natura deviațiilor – context intern și de adaptare la piață, efecte macro - economice (inflație, putere de cumpărare). Bugetul privind vânzările ulterioare este realizat într-o manieră prudentă și în baza rezultatelor curente și al contextului actual de piață, însă există riscul de neîndeplinire al acestuia, prin urmare, datele ce urmează a fi raportate de companie pot fi semnificativ diferite de cele prognozate ca rezultat al unor factori care nu au fost prevăzuți anterior sau al căror impact negativ nu a putut fi contracarat sau anticipat la momentul realizării analizei interne.

RIScul PRIVIND CONCURENȚA – intrarea unor noi competitori pe piață sau expansiunea accelerată la nivel național (prin deschiderea de noi locații și acoperire națională) a competitorilor va intensifica concurența și va pune presiune asupra activității desfășurate de companie, având riscul de a înregistra o scădere a veniturilor și a companiei. Pentru a mitiga acest risc, pe termen scurt compania consolidează punctele tari ale firmei (gama largă de produse; raport calitate-preț bine apreciat de client pentru produse s.a.) pentru a crește gradul de fidelizare și de retenție a clienților. Pe termen mediu și lung, compania va continua deschiderea de locații și creșterea canalului de vânzări online pentru a crește numărul de clienți și gradul de acoperire națională.

RIScul PRIVIND DEPĂȘIREA TERMENELOR DE LIVRARE – unele depășiri ale termenelor de livrare periclitează capacitatea de a respecta angajamentul convenit cu clientul și scade astfel satisfacția acestuia și posibilitatea unei noi comenzi din partea acestui client.

Aceste depășiri ale termenelor de livrare pot duce la returnarea mărfii, pierderea clientului și chiar solicitarea de despăgubiri din partea acestuia. Pentru a putea gestiona volumul de livrări și a evita pe cât posibil depășirea termenelor de livrare, compania planifică cât mai obiectiv etapele de furnizare a produselor și serviciilor în baza expertizei și a cunoștințelor organizaționale, punând accent pe coordonarea muncii în echipă cu sprijinul managementului.

RIScul DE SCĂDERE A STANDARDELOR DE SERVIRE A CLIEŢILOR – scăderea standardelor serviciilor oferite clienţilor poate duce la pierderea bunei reputaţii a companiei şi implicit a reducerii numărului de clienţi din magazine, respectiv site-ul online. În vederea menţinerii unor standarde înalte, compania planifică sesiuni de formare cu angajaţii, cursuri de calificare încă de la angajare, pentru a se asigura că vor parcurge toate etapele ale servirii. De asemenea, compania evaluează periodic angajaţii şi desfăşoară instruirii şi discuţii periodice, pentru a avea angajaţi motivaţi, interesaţi şi implicaţi.

RIScul PIERDERII REPUTAŢIEI - este un risc inerent activităţii Emitentului, reputaţia fiind deosebit de importantă în mediul de afaceri, mai ales în cazul în care compania doreşte extinderea activităţii şi în alte zone din Bucureşti sau chiar în alte oraşe.

RIScul PRIVIND ANGAJAŢII – ofertă redusă la recrutarea forţei de muncă cu aptitudini sau calificare în domeniul de activitate al firmei reprezintă un risc pentru companie. Dificultatea angajării, dar şi păstrarea actualei forţei de muncă cu aptitudini în domeniu, reprezintă un risc pentru companie, aceasta putând să întâmpine dificultăţi precum scăderea profitului şi chiar intrarea în insolvenţă.

Pentru a diminua pe cât este posibil acest risc, compania a decis intensificarea acţiunilor de recrutare, dar şi angajarea de personal din Asia mai ales la nivel de Atelier Pal. În cadrul acestui risc, este inclus şi riscul asociat cu persoanele cheie, compania depinzând de recrutarea şi păstrarea personalului din conducere şi a angajaţilor calificaţi. Rentabilitatea pe termen mediu şi lung a companiei depinde, în mare măsură, de performanţa angajaţilor calificaţi, a personalului şi conducerii executive, deosebit de importanţi pentru dezvoltarea sa. Compania are un sistem performant de bonusare şi salarizare fiind peste media companiilor din sector pe majoritatea poziţiilor operaţionale şi funcţionale. De asemenea, Consiliul de Administraţie va implementa până la sfârşitul acestui un program de alocare acţiuni cu titlu gratuit pentru angajaţii cheie (SOP).

RISCURI ECONOMICE GENERALE - activităţile Emitentului sunt sensibile la ciclurile economice şi la condiţiile economice generale. Atât crizele financiare internaţionale, cât şi mediul economic instabil pot avea efecte negative semnificative asupra activităţii, rezultatelor operaţionale şi poziţiei financiare a companiei. Turbulenţele socio şi geo-politice pot, de asemenea, impacta activitatea companiei.

Aceste efecte se pot resimţi şi pe piaţa financiară românească sub forma lichidităţii scăzute a pieţei de capital (barometru al economiei), precum şi printr-o creştere a ratelor de dobândă de finanţare pe termen mediu şi scurt (ROBOR) din cauza crizei globale de lichiditate. Un astfel de scenariu s-ar putea repeta şi eventualele pierderi semnificative suferite de piaţa financiară internaţională, cu implicaţii majore pe piaţa locală, ar putea afecta capacitatea companiei de a obţine împrumuturi sau finanţări noi, în condiţii sustenabile.

RIScul PRIVIND PROTECŢIA DATELOR CU CARACTER PERSONAL – în cadrul activităţii sale, compania colectează, stochează şi utilizează date care sunt protejate de legi privind protecţia datelor cu caracter personal. Cu toate că Emitentul ia măsuri de precauţie în vederea protejării datelor clienţilor, în conformitate cu cerinţele legale privind protecţia vieţii private, mai ales în contextul implementării Regulamentului general privind protecţia datelor (UE) 2016/79 şi în România (începând cu 25 mai 2018), riscurile privind scurgerea de date nu pot fi complet eliminate.

RIScul FISCAL ŞI JURIDIC - compania este guvernată de legislaţia din România şi chiar dacă legislaţia din România a fost în mare parte armonizată cu legislaţia Uniunii Europene, pot apărea modificări ulterioare, respectiv pot fi introduse legi şi regulamente noi, ce pot produce efecte asupra activităţii companiei. Legislaţia din România este adesea neclară, supusă unor interpretări şi implementări diferite şi modificări frecvente. Atât modificarea legislaţiei fiscale şi juridice, cât şi eventuale evenimente generate de aplicarea acestora, se pot concretiza în posibile amenzi sau procese intentate companiei, care pot impacta activitatea emitentului.

RIScul ASOCIAT ALTOR TIPURI DE LITIGII - în contextul derulării activităţii sale, emitentul este supus unui risc de litigii, printre altele, ca urmare a modificărilor şi dezvoltării legislaţiei. Este posibil ca emitentul să fie

afectat de alte pretenții contractuale, plângeri și litigii, inclusiv de la contrapărți cu care are relații contractuale, clienți, concurenți sau autorități de reglementare, precum și de orice publicitate negativă pe care o atrage un astfel de eveniment.

La momentul întocmirii acestui raport, MAMBricolaj S.A. este implicat în următoarele litigii

Dosar penal nr. 6424/P/2021 (6445/P/2021)

Botoghină Marius Petrișor a sustras nejustificat produse din magazin, motiv pentru care societatea a formulat plângere penală prealabilă în legătură cu infracțiunea de furt prevăzută de art. 228 C.pen. în formă continuată. Dosarul se află în faza de urmărire penală.

Dosar nr. 2410/4/2023

Societatea a formulat contestație durată proces conform art.488 ind. 2 CPP în legătură cu dosarul de urmărire penală nr. 6424/P/2021, având în vedere lentoarea cu care se efectuează cercetări. Instanța a admis contestația și a stabilit în temeiul dispozițiilor art. 488 ind. 6 alin. (1) CPP raportat la art. 327 CPP, un termen de 6 luni, de la data hotărârii (15.02.2023), de soluționare de către Parchetul de pe lângă Judecătoria Sectorului 6 București a dosarului nr. 6424/P/2021, înainte de împlinirea căruia nu va putea fi formulată o altă contestație.

Dosar penal nr. 9347/P/2021

Lupașcu Mircea Cornel a sustras nejustificat produse în valoare de 930,59 motiv pentru care societatea a formulat plângere penală prealabilă în legătură cu infracțiunea de de delapidare prevăzută de art. 295 Cpen. raportat la art. 308 C.pen. Dosarul a fost soluționat prin Ordonanță de renunțare la urmărire penală emisă de Parchetul de pe lângă Judecătoria Sectorului 6 București.

Dosar civil nr. 1536/3/2022

Salariatul Lupașcu Mircea Cornel, care a sustras nejustificat o produse din magazin, a contestat decizia de concediere. Dosarul a fost finalizat în faza de fond, fiind respinsă cererea reclamantului. Sentința civilă nu a fost comunicată până la data prezentei.

Dosar civil nr. 21862/197/2022

Societatea a chemat în judecată COMPLEX COMERCIAL BRINTEX S.R.L. care refuză să restituie de bună voie garanția în valoare de 88.750 lei datorate de Pârâtă Reclamantei în temeiul art. 8.8 al Contractului de locațiune încheiat la data de 13.07.2021, garanție achitată de către Reclamantă, conform OP nr 3417 din data de 14.07.2021, precum și penalitățile datorate, calculate în funcție de dobânda legală,

ALTE RISCURİ - investitorii potențiali ar trebui să ia în considerare faptul că riscurile prezentate anterior sunt cele mai semnificative riscuri de care compania are cunoștință la momentul redactării acestui raport. Totuși, riscurile prezentate în această secțiune nu includ în mod obligatoriu toate acele riscuri asociate activității emitentului, iar compania nu poate garanta faptul că aceasta cuprinde toate riscurile relevante. Pot exista și alți factori de risc și incertitudini de care compania nu are cunoștință la momentul redactării raportului și care pot modifica în viitor rezultatele efective, condițiile financiare, performanțele și realizările emitentului și pot conduce la o scădere a prețului acțiunilor companiei. De asemenea, investitorii ar trebui să întreprindă verificări prealabile necesare în vederea întocmirii propriei evaluări a oportunității investiției.

IMPACT ASUPRA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR

Activitatea profesională a MAMBricolaj S.A. nu are un impact asupra mediului înconjurător. Nu exista litigii și nici nu se preconizează apariția de litigii legate de protecția mediului înconjurător.

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2023

Datele de Buget de Venituri și Cheltuieli 2023 prezentate, împreună cu principalele ipoteze pe care compania și-a bazat previziunea se vor supune aprobării de către Adunarea Generală a Acționarilor MAMBRICOLAJ SA din 26.04.2023.

Declaratie privind prognozele

În prezent, Societatea nu are o politică formalizată de prognoze, dar întocmește estimări lunare la nivel de magazine și la nivel de Societate. Aceste estimări sunt revizuite și actualizate periodic de către Societate, fiind adaptate în funcție de situația activității curente și a mediului în care activează. Un factor important este reprezentat de informațiile primite zilnic de la magazine, privind nivelul vânzărilor, a stocurilor și a comenzilor clienților.

Complementar acestor informații, managementul companiei monitorizează constant schimbările din cadrul ecosistemului de business în care operează MAMBRICOLAJ (clienți, furnizori, tendințe prețuri pe anumite categorii de produse, mărfuri prelucrate sau comercializate în carul magazinelor), impactul schimbărilor economice, legislative sau geo-politice (cum este cazul crizei ucrainene).

Prognozele financiare sunt realizate în cadrul unei analize interne săptămânale și lunare, apoi revizuite la trimestru în baza bugetului aprobat, aceasta analiză fiind întocmită de directorii de magazine, ulterior aprobată de echipa executivă de management.

Bugetul de venituri și cheltuieli este realizat anual și revizuit la trimestru funcție de trendul actual al business-ului și parametrii macro-economici, gen inflație, putere de cumpărare. Execuția acestuia este realizată lunar la nivel de magazine și de centre de cost. Se analizează variațiile vs. Indicatorii operaționali de performanță și se iau acțiuni corective la nivel tactic/strategic funcție de natura deviațiilor.

Având în vedere situația internațională, cu războiul din Ucraina, dar și inflația accelerată coroborată cu criza energetică și creșterile de prețuri, credem că piața de construcții, mai ales cea de construcții noi, va fi afectată semnificativ în cursul acestui.

Estimăm că segmentul de piață pe care activăm noi, cel legat de amenajări interioare, accesorii mobilier, finisaje și renovări, va fi însă mai puțin afectat și ne vom putea menține ritmul actual de creștere bugetat pentru anul 2023.

La momentul acestui raport, conducerea compania consideră că are un plan realist de consolidare a poziției de piață pentru 2023 și care, în caz de necesitate, poate fi adaptat și ajustat corespunzător cu resursele financiare și operaționale disponibile. Extinderea rețelei de magazine și investițiile în noi locații rămâne în prioritate dar în corelare și abordare precaută cu volatilității mediului și contextului de criză, stagnare economica în care activăm.

Estimările privind viitorul și anul în curs sunt realizate cu bună-credință de către consiliul de administrație și managementul societății care se bazează pe informațiile curente, dar și pe diverse procese interne de analiză și evaluare rezonabile.

Fundamente Buget Venituri și cheltuieli 2023

- Creșterea cifrei de faceri în cadrul rețelei actuale de magazine cu 7.3% vs 2022, în valoare absolută de la 57,34 mil la 61,55 mil în condițiile unei creșteri a pietei de bricolaj și de mobila/accesorii estimată la 3-4% vs 2022
- Impact creștere preturi de achiziție marfa și impact în costul produselor vândute cu impact în marja comercială – (minus 0.5 puncte în marja comercială)

- Impact creștere prețuri la raft materializată în marja netă 1 punct marja (medie ajustare prețuri 8-10%). Efect net pozitiv în marja brută = +0.5 puncte vs. 2022 adică +1.7 milioane lei
- Impact creștere accelerată Inflație reflectată în creștere cheltuielii servicii terți și alte prestări, preț utilități (+21% vs nivel decembrie 2022), transport marfă – per total cheltuieli exploatare +8.2% vs 2022
- Creștere salarii și număr personal operațional – Ateliere PAL și magazine, funcții support, +12.1% vs 2022 respectiv de la o medie de 122 angajați în 2022 la 125 angajați în 2023
- Investiție constantă în campanii de marketing și oferte pe produs/categorii pentru atragerea de clienți noi și în programe de loializare pentru clienții existenți. Bugetul total de marketing alocat este în valoare de 1.5 milioane lei adică 2.5% raportat la cifra de afaceri bugetată, în creștere cu 7% comparativ cu 2022
- EBITDA estimat la 3.5 milioane lei, +8% vs. 2022 și un Profit Operațional cifrat la 2.18 milioane lei, +14% versus 2022
- Cheltuielile financiare nete prognozate a fi mai mici decât 2022, cu -29% prin efectul net al compensării dobanzilor la credite și leasing-uri cu dobânzile aferente depozitelor cash din bănci
- Targetul pentru 2023 este de a crește profitul net de la 1.36 milioane în 2022 la 1.65 milioane în 2022 cât și profitului pe acțiune, de la 0.16 lei la 0.19 lei
- Menținere grad de îndatorare de maxim 49% raportat la capitalurile proprii/28% raportată la total capital angajat și o rată de acoperire a dobanzilor raportată la EBITDA de minim 10 ori.

Obiective cheie și Direcții de acțiune 2023

- Creștere Segment Online ca și pondere și valoare absolută în cifra de afaceri a companiei, +25% versus 2022 adică de la 3.2 milioane lei la 4.15 milioane lei reprezentând 6.7% din total vânzări
- Consolidare financiară și eficiență operațională la nivel de rețea magazine Mambricolaj materializată printr-o creștere a cifrei de afaceri la 57.4 milioane, +6.3% vs 2022 cu o creștere a profitabilității nete de +20% vs. 2021 (1.6 milioane lei)
- Monetizare și Diversificare Gama produse și servicii, Creștere Productivitate
- Dezvoltare parteneriate cu bancile (UCR, Raiffeisen, BT) și alte instituții de credit (Dateio) pentru diversificarea ofertelor financiare pentru plățile în rate de către clienți cât și de implementare a soluțiilor de pay-back pentru produsele și serviciile achiziționate
- Orientarea către servirea clienților și creșterea calității profesionale a personalului din magazine și la nivel de management operațional.
- Creșterea ratei de conversie la nivel de magazine – număr de vizitatori la client Mambricolaj
- Creșterea bonului mediu pe tranzacție în online cu 10% vs 2022 și per total la nivel de rețea a numărului de tranzacții la peste 345,000

Bugetul și obiectivele propuse pentru anul financiar 2023 au drept scop creșterea solidă a companiei în anii ce urmează, menținând și întărind poziția de piață a companiei pe segmentul de business unde activează.

Mambricolaj va continua programul de investiții și în 2023 cu focus pe re-tehnologizare ateliere producție PAL și digitalizare procese la nivel de rețea de magazine. De asemenea, investigăm și evaluăm încrezători, deschiși dar prudenți oportunitățile de parteneriat și M&A care apar și care pot contribui la dezvoltarea

sănătoasă a afacerii noastre. Bugetul prezentat pentru anul 2023 nu include efectele determinate de anumite parteneriate/extinderi sau achiziții.

Structură BUGET 2023

BUGET VENITURI SI CHELTUIELI 2023					Index	Index
CONT DE PROFIT SI PIERDERE						
LEI	BUGET 2023	ACTUAL 2022	Variatie ABS ACT 2022 vs BDG	% ACT 2022 vs BDG	2023 Buget	2022 Actual
Venituri din servicii	5,868,972	3,956,610	1,912,361	48.3%	10%	7%
Venituri din vz marfuri	57,737,387	55,429,332	2,308,055	4.2%	94%	97%
Reduceri com acordate	-2,056,359	-2,065,855	9,496	-0.5%	-3%	-4%
Alte venituri	0	25,881	-25,881		0%	0%
Venituri din expl. - total	61,550,000	57,345,969	4,204,031	7.3%	100%	100%
Materiale	772,885	491,630	281,254	57.2%	1%	1%
Marfuri	38,792,259	36,806,330	1,985,929	5%	63%	64%
Transport bunuri	682,890	622,527	60,363	10%	1%	1%
Intretinere	268,017	251,423	16,593	7%	0%	0%
Reduceri com primite	-276,975	-409,536	132,561	-32%	0%	-1%
COGS	40,239,075	37,762,374	2,476,701	7%	65%	66%
Marja bruta	21,310,925	19,583,595	1,727,329	8.8%		
%	34.6%	34.1%	0.5%			
Cheltuieli administrative	19,122,238	17,670,792	1,451,446	8%	31%	31%
Chirii	2,394,425	2,299,078	95,347	4%	4%	4%
Energie, apa	691,025	570,519	120,507	21%	1%	1%
Personal	11,253,439	10,038,566	1,214,873	12%	18%	18%
Prestatii externe	2,858,173	2,732,347	125,826	5%	5%	5%
Publicitate	1,528,957	1,431,575	97,382	7%	2.5%	2.5%
Alte prestatii externe	1,329,216	1,301,082	28,134	2%	2%	2%
Alte impozite si taxe	240,560	195,340	45,220	23%	0.4%	0.3%
Alte cheltuieli de expl.	293,200	432,725	-139,525	-32%	0.5%	0.8%
Active cedate	0	0	0		0.0%	0.0%
Amortizare	1,391,416	1,402,217	-10,801	-1%	2%	2%
Cheltuieli din expl. - total	59,361,313	55,433,167	3,928,147	7%	96%	97%
Rezultatul din exploatare	2,188,686	1,912,802	275,884	14%	3.6%	3%
Venituri dobanzi	25,000	53,737	-28,737	-53%		0%
Ven. diferente curs	9,510	21,295	-11,785	-55%		0%
Sconturi primite	0	600	-600	-100%		0%
Venituri financiare	34,510	75,633	-41,123	-54%	0.1%	0.1%
Cheltuieli dobanzi	276,000	199,459	76,541	38%		0%
Ch. diferente curs	104,750	123,816	-19,066	-15%		0%
Sconturi acordate	72,250	55,233	17,017	31%		0%
Cheltuieli financiare	428,000	379,193	48,807	13%	0.7%	0.7%
Rezultatul financiar	-216,590	-303,560	86,970	-29%	0%	-1%
Rezultatul brut	1,972,096	1,609,242	362,854	23%	3%	3%
Impozit	315,535	242,857	72,679	30%	1%	0.4%
Rezultatul net	1,656,561	1,366,385	290,175	21%	2.7%	2.4%
EBITDA	3,580,102	3,315,019	265,083	8.0%		
Numar actiuni	8465000	8465000				
Rezultat net/actiune	0.195695324	0.161415888				

Politicile Contabile

În temeiul art. 468 din O.M.F.P. 1802/2014 cu modificările ulterioare compania prezintă următoarele:

La întocmirea situațiilor financiare anuale, compania nu a avut abateri de la politicile contabile adoptate. Evaluarea posturilor cuprinse în situațiile financiare s-a efectuat în acord cu următoarele principii: continuității activității, permanenței metodelor, prudenței, independența exercițiului, evaluare separată a elementelor de activ și pasiv, intangibilității, necompensării, prevalenței economicului asupra juridicului, pragului de semnificație.

Activele imobilizate sunt prezentate în bilanț la cost de producție sau de achiziție/piață, diminuat cu amortizarea calculată pe durata de funcționare. Amortizarea pentru activele imobilizate a fost calculată conform metodei liniare. Creanțele și datoriile s-au înregistrat la valoarea lor nominală.

Baza de conversie utilizată pentru exprimarea în moneda națională a elementelor de activ și datorii, a veniturilor și cheltuielilor evidențiate inițial într-o monedă străină a fost cursul BNR valabil pentru ziua tranzacției, conform legislației în vigoare.

Rezultatul exercițiului financiar nu este influențat de reguli de evaluare alternative. Principiile contabile asigură furnizarea informațiilor relevante pentru luarea deciziilor și reprezentând fidel rezultatele.

Situațiile financiare se referă la exercițiul financiar 2021 care corespunde anului calendaristic și sunt întocmite în moneda națională, exprimată în lei.

Nu au fost înregistrate angajamente financiare, garanții, active contingente neincluse în bilanț. Compania nu a acordat credite acționarilor în timpul exercițiului financiar analizat și nu a achiziționat acțiuni proprii.

Contabilitatea este condusă conform prevederilor Legii contabilității nr.82/1991 republicată cu modificările și Reglementărilor contabile conforme cu Directiva a IV-a a Comunităților Economice Europene, parte componentă a Reglementărilor contabile conforme cu directivele europene, aprobate prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 1802/2014, cu modificările și completările ulterioare.

Obligațiile față de bugetul statului și bugetele locale respectiv, impozite, fonduri speciale și taxe au fost corect stabilite și vărsate la termenele stabilite.

Raport Anual

Informațiile financiare anuale prezentate în prezentul raportul anual pentru exercițiul financiar al anului 2022 preluate din situațiile financiare anuale întocmite la 31.12.2022 au fost auditate de către Quota Audit Srl reprezentată prin domnul Nazarie Iosif, auditor financiar certificat înregistrat la Camera Auditorilor financiar din Romania, sub nr RPE, AF 858.

La acest raport anual se anexează formularele de raportare financiara (bilanț, Cont de profit și pierdere, date informative, Notele la Bilanțul Anual la 31.12.2022), Raportul auditorului și Declarația administratorilor care sunt parte integrantă a acestui raport anual către Bursa și acționarii societății SC MAMBRICOLAJ SA.

Cristian GĂVAN

Președinte Consiliu de Administrație Mambricolaj SA

DECLARAȚIA CONSILULUI DE ADMINISTRAȚIE

București, 24 Martie 2023

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că situațiile financiare anuale, bilanțul societății pentru exercițiul financiar încheiat la 31 decembrie 2022 redau o imagine corectă și conformă cu realitatea, a activelor, obligațiilor, poziției financiare și a situației veniturilor și cheltuielilor SC MAMBricolaj S.A. și că Raportul anual oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut în exercițiul financiar 2022 și al impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Cristian GĂVAN

Președinte Consiliu de Administrație Mambricolaj