



Raport Anual 2021

MAMBricolaj S.A.

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

Data Raportului: 18.03.2022

CUPRINS

<i>INFORMAȚII EMITENT</i>	3
<i>DESPRE MAMBRICOLAJ</i>	4
Scrisoare Fondator și Administrator Unic MAMBricolaj	4
Evenimente Importante în perioada de raportare	5
Scurt istoric	6
Descriere activitate de bază	7
Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ	8
Situția concurențială	8
Angajați	10
Administrarea Companiei și Guvernanța Corporativă	10
MAM la BVB	10
Tendințe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei	11
<i>ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE AN 2021</i>	13
Vânzările în ANUL 1 2021	13
Structură Vânzări pe Categoriile de produse	13
Structură Marjă Brută % pe Categoriile de produse	14
Situția Rezultatului Global	14
Evoluție Indicatori	17
Situția poziției financiare (bilanț anual)	17
Structura poziției financiare	18
Poziția financiară comparații	18
Analiza Fluxului de numerar	20
Principalii Indicatori Economico-Financiar	Error! Bookmark not defined.
<i>RISCURI</i>	22
<i>ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2022</i>	26
<i>Declaratie privind prognozele</i>	26
<i>Tranzacții Semnificative</i>	30
<i>DECLARAȚIA CONDUCERII</i>	28
<i>ANEXA – RAPORTUL AUDITORULUI</i>	Error! Bookmark not defined.

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport financiar

Tipul raportului	Raport Semestrial pentru Anual 2021 conform Regulament ASF nr. 5/2018 ANEXA 15
Pentru exercițiul financiar	01.01.2021 – 31.12.2021

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 30.06.2021	846.500 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT AeRO Premium
Caracteristici cheie ale valorilor mobiliare emise de companie la 31.12.2021	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 Administrator Unic MAMBricolaj

Dragi Acționari,

Prezentul raport despre realizările și planurile noastre de viitor vine într-un context în care incertitudinea economică, criza energetică și creșterile semnificative ale materiilor prime și mărfurilor din ultima perioadă ca urmare a crizei ucrainene reaprinde temerile legate de o încetinire economică bruscă și inflație mare. Dar istoria ne-a învățat că piețele au ieșit mai puternice din fiecare război care a avut loc în ultimii 100 de ani.

Anul 2021 marchează un moment special pentru noi: MAMBricolaj aniversează 10 ani de activitate pe piața din România și un an de prezență pe piața de capital.

Când am pornit MAMBricolaj am avut un scop clar: să le oferim clienților cele mai bune materiale, accesorii, sfaturi și suport pentru a-și transforma mobila și casa așa cum vor.

Listarea pe piața de capital a fost o decizie foarte bună, pentru că ne-a adus mult mai multă vizibilitate și, pe lângă investitorii care au venit alături de noi, am câștigat foarte mulți clienți și furnizori, care și-au dat seama de calitatea business-ului nostru și de capacitățile companiei.



Cel mai important lucru atunci când ești listat pe bursă este că, fiind o companie auditată, totul este transparent și la vedere, iar investitorii caută transparență și seriozitate ca să vină către tine și să-ți dea din banii lor pentru investiții și dezvoltare. După un an de prezență pe piața AeRO a BVB, alături de partenerii noștri investitori, putem spune că am intrat într-o altă ligă a actorilor economici și suntem azi o companie mai puternică, mai eficientă, mai competitivă în piață și mai încrezătoare în planurile de dezvoltare viitoare.

Cele mai importante momente ale companiei în primii 10 ani de activitate au fost: deschiderea MAMBricolaj Morarilor în 2011, urmat de deschiderea MAMBricolaj Luică din 2015 și achiziționarea primelor utilaje automatizate. Anul 2017 a adus achiziția primului ERP (Nexus) și introducerea de indicatori de performanță (KPIs) pentru angajați. Un alt moment important din activitatea MAMBricolaj a fost achiziția programului IMOS pentru proiectare, dar și introducerea serviciului de proiectare. Anul 2020 a adus un moment important prin achiziția companiei GEOMAM PAL GROUP SRL. În ianuarie 2021, MAMBricolaj se listează la Bursa de Valori București și deschide cel de-al treilea magazin în București, MAMBricolaj Ghencea în martie 2021.

În decembrie 2021 am depășit deja pragul de 300.000 de tranzacții la nivel de rețea magazine și o creștere cu 20% a numărului de clienți cât și a bonului mediu cu 12% în raport cu anul 2020.

În acest deceniu de activitate am fost părtași la schimbările prin care a trecut piața de bricolaj din România și am învățat să ne adaptăm și să evoluăm odată cu ea. Acum, putem spune că MAM Bricolaj a devenit o rețea de magazine și ceea ce ne dorim pentru următorii ani este să continuăm dezvoltarea. Rezultatele anului 2021, care înregistrează o creștere de 34.4% în vânzări față de 2020 (încheiat cu +36% vs. 2019) ne dau încredere în strategia noastră.

În 2022, prioritatea noastră este de consolida poziția actuală a companiei și funcție de evoluția contextului macro-economic, de business să continuăm extinderea rețelei cu o nouă locație fie în București, fie în țară. Pentru următorii ani (2022-2026) avem în plan deschiderea de magazine în mai multe orașe mari din România și operarea unui lanț de 12 magazine cu o cifră de faceri de minim 75 milioane de euro.

Evenimente Importante în perioada de raportare

- 21 ian 2021 – MAMBricolaj a debutat cu succes pe piața AeRO din cadrul Sistemului Multilateral de Tranzacționare al Bursei de Valori București, unde acțiunile sunt tranzacționate sub simbolul bursier MAM
- Ianuarie 2021 – finalizare investiție în extindere spațiu Magazin Morarilor – Etaj 1: noua suprafață totală este de 3.570 mp din care 2.100 mp aferent spațiu de vânzare; s-au listat categorii noi de produse: grupa electrice și Home-Deco. Investiția în extinderea magazinului Morarilor s-a cifrat la circa 0,1 milioane euro în amenajare și 0,25 milioane euro capital de lucru necesar, precum stocuri, personal, marketing, chirii
- Martie 2021 – inaugurare magazine Ghencea-Militari, 1.500 mp și o investiție de 1,65 milioane euro în clădire, teren și amenajare magazine la care se adaugă încă 0,9 milioane euro în capital de lucru necesar – stocuri, personal, marketing, chirii
- Investiții majore în achiziționarea de utilaje/echipamente tehnologice noi în Atelier Morarilor (integrat prin achiziția Geomam PAL Group Srl) și Atelier Luică – 0,325 milioane euro în sistem buy-back cu Raiffeisen leasing și Felder Gruppe Echipamente Srl
- Iunie 2021 – semnare contract de închiriere pentru 10 ani cu Locator Brașov pentru deschiderea noului magazin MAMBricolaj Brașov în octombrie 2021 – 1,26 milioane euro. Noua investiție în magazinul de 1.500 mp se va cifra la 0,5 milioane euro în amenajare și echipamente/utilaje pentru atelier la care se va adăuga un necesar de capital de lucru de circa 0,9 milioane euro – stocuri, personal, marketing, chirii
- Contractarea de linii de credit pentru capital de lucru cu Raiffeisen Bank și Banca Transilvania în valoare de 3,5 milioane de lei necesare pentru aprovizionarea cu marfă și deschiderea noilor magazine. La data acestui raport, suma utilizată este de 0,9 milioane de lei
- Iunie-Iulie 2021 – ASF certifică prin emiterea CIIF, majorarea de capital social cu 6.772.000 acțiuni noi conform AGA din 22.04.2021. Acțiunile noi emise vor fi distribuite în proporție de 4 acțiuni noi emise la 1 acțiune deținută cu un preț de compensare al fracțiilor de 38,68125 lei. Operațiunea de alocare și compensare este în derulare la Depozitarul Central.
- În urma majorării, capitalul social 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
- Octombrie 2021 – Reziliere contract de închiriere cu Locator Brașov, fundamentată pe nerespectarea termenului contractual de predare a spațiului închiriat, ca urmare a înregistrării unor întârzieri operaționale din partea Locatorului. Astfel, având în vedere perioada estimată inițial pentru predare, și în contextul restricțiilor legale impuse de contextul pandemic, administratorul a hotărât renunțarea la această investiție pe fundament de ne-sustenabilitate economică.
- Februarie 2022 – Amânare majorare capital social prin emiterea de noi acțiuni către acționarii existenți justificată prin amânarea deciziei de deschidere a locației Brașov și finanțare capital de lucru din resurse proprii – menținute la nivel adecvat în contextul creșterii vânzărilor pe magazine.
- La data de 31.12.2021 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:
 - **Cristian Gavan:** 67,417% din capitalul social
 - **Alți Acționari:** 32,583% din capitalul social (din care 2 persoane fizice cu pondere semnificativă > 5% și persoane juridice 0.5032%)

Scurt istoric

MAM Bricolaj este un magazin de bricolaj cu un concept unic, un supermarket destinat atât producătorilor de mobilă, cât și persoanelor ce au ca hobby producția de mobilier. Înființat în 2011, MAM Bricolaj a implementat cel mai inovator și comod sistem de achiziționare al materialelor pentru mobilier fiind singurul magazin specializat din domeniu cu autoservire.

MAM Bricolaj pune la dispoziția clienților o gama larga 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, chiuvete, 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.

Primul magazin MAMBricolaj a fost deschis în data de 7 aprilie 2011, acesta fiind deschis în partea de Est a Bucureștiului, pe B-dul Basarabia, într-o zonă ușor accesibilă și la vedere, având o suprafață totală de 800 mp. La început, magazinul oferea profesioniștilor în mobilă o selecție de materiale și accesorii de bază, însă treptat, gama acestora a fost extinsă pentru a satisface cererea în creștere din partea acestora.

Dat fiind faptul că portofoliul de clienți era limitat la profesioniștii de mobilă, compania a căutat soluții pentru extinderea în timp a clientelei, motiv pentru care a inițiat în urmă cu 6 ani un proiect propriu de cursuri de formare profesională pentru pasionații de mobilă – „Școală de mobilă”. Ideea a fost una inspirată deoarece a creat o nouă categorie de clienți fideli, pasionații de mobilă și noi profesioniști în fabricarea de mobilă la comandă, aspect ce s-a reflectat în creșterea vânzărilor de produse. Inițiat ca un proiect pilot, „Școala de mobilă” a devenit o referință pentru specialiștii de mobilă, formând an de an zeci de noi specialiști.

În anul 2014, ca urmare a cererii în creștere, dar identificând oportunitatea extinderii și în alte zone din București, Mambricolaj a deschis cel de-al doilea magazin, de această dată în partea de Sud a capitalei. Prin această extindere, noul magazin a completat activitatea companiei și cu servicii de debitare și cantuire a corpurilor pentru mobilier, ceea ce a adus valoare adăugată mai ridicată a magazinului și acoperind în acest fel mai bine necesitățile profesioniștilor și pasionaților de mobilă.

Mambricolaj a introdus în magazinele proprii și servicii de proiectare mobilă, ceea ce a determinat practic ca orice persoană care dorește să achiziționeze mobilă să poată să se adreseze MAMBricolaj. Astfel, în loc să meargă la un magazin care comercializează mobilă standard, orice persoană putea merge și la MAMBricolaj pentru fabricarea acesteia, beneficiind în același timp de o serie de facilități semnificative:

- proiectarea mobilei în funcție de necesitățile specifice de spațiu ale clientului;
- plierea pe cerințele clienților oferind o gamă extinsă de materiale din care poate să fie făcută mobila dorită;
- preț semnificativ mai bun comparativ cu mobila la comandă sau mobila standard;
- experiența unui nou mod de procurare de mobilă, în care clientul participă activ la procesul de fabricare a acesteia.

Astfel, treptat compania și-a extins grupul de clienți țintă, ajungând să se adreseze într-o măsură din ce în ce mai mare publicului larg, care urmărește să-și achiziționeze mobilă conform cerințelor specifice de spațiu și de calitate a materialelor.

Practic, acest lucru s-a produs și ca urmare a faptului că Mambricolaj a identificat această nouă nișă de piață, neexplorată până la acel moment, la granița dintre industria mobilei și a bricolajului în mobilă, care aduce avantaje concrete clienților comparativ cu modalitățile de procurare de mobile clasice.

La succesul acestei schimbări de viziune a afacerii a contribuit și locația magazinelor, acestea fiind situate în centre cu densitate ridicată a populației, în care predomină persoanele cu venituri medii sau mici, care sunt vizate cu preponderență de către MAMBricolaj.

Cu scopul de a răspunde mai bine acestei noi direcții de dezvoltare a afacerii, în aprilie 2019, Emitentul a decis schimbarea locației primului magazin deschis, fiind vizată atât extinderea spațiului pentru a permite accesul în același timp a unui număr mai ridicat de clienți, dar și pentru extinderea gamei de produse oferite acestora.

Astfel, noul magazin are o suprafață mai mare – de 1,500 mp și a fost deschis tot în partea de Est a capitalei (Magazin Luica). În ianuarie 2021, MAMBricolaj a finalizat extinderea magazinului Morarilor (Sud București) operând acum o suprafață de circa 3.500 mp inclusiv atelierul de producție și depozit marfă. Oportunitatea exploatării de spațiu extins de vânzare s-a concretizat în listarea de categorii noi de produse din zona articolelor electrice și Home Deco.

În martie 2021 s-a lansat Magazinul Ghencea (situat în zona cu același nume), magazin propriu cu o suprafață operabilă de 1.500 mp.

Începând cu anul 2014 compania a lansat și un magazin online - <https://webshop.mam-bricolaj.ro> prin intermediul căruia comercializează materiale și accesorii de mobilier și pentru amenajare casă.

Vânzările online au crescut în pandemie, și reprezintă actual peste 3.7% din cifra de afaceri a rețelei.

Website-ul a avut în primă instanță ca și pentru ceilalți retail-eri din DIY un rol de prezentare, publicitate mai mult decât un rol comercial și asta pentru specificul și nevoile clienților pe segmentul de amenajări și bricolaj este diferit de cel din retail-ul alimentar de exemplu. Clienții care cumpără produse din rețeaua MAM Bricolaj vor să vadă în magazinele de desfacere materialele, să le examineze, studieze atent. Dar contextul pandemic a schimbat aceste nevoi și preferințe cât și modul de a comanda produsele. În cei doi ani, vânzarea în mediul online s-a triplat. La începutul lui 2020, ponderea era sub 1% din totalul vânzărilor în rețea.

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; organizarea spațiului este făcută atât pe orizontală

cât și pe verticală, crescând astfel eficiența și având ca efect reducerea costurilor fixe reflectându-se în cele din urmă în marje de profit semnificativ mai ridicate ale emitentului;

- 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, lucrările fiind de cele mai multe ori făcute la „negru”, ceea ce face imposibil ca respectivii clienți să se poată adresa autorităților în situații de calitate slabă a mobilei fabricate;
- 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.

Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ

Curent, în 2022, rețeaua MAMBricolaj operează trei magazine:

- **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 1.000 mp suprafață de vânzare. La 30.06.2021, magazinul are un număr mediu de 51 angajați.
- **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 30.06.2021, magazinul are un număr mediu de 55 angajați.
- **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 30.06.2021, magazinul are un număr mediu de 16 angajați. Nu operează Atelier propriu de producție ca în cazul celorlalte 2 magazine.

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 nivel de 2021 creșterea numărului de clienți a fost cu 20% mai mare decât în 2020 din care ponderea vânzărilor către clienții din aria publicului larg a avut o creștere de 34% comparativ cu anul precedent.

Volumul de tranzacții în 2021 a atins un număr de 306.726 de tranzacții la nivel de rețea în creștere cu 20,2% față de 2020. Creșterea bonului mediu per tranzacție a reprezentat circa 12% din creșterea cifrei de afaceri a anului 2020, +11.8% vs. 2020.

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 (date financiare valabile la 2020):

Denumire	Nr. magazine	Cod CAEN	Produce	Date financiare 2020
Regency Company SRL	8	4673	Balamale, glisier, sine glisare, pal , cant	CA: 139.1 mil lei Profit net: 4.1 mil lei Marja neta: 3%
TRADY 2000 SRL	11	4690	Holzsurub, glisiera tandem, suport pantaloni, picioare, glisier, sine glisare, pal cant	CA: 102.6 mil lei Profit net: 4.21 mil lei Marja neta: 4%
Darel Impex SRL	3	46	Pal+ blaturi, Accesorii mobilier, Serv debitare si cantuire	CA: 34.65 mil lei Profit net: 0.99 mil lei Marja neta: 3%
WOODEN TEHNIC PROD IMPEX	6	4673	Accesorii de mobilier, pal, blaturi	CA: 84 mil lei Profit net: 2.77 mil lei RON Marja neta: 3%
CASA DI ADRIANO	4	4759	Accesorii de mobilier, pal, blaturi	CA: 16 mil lei Profit net: minus 0.48 mil lei Marja neta: -3%

Eșantionul reprezentativ al companiilor considerate a fi în piața țintă a competitorilor direcți reprezintă în prezent 75% din piața concurentă (bricolaj) cu o creștere confirmată în 2020 de 15,6% comparativ cu anul precedent, și o valoare estimată de piață de 415,5 milioane euro, ceea ce duce la o estimare de minim 2.5% a cotei de piață curentă pentru compania MAMBricolaj SA.

La data acestui raport, estimarea de creștere a pieței de bricolaj pentru 2021 este cuantificată la circa 14.5% și a fost influențată de evoluția prețului pe lanțul de aprovizionare, contextul pandemic dar și de parametrii macroeconomici, puterea de cumpărare la consumatorul final, în scădere în semestrul doi.

Comparativ cu această creștere a pieței pe segmentul de mobilă și accesorii, compania a avut în 2020 o creștere de 36% peste media eșantionului de competitori (venituri și profit net) – calculată la 20% peste 2019, aspect care confirmă potențialul ridicat de creștere pentru afacerile MAMBricolaj SA.

Performanța din 2021 a MAMBricolaj, +34% creștere în cifra de afaceri față de 2020 vine să consolideze poziția companiei față de eșantionul de competitori față de care se poziționează și să-și crească cota de piață având în vedere lichiditatea acestora (nivel scăzut comparativ cu MAMBricolaj) și gradul curent de îndatorare către bănci și alți creditori. Rezultatele anului 2021 și creșterea estimată a pieței de bricolaj susțin menținerea Mambricolaj cu o cotă reprezentativă de piață în eșantionul monitorizat al pieței concurente.

Față de magazinele care vând produse similare (produse laminate, balamale, uși glisante, sertare, etc.) MAMBricolaj înregistrează următoarele avantaje competitive:

- se adresează nu numai profesioniștilor și pasionaților de mobilă ci și publicului larg, prin oferirea de servicii de consiliere, proiectare de mobilă, debitare, găurire asistată de calculator;
- eficiența mai ridicată a utilizării spațiului, reflectată în marje de profit consistente în cazul MAMBricolaj;
- gama extinsă și variată de produse, nedepinzând de vânzările unui anumit tip de produs (11.000 de articole în stoc plus încă 8.000 disponibile pe comandă);
- prezență online activă, prin intermediul site-ului: <https://webshop.mam-bricolaj.ro/>;
- creșterea afacerii a fost organică și a fost susținută atât de capitalul atras de la investitori cât și de o folosire a creditelor bancare; la data bilanțului, compania are un grad de îndatorare – foarte redus față de media pieței competitorilor.

Angajați

Numărul mediu de personal raportat la 31.12.2021 este de 119 de salariați comparativ cu media de 76 înregistrat la nivel de 2020. În septembrie 2020, MAMBricolaj a preluat compania Geomam precum și angajații acesteia, 12 salariați în cadrul Atelier Magazin Morarilor. Pentru Magazinele din Morarilor și Ghencea s-a recrutat personal nou inclusiv pe partea de gestiune, administrare magazine, marketing, personal și TESA – creștere cu 43 de angajați, +56.5% vs. anul 2020.

Numărul curent efectiv de salariați înregistrat la nivel de companie este în creștere cu 20% față de 2020, 127 de salariați la 31.12.2021. Fondul de salarii cumulat pentru 2021 a fost de este de 9,65 milioane de lei. Numărul persoanelor din administrație și conducere – TESA este de 10 și număr personal în rețeaua de magazine este de 111 angajați.

Structura cheltuieli salariale la nivel de an financiar 2021 vs. 2020

Lei	2020	2021	Variatie
Cheltuielile cu salariile brute ale	4,354,303	8,953,167	106%
Cheltuieli cu tichete masa	267,365	403,856	51%
Contributia unitatii - CAM	134,962	296,232	
TOTAL	4,756,630	9,653,255	103%
Numar mediu angajati	76	119	57%
Medie cheltuieli salariale/angajat	62,587	81,120	30%

Indemnizație Administrator UNIC plătită în cursul anului financiar 2021

Valoarea indemnizației plătite către administratorul unic al companiei a fost în valoare de 260.370 lei inclusiv taxe în baza contractului de mandat.

Administrarea Companiei și Guvernanța Corporativă

Compania este administrată de un Administrator Unic, în persoana domnului Cristian Găvan. Administratorul Unic are un mandat de 4 ani, începând cu data de 16.04.2018, reconfirmat și de structura actuală a acționariatului după listarea pe Bursa, piața AeRO.

DI. Cristian Găvan – fondatorul MAMBricolaj S.A. are calitatea de Administrator. Are o experiență de peste 26 ani în industria de mobilier, dar și studii în domeniul fabricării de mobilier în cadrul UCECOM.

Cristian Găvan este interesat mereu de noutățile din domeniu, fiind cel care a introdus acest nou concept de magazin care include supermarket de materiale și accesorii pentru mobilă, bricolaj în mobilă și servicii de proiectare de mobilă, fiind destinat în același timp atât profesioniștilor și pasionaților de mobilă cât și publicului larg (interesat de mobilă la comandă). Cristian Găvan îndeplinește și un rol important de reprezentare, participând anual la târgurile și expozițiile de profil, precum și la conferințe pe teme de marketing și economie, susținând astfel creșterea notorietății brandului atât în rândul clientelei cât și în mediul de afaceri.

Administratorul Unic este și Directorul general al companiei și conduce echipa de management a SC MAMBricolaj SA.

Propunere modificare administrare companie pentru întărirea guvernanței corporative

În cadrul AGEA din aprilie 2022, ca și punct cheie pe ordinea de zi se va propune spre aprobare acționarilor societății formarea unui Consiliu de Administrație din 3 membri din care un membru executiv și doi membri non-executivi. Cadrul de reglementare, numire și remunerare a membrilor consiliului va fi conform Regulament ASF nr 5/ art. 187.

MAM la BVB

În data de 3 septembrie 2020, compania a lansat un plasament privat pentru acțiunile sale. Plasamentul privat a fost închis anticipat în prima zi, la prețul maxim de 20 RON/acțiune, cu o supra-subscriere de 76%. Toate acțiunile oferite au fost subscrise în primele 3 minute ale plasamentului. Un total de 423.000 de acțiuni, respectiv 25% din capitalul social al companiei, cu o valoare nominală de 0,1 lei pe acțiune au fost vândute investitorilor. În consecință, capitalul social al companiei a crescut în 2020 odată cu majorarea, cu 42.300 lei, reprezentând 423.000 acțiuni.

La sfârșitul anului 2020 capitalul social era de 169.300 lei divizat în 1.693.000 acțiuni cu valoare nominală de 0,1 lei.

Acțiunile MAMBricolaj (MAM) au fost admise la tranzacționare pe segmentul SMT-AeRO al Bursei de Valori București în data de 21.01.2021. Aceasta înseamnă că nu a existat nicio activitate de tranzacționare pentru instrumentele financiare emise de companie în cursul anului 2020. Conform deciziei AGA din 22.04.2021 din profitul nerepartizat aferent lui 2020 s-a alocat suma de 677.000 lei pentru majorare de capital și distribuirea de acțiuni cu titlu gratuit acționarilor societății.

În urma operațiunii de majorare, 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. La data acestui raport, prețul acțiunilor Mambricolaj înregistrează un trend pozitiv după perioada de volatilitate crescută ca urmare a impactului negativ derivat din criza ucraineană, cea energetică și inflaționistă. Bursa este primul barometru al economiei – bursele, piețele, magazinele și infrastructura – circuitele economice trebuie să funcționeze pentru demonstra că normalitatea va învinge.

La data de 31.12.2021 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:

- **Cristian Gavan:** 67,417% din capitalul social
- **Alți Acționari:** 32,583% din capitalul social (din care 2 persoane fizice cu pondere semnificativă > 5% și persoane juridice 0.5032%)

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

La nivelul pieței de bricolaj și de amenajări interioare pot fi observate mai multe tendințe cu impact asupra evoluției industriei, precum: creșterea vânzărilor de decorațiuni și amenajări, creșterea pe categoria de mobilier și accesorii (a treia categorie în trend vânzări 2021), costuri scăzute ale produselor ale produselor de bricolaj, cunoștințe minime pentru instalarea acestora, inovația tehnologică și varietatea extinsă a gamei de produse oferite precum și creșterea popularității comerțului online.

- ✓ Volatilitate și riscuri semnificative economice datorate crizei ucrainene, crizei energetice și a combustibilului cât și a inflației galopante în prima parte a anului 2022
- ✓ Scumpirea 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 15-20% comparativ cu lunile precedente – impact în marja bruta realizată pe aceste produse (magazine sau pe comandă).
- ✓ Creșterea prețului la transportul de marfă intern și extern plus a cheltuielilor de logistică aferente manipulării, stocării mărfii

- ✓ Întreruperi în lanțul de aprovizionare de la furnizori și întârzieri în livrarea comenzilor de marfă necesare asigurării unui flux continuu de vânzare pe grupele/categoriile principale de produse
- ✓ Dificultatea de a găsi personal în București și în orașele mari avute în vedere de către rețeaua MAMBricolaj. Creștere semnificativă a nivelului de salarizare a personalului din magazine (peste 20% vs. 2020) 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 (peste 20% estimare BNR pentru semestrul 1, 2022) care va duce la un nou val de creșteri pe partea de mărfuri, utilități și servicii.
- ✓ Piața actuală concurențială este agresivă pe segmentul de oferte/ promoții ceea ce va diminua considerabil pe termen mediu și scurt posibilitatea de a opera creșteri de prețuri la clienții finali ai rețelei de magazine MAMBricolaj.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE AN 2021

Analiza Performanței Financiare

Vânzările în Anul 2021

Cifra de afaceri realizată în cadrul rețelei de magazine în anul 2021, a fost de 53,116 milioane de lei, în creștere cu 34,4% față de anul precedent. Magazinul Luica inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 39.04% din cifra de afaceri totală, înregistrând vânzări nete de 20.74 milioane lei, +10.4% vs. 2020. Magazinul Morarilor inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 54.08% din cifra de afaceri realizată, înregistrând vânzări nete de 28.72 milioane lei, +38.5% vs. 2020 aceeași perioadă. Magazinul Ghencea, nou deschis la finalul lunii martie contribuie cu 6.88%, 3.65 milioane lei în cifra de afaceri realizată pe cele 9 luni de la deschiderea din aprilie 2021.

	2020 AN	2021 AN	Evolutie %
Magazin Luica	18.781.088	20.738.541	10,42%
Magazin Morarilor	20.732.969	28.723.694	38,51%
Magazin Ghencea		3.653.960	
Total	39.514.057	53.116.202	34,42%

La nivel de buget 2021, compania a estimat o creștere a cifrei de afaceri, la nivel de rețea de pe cele 3 magazine operabile, de 66,29 milioane de lei. Contextul pandemic și restricțiile impuse complementate de dificultățile din lanțul de aprovizionare, scăderea puterii de cumpărare datorate inflației galopante în trimestrul 3 și 4 au diminuat creșterea prognozată pe semestrul 2 și la nivel de an 2021 cu 13.18 milioane lei. Chiar și în aceste condiții, față de media de creștere a pieței de bricolaj și accesorii-mobilier, estimată la 14.5% în 2021 față de 2020, creșterea de vânzări de 34.4% vs. 2020 validează performanța companiei și creșterea sustenabilă a rețelei în ultimii 3 ani (medie creștere de peste 33% an de an).

Structură Vânzări pe Categoriile de produse

AN 2020			AN 2021		
Vanzari pe Categoriile	Lei		Vanzari pe Categoriile	Lei	
GrupaProdus	total	% Total vanzari	GrupaProdus	total	% Total vanzari
ACCESORII BUCATARIE	3,399,277.88	9%	ACCESORII BUCATARIE	4,251,625.18	8%
ACCESORII DRESSING	4,405,712.55	11%	ACCESORII DRESSING	5,664,221.04	11%
ACCESORII MOBILA	4,674,484.82	12%	ACCESORII MOBILA	5,655,290.39	11%
ELECTRICE	1,244,034.70	3%	ELECTRICE	1,921,447.13	4%
FIXARE/BALAMALE	5,655,554.23	14%	FIXARE/BALAMALE	7,096,168.34	13%
HOME	992,794.00	3%	HOME	1,323,475.54	2%
PANOURI	9,863,391.85	25%	PANOURI	14,289,143.37	27%
SERTARE	2,907,656.07	7%	SERTARE	3,894,802.34	7%
SERVICII	3,644,131.00	9%	SERVICII	5,545,055.02	10%
UNELTE	2,727,019.89	7%	UNELTE	3,474,974.02	7%
total	39,514,056.97	100%	total	53,116,202.37	100%

În anul 2021, compania a investit continuu în acțiuni de marketing și oferte/promoții avantajoase și programe de loializare pentru clienți MAMBricolaj. Bugetul alocat a fost de 1.2 mil lei, în creștere cu peste 0.5 mil lei față de 2020. Numărul de clienți a crescut cu peste 20% și valoarea coșului mediu pe clientul Mambricolaj s-a apreciat cu 12.5%. În decembrie 2021, rețeaua de magazine a atins pragul de 306.000 tranzacții.

Începând cu iunie 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 și Unicredit 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.

Indicatori Operaționali

Indicatori Operaționali 2021	Magazin Luica	Magazin Morarilor	Magazin Ghencea	Retea MAM Bricolaj
Numar Magazine Total	1	1	1	3
Numar Magazine Retea	1	1	1	3
Venituri retail pe m ² in Lei - suprafata vanzare magazin				15,417.0
Marja comerciala pe magazin si retea LY (2020) in Lei	6,645,922	6,560,207	0	13,206,130
Marja comerciala pe magazin si retea ACT (2021) in Lei	7,410,462	10,656,754	1,333,153	19,400,369
% Marja comerciala din Vanzare neta 2020	35.4%	31.6%		33.4%
% Marja comerciala din Vanzare neta 2021	35.7%	37.1%	36.5%	36.5%
Variatia Marja comerciala (2021) vs. (2020)	0.3%	5.5%	36.5%	3.1%
Productivitate pe angajat ACT (2021) in Lei				445,108
Productivitate pe angajat LY (2020) in Lei				415,937
Variatie productivitate per angajat (2021) vs. (2020)				7%

Numărul de tranzacții înregistrat în perioadă a fost de 306.726, în creștere cu 20,2% față de anul 2020 și o valoare medie a coșului de 173,2 lei/tranzacție în creștere cu 11,8% față de 2020. De remarcat și creșterea tranzacțiilor online în perioadă, circa 12.259 cu o valoare medie de 191 lei pe tranzacție.

Baza de clienți a MAMBricolaj este formată în majoritate din clienți de retail (B2C) și profesioniști în domeniu. La nivel de an s-a înregistrat o creștere semnificativă a numărului de clienți noi vs. 2020, 14760 de clienți noi; per total avem peste 88.000 care au trecut pragul magazinelor MAMBricolaj în anul 2021.

Conform analizelor și estimărilor companiei, aproximativ 52% dintre clienți sunt utilizatorii finali, în timp ce între 48% sunt consultanți de mobilă/profesioniști/meșteri. Peste 98.5% din clienți plătesc numerar la plată sau cu cardul, prin urmare compania nu întâmpină dificultăți cu încasările din vânzarea produselor.

Situația Rezultatului Global

Situațiile financiare individuale aferente exercițiului încheiat la 31 decembrie 2021 au fost auditate de către compania Quota Audit Srl, membru al Camerei Auditorilor Financiar din România prin reprezentant legal auditor certificat Nazarie Iosif înregistrat în Registrul Public Electronic cu nr AF 858.

Veniturile din exploatare ale MAMBricolaj au crescut în anul 2021 cu 34%, ajungând la 53,65 milioane de lei, din care 53,107 milioane de lei reprezintă cifra de afaceri, iar 0,55 milioane de lei alte venituri din vânzarea de utilaje uzate. Comparativ cu bugetul anului 2021, compania nu și-a îndeplinit ținta propusă de 66.3 mil lei pentru veniturile estimate la nivel de rețea existentă. Variația negativă raportată la nivel total venituri, Actual vs. Buget este de 12.7 mil.

Cheltuielile în această perioadă au crescut față de anul 2020 cu 15,7 milioane lei și sunt în valoare de 51,46 mil lei (+44% vs. 2020 din care 51% variabil la veniturile realizate și 25% din investițiile perioadei care se vor amortiza în 12-16 luni).

Total Cheltuieli de exploatare bugetate pentru 2021 (parte din prognoza declarată pentru investitori) = 60,53 milioane de lei și includ cheltuielile materiale, de marfă vândută cât și cheltuielile general administrative la nivel de rețea inclusiv salarii personal.

Deviația favorabilă față de buget de 9.07 mil este explicată prin costul cu mărfurile vândute mai mici, 8.2 mil lei ca urmare a ne-realizării țintei de vânzări și economiei în cheltuielile de personal-administrative de 0.8 mil lei.

Profitul operațional bugetat la nivel de rețea magazine operabile actual a fost în valoare de 6,10 mil lei. Profitul operațional realizat în anul financiar 2021 este de 2,19 mil lei.

Deviația negativă față de buget este de 3.91 mil lei, deviație influențată de contextul pandemic, criza pe lanțul de aprovizionare, puterea de cumpărare în scădere.

În acest context acoperirea nivelului de investiție în noul magazin Ghencea se va face în 16-18 luni. Impactul neamortizării investiției din magazinul Ghencea în primul an de operare contribuie cu circa 1.2 mil lei din deviația negativă a profitului operațional actual comparativ cu bugetul.

Detaliere Variații în raport cu anul 2020:

- Creștere vânzări cu 34.4% vs. 2020 – impact în cheltuieli marfă și materiale de 7,88 milioane lei
- Creștere număr de personal de la 76 medie în 2020 la 119 medie salariați în 2021 prin preluarea personalului și al companiei Geomam PAL în trimestrul 4 2020 – impact 0,748 mil lei - și prin deschiderea noului magazin MAMBricolaj Ghencea – impact în cheltuieli de personal 1,75 mil lei
- Creștere salarii baza 2020 vs. 2021 – impact în cheltuieli de personal cu inclusiv colaboratori 2,28 milioane lei
- Creștere alte cheltuieli de exploatare 2.91 milioane lei din care:
 - 0,52 mil datorează extinderii magazinului Morarilor Etaj 1 și chiriei suplimentare,
 - 0,51 mil cheltuieli servicii operaționale și utilități, taxe și impozite magazin nou Ghencea
 - 0,7 mil amortizare suplimentară din investiții amenajări, utilaje, clădiri proprii a
 - 0,55 mil din creștere cheltuieli marketing – publicitate pentru susținerea creșterii cifrei de afaceri și a creșterii numărului de clienți pe magazine,
 - 0,65 mil cheltuieli cu pregătire personal și prestări colaboratori/terți

Rezultatul operațional (EBIT) al anului 2021 este de 2,189 milioane lei vs. 4,320 mil în 2020 – deviație negativă de 2,130 mil lei, -49% explicată prin creșterea cheltuielilor din exploatare ca urmare a extinderii și dezvoltării rețelei de magazine.

Rezultatul net al anului 2021 este de 1,801 lei vs. 3,606 lei în 2020, -50% vs. 2020

EBITDA și EBITDA NORMALIZAT

EBITDA se definește ca rezultatul operațional din care se exclud cheltuielile cu amortizarea și amortismentele. EBITDA 2021 este în valoare absolută de 3.16 mil și reprezintă 5.95% din veniturile nete la nivel de 2021.

EBITDA operațional ia în calcul doar activitatea de exploatare, excluzând cheltuielile cu amortizarea, vânzările de active, elementele nerecurente și activitatea financiară. EBITDA Operațional pentru 2021 este de 3.28 mil lei adică 6.2% din veniturile nete realizate la nivel de magazine în 2021 (total venituri nete 53,1 mil lei).

EBITDA normalizat în valoare absolută și ca % din veniturile realizate elimină din baza de comparație cu perioadele precedente elementele cu impact derivate din creșterea și extinderea rețelei de magazine cât și din cea din activitatea de M&A (cazul Geomam PAL preluat în Q4 2020).

EBITDA normalizat în valoare de 4,92 mil lei reprezintă 9.3% din veniturile realizate în 2021 comparativ cu 4.6 mil lei realizat în 2020 și care reprezintă 11,51% din veniturile realizate în anul precedent. În valoare absolută, valoarea EBITDA normalizat indică o creștere față de 2020 (an pe an) fără efectele de ajustări nerecurente de +0.325 mil lei.

Variația procentuală derivă în cea mai mare parte din creșterea masei salariale și aducerea salariilor la nivelul pieței pentru personalul deja existent din magazinele Morarilor și Luica dar și din cheltuielile nerecurente efectuate pentru investiția în Ghencea și Morarilor cât și a listării pe bursa.

Gradul de acoperire al dobânzilor și valoarea datoriilor purtătoare de dobândă raportate la EBITDA rămân în continuare în parametrii foarte buni/performați comparativ la media pieței de bricolaj/retail.

Indicatori economico-financiar	AN 2019	AN 2020	AN 2021
EBITDA	3,372,802	4,594,765	3,159,805
Marja EBITDA (%)	11.48%	11.51%	5.95%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	73.33	46.31	15.79
Gradul de indatorare	67.8%	47.3%	47.8%
EBITDA Normalizat			
Impact net deschidere Ghencea (datorat investitiei)			595,200
Impact preluare Atelier Morarilor			748,800
Morarilor Q4 2020			
Impact net extindere Morarilor			225,523
Cheltuieli listare Bursa			196,000
TOTAL IMPACT Ajustari Nerecurente			1,765,523
EBITDA Normalizat			4,925,328
Marja EBITDA Normalizat (%)			9.3%

Evoluție Indicatori

Comparative An financiar 2021 vs. 2021 - Structura venituri și Cheltuieli

Indicatori	AN 2019	AN 2020		Evoluție	% +/-	AN 2021		Evoluție	% +/-
Cifra de afaceri neta	29,369,370	39,911,038	▲	10,541,668	36%	53,107,575	▲	13,196,537	33%
Productia vanduta	1,274,873	2,079,401	▲	804,528	63%	3,334,120	▲	1,254,719	60%
Venituri din vanzarea marfurilor	29,530,592	39,927,183	▲	10,396,591	35%	51,827,895	▲	11,900,712	30%
Reduceri comerciale acordate	1,436,095	2,095,546	▲	659,451	46%	2,054,440	▼	(41,106)	-2%
Alte venituri din exploatare	18,708	156,288	▲	137,580	735%	549,193	▲	392,905	251%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	29,388,078	40,067,326	▲	10,679,248	36%	53,656,768	▲	13,589,442	34%
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	480,733	397,748	▲	(82,985)	17%	656,821	▼	259,073	-65%
Alte cheltuieli materiale	139,450	237,170	▼	97,720	-70%	42,915	▲	(194,255)	82%
b) Alte cheltuieli externe	118,211	185,201	▼	66,990	-57%	359,088	▼	173,887	-94%
c) Cheltuieli privind marfurile	19,781,579	26,555,056	▼	6,773,477	-34%	34,197,306	▼	7,642,250	-29%
Reduceri comerciale primite	284,868	304,587	▼	19,719	-7%	501,094	▲	196,507	265%
Cheltuieli cu personalul	3,156,451	4,756,630	▼	1,600,179	-51%	9,653,255	▼	4,896,625	-103%
a) Salarii si indemnizatii	3,092,989	4,621,668	▼	1,528,679	-49%	9,357,023	▼	4,735,355	-102%
b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala	63,462	134,962	▼	71,500	-113%	296,232	▼	161,270	-119%
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	149,598	275,263	▼	125,665	-84%	970,242	▼	694,979	-252%
Cheltuieli (ct.6811+6813+6817+din ct 6818)	149,598	275,263	▼	125,665	-84%	970,242	▼	694,979	-252%
Alte cheltuieli de exploatare	2,623,720	3,645,343	▼	1,021,623	-39%	6,088,672	▼	2,443,329	-67%
a) Cheltuieli privind prestatiile externe	2,450,394	3,165,706	▼	715,312	-29%	5,614,864	▼	2,449,158	-77%
b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;	83,133	139,134	▼	56,001	-67%	220,621	▼	81,487	-59%
c) Cheltuieli privind calamitatile si alte evenimente similare	-	-	-	-	0%	-	-	-	-
d) Alte cheltuieli	90,193	340,503	▼	250,310	-278%	253,187	▲	(87,316)	26%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	26,164,874	35,747,824	▼	9,582,950	-37%	51,467,205	▼	15,719,381	-44%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:			-	-	0%		-	-	
- Profit	3,223,204	4,319,502	▲	1,096,298	34%	2,189,563	▼	(2,129,939)	-49%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	38,022	16,932	▼	(21,090)	-55%	52,467	▲	35,535	210%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	45,994	99,211	▼	53,217	-116%	200,118	▼	100,907	-102%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA			-	-			-	-	0%
- Profit/Pierdere	(7,972)	(82,279)	▲	(74,307)	932%	(147,651)	▼	(65,372)	-279%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:			-	-			-	-	0%
- Profit	3,215,232	4,237,223	▲	1,021,991	32%	2,041,912	▼	(2,195,311)	-52%
Impozitul pe profit	455,759	631,065	▼	175,306	-38%	240,557	▲	(390,508)	-138%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:			-	-			-	-	
- Profit	2,759,473	3,606,158	▲	846,685	31%	1,801,355	▼	(1,804,803)	-50%
Nr actiuni	1,270	1,693,000				8,465,000			
Profit net pe actiune	2,172.81	2.13				0.21			

Situația poziției financiare (bilanț anual)

Structura poziției financiare

Total Active pe termen lung (imobilizate) = 14.582.800 lei, +23% vs. 2020

Total Active Circulante = 13.547.770 lei, -12% vs. 2020

Datorii pe termen scurt (furnizori, leasing-uri si credite TS) = 8.502.334 lei, -1% vs. 2020

Datorii pe termen lung (leasing-uri echipamente 4 ani plus Leasing clădire si teren Ghencea 7 ani) = 3.593.568 lei, 11% vs. 2020

Capitaluri proprii = 16.097.398 lei, 5% vs.2020

Grad de îndatorare = 47.8 %, +0.3% vs.2020

Denumire indicator	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2021	In Total 2021	2021 vs 2020	% -/+
A. ACTIVE IMOBILIZATE						
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	60,717	284,713	439,522	2%	154,809	▲ 54%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	1,158,870	11,301,151	13,810,150	49%	2,508,999	▲ 22%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	177,075	244,388	333,128	1%	88,740	▲ 36%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	1,396,662	11,830,252	14,582,800	52%	2,752,548	▲ 23%
B. ACTIVE CIRCULANTE						
I. STOCURI	2,881,195	4,197,458	6,712,390	24%	2,514,932	▼ 60%
II. CREANTE	486,470	2,546,265	1,475,964	5%	- 1,070,301	▲ -42%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	-	2,000,000	3,000,000	11%	1,000,000	▲ 50%
IV. CASA SI CONTURI LA BANC	2,429,008	6,615,005	2,359,416	8%	- 4,255,589	▼ -64%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	5,796,673	15,358,728	13,547,770	48%	- 1,810,958	▼ -12%
C. CHELTUIELI IN AVANS	-	-	103,623	0.4%	103,623	▲
TOTAL ACTIV	7,193,335	27,188,980	28,234,193	100%	1,045,213	▲ 4%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	3,556,663	8,574,121	8,502,334	30%	- 71,787	▲ -1%
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	-	3,225,292	3,593,568	13%	368,276	▼ 11%
H. PROVIZIOANE	-	-	40,893	0.1%	40,893	▼
J. CAPITAL SI REZERVE				0%	-	-
I. CAPITAL, din care:				0%	-	-
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	127,000	169,300	846,500	3%	677,200	▲ 400%
II. PRIME DE CAPITAL	-	7,986,100	7,986,100	28%	-	- 0%
III. REZERVE DIN REEVALUARE	-	1,498,108	1,498,108	5%	-	- 0%
IV. REZERVE	200	8,465	101,382	0%	92,917	▲ 1098%
Actiuni proprii	-	-	-	0%	-	-
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-	-	0%	-	-
Pierderi legate de intrumentele de capitaluri proprii	-	-	-	0%	-	-
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	750,000	2,129,701	3,956,870	14%	1,827,169	▲ 86%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	2,759,472	3,606,158	1,801,355	6%	- 1,804,803	▼ -50%
Repartizarea profitului	-	8,265	92,917	0%	84,652	▲ 1024%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	3,636,672	15,389,567	16,097,398	57%	707,831	▲ 5%
TOTAL PASIV	7,193,335	27,188,980	28,234,193	100%	1,045,213	▲ 4%

Poziția financiară comparații

Activele imobilizate ale companiei au crescut semnificativ în 2020, atingând 11,8 milioane lei, o creștere de 747% comparativ cu 2019. Valoarea brută a imobilizărilor corporale este de 12.478.545 lei, amortizarea înregistrată de 648.393 lei iar valoarea netă a activelor imobilizate este de 11.830.152 lei. La 31.12.2020, imobilizările corporale includeau terenuri și construcții în valoare de 8,1 milioane lei, instalații tehnice și mașini în valoare de 1,5 milioane lei, imobilizări corporale în curs de execuție în valoare de 0,2 milioane lei și avansuri în suma de 1,5 milioane lei.

Creșterea a fost determinată în primul rând de o creștere de 875% în imobilizări corporale, ca urmare a achiziționării unui imobil compus în București pe Prelungirea Ghencea – locația pentru al treilea magazin al companiei. Valoarea contractului este de 1.350.000 euro cu plata eșalonată pe 7 ani.

La 31.12.2021, valoarea activelor imobilizate a crescut cu 2,5 milioane lei față de 2020 datorită investițiilor realizate în dotarea cu echipamente/utilaje performante a secțiilor Atelier Morarilor și Luică (1,6 mil lei) și al amenajărilor și al dotărilor IT din noul magazin Ghencea și extindere Morarilor (0.9 mil lei).

Imobilizările necorporale au crescut cu 54% vs. 2020, ajungând la 0,43 milioane lei, din această sumă 0,15 milioane lei reprezentând fondul comercial în timp ce 0,28 mil lei sunt mărci comerciale, licențe, soluții software și alte imobilizări necorporale. Imobilizările financiare, care au crescut cu 38% în 2021 și sunt reprezentate de garanții comerciale aferente locatorilor spațiilor comerciale pentru magazinele Mambricolaj.

La 31.12.2020 activele circulante au crescut cu 207%, ajungând la 15,4 milioane lei. Cea mai mare contribuție la activele circulante au reprezentat-o casa și conturile la bănci în valoare de 6,6 milioane lei - din închiderea cu succes a plasamentului privat din octombrie 2020, precum și de situația sănătoasă a fluxului de numerar.

A doua cea mai mare poziție a fost reprezentată de stocuri, care au atins valoarea de 4,2 milioane lei. Această creștere a fost determinată în primul rând de creșterea cu 37% a produselor finite și mărfurilor disponibile pentru clienții din magazinele MAMBricolaj.

La 31.12.2021, activele circulante au scăzut față de 2020 la 1,8 milioane lei în structura de evoluție având o creștere de 2,5 milioane lei în stocuri datorită investiției în noul magazin Ghencea compensată de o descreștere pozitivă în creanțe de 1,07 milioane lei și o descreștere a resursele de cash de circa 3,2 milioane.

Ciclul de conversie al cash-ului s-a îmbunătățit semnificativ față de nivelul din 2020 balansând rotația stocurilor cu extindere zile de plată la furnizorii de marfă (medie de plată 47 zile).

Datoriile curente în 2020 au crescut față de anul precedent, ajungând la 8,6 milioane lei la sfârșitul anului.

La închiderea exercițiului financiar la 31.12.2021 totalul datoriilor pe termen scurt însumează 8,5 milioane lei – în linie cu 2020 din care cea mai mare creștere derivă din soldul furnizorilor de marfă și servicii (circa 1.2 mil lei vs. 2020), în termen de plată și cu care s-au negociat condiții de plată mai avantajoase off-setat de datorii mai mici pentru plăți leasinguri.

La 31.12.2020, MAMBricolaj avea datorii pe termen lung – leasing-uri - în valoare de 3,2 milioane lei. Contractul de leasing pentru achiziția terenului și imobilului din Ghencea unde a fost deschis în martie 2021 un nou magazin MAMBricolaj.

La 31.12.2021, situația datoriilor pe termen lung a înregistrat o creștere de 0,3 mil lei față de nivelul anului 2020 – plăți utilaje pe termen lung.

Capitalul propriu înregistrat la 31.12.2020 a fost de 15,4 milioane lei, înregistrând o creștere de 294% față de anul precedent. Capitalul propriu a crescut în 2020 în principal ca urmare a emiterii de noi acțiuni care au fost oferite investitorilor în plasamentul privat. Prima de emisiune la emiterea de acțiuni a fost de 8,4 milioane lei.

Capitalul propriu la 31.12.2021, indică o creștere de 0,7 milioane lei, +5% vs. 2020. În timpul exercițiului financiar al lui 2021 nu s-au acordat dividende acționarilor. Parte din profitul anului 2020, 677.000 lei s-a alocat pentru majorare capital social și oferirea de acțiuni cu titlu gratuit acționarilor societății. Rentabilitatea capitalului în 2021 este de 11%.

Poziția financiară Mambricolaj – comparative anuale

Comparatii cu inceputul de an	31.12.2019	31.12.2020	Evolutie	31.12.2020	31.12.2021	Evolutie
A. ACTIVE IMOBILIZATE						
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	1,396,662	11,830,252	10,433,590 ▲	11,830,252	14,582,800	2,752,548 ▲
I.STOCURI	2,881,195	4,197,458	1,316,264 ▼	4,197,458	6,712,390	2,514,932 ▼
II.CREANTE	486,470	2,546,265	2,059,795 ▼	2,546,265	1,475,964	(1,070,301) ▲
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	-	2,000,000	2,000,000 ▲	2,000,000	3,000,000	1,000,000 ▲
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	2,429,008	6,615,005	4,185,997 ▲	6,615,005	2,359,416	(4,255,589) ▼
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	5,796,673	15,358,728	9,562,055 ▲	15,358,728	13,547,770	(1,810,958) ▼
C. CHELTUIELI IN AVANS		-	-		103,623	103,623 ▲
TOTAL ACTIV	7,193,335	27,188,980	19,995,645 ▲	27,188,980	28,234,193	1,045,213 ▲
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 A	3,556,663	8,574,121	5,017,459 ▼	8,574,121	8,502,334	(71,787) ▲
E. DATORII:SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN		3,225,292	3,225,292 ▼	3,225,292	3,634,461	409,169 ▼
F. CAPITALURI PROPRII - TOTAL	3,636,672	15,389,567	11,752,895 ▲	15,389,567	16,097,398	707,831 ▲
TOTAL PASIV	7,193,335	27,188,980	19,995,646 ▲	27,188,980	28,234,193	1,045,213 ▲

Principalii Indicatori Economici și Financieri - Evoluție

	12	12	6	12
Indicatori financieri	Dec-19	Dec-20	Jun-21	Dec-21
Profitabilitate operationala				
Gross Margin (YTD)	30%	33%	34%	35%
Net Profit Margin (YTD)	9%	10%	2%	3%
EBIT margin (YTD)	10%	11%	2%	4%
EBITDA Margin (YTD)	11%	11%	4%	6%
Managementul capitalului de lucru				
Active curente/Venituri	20%	38%	28%	23%
Lichiditate curenta	1.6	2.7	1.7	2.0
Lichiditate imediata	0.8	2.0	0.8	0.9
Ciclu de conversie al cash-ului (zile)	4	-17	-14	-1
DI	0	0	0	0
DSO	35	38	53	46
DPO	-31	-54	-67	-47
Rotatia activelor (TAT)	4.1	2.3	1.9	2.0
Grad de indatorare (D/A)	49%	43%	46%	40%
Multiplicatorul capitalului	2.0	1.8	1.8	1.7
Rentabilitatea activelor (ROA)	38%	22%	4%	7%
Rentabilitatea capitalului (ROE)	76%	41%	7%	11%

Analiza Fluxului de numerar

Și în 2021 compania menține un nivel bun al fluxului de numerar, încheind anul financiar cu un nivel de lichidități de peste 5 mil lei în conturile curente și depozite bancare. Indicatorii de lichiditate permit gestionarea capitalului de lucru din resursele proprii, gradul de îndatorare rămânând aproximativ la nivelul anului 2020. Investițiile în echipamente/utilaje prelucrare PAL și deschiderea noului magazin Ghencea și

extinderea magazinului Morarilor au fost realizate din banii atrași de la investitori – plasament privat și listarea pe Bursa – piața Aero – peste 1.7 mil euro.

În 2022 compania își propune plata către acționari a unui dividend net de 0.213/acțiune din profitul nerepartizat aferent anilor 2018-2019.

Situatia fluxurilor de numerar	2020	2021	Variatie
Fluxuri de numerar din activitati de exploatare:			
Profit net	3,606,158	1,801,355	(1,804,803)
<i>Ajustari pentru:</i>			
Cheltuieli cu amortizarea	275,263	970,242	
Variatia provizioanelor	-	(40,894)	
Impozit pe profit	631,065	240,550	
Cheltuieli privind dobanzile si alte costuri financiare	44,673	136,298	
Diferente de curs valutar activitate finantare, net	37,755	40,918	
Venituri din dobanda si alte venituri financiare	(255,502)	(29,564)	
Cheltuieli privind activele cedate	252,237	93,763	
Venituri din vanzarea activelor	(156,288)	(472,400)	
Donatii	87,873	109,420	
Profit din exploatare inainte de variatia capitalului circulant	4,523,234	2,849,688	(1,673,546)
Variatia soldurilor conturilor de stocuri	(1,316,262)	(2,618,026)	
Variatia soldurilor conturilor de creante comerciale si alte creante din exploatare	(1,428,215)	(210,123)	
Variatia soldurilor conturilor de datorii comerciale si alte datorii din exploatare	453,225	563,410	-
Numerar generat din operatiuni	2,231,982	584,950	(1,647,032)
Dobanzi platite	(44,673)	(114,192)	
Impozit pe profit platit	(657,290)	(320,618)	
Numerar net din activitati de exploatare	1,530,019	150,139	(1,379,880)
Incasari din evenimente extraordinare			
Numerar generat din exploatare	1,530,019	150,139	(1,379,880)
Fluxuri de numerar din activitati de investitie:			
Achizitii de investitii/ transfer active	(824,500)	-	
Achizitii de active imobilizate	(1,615,088)	(3,469,464)	(1,854,376)
Incasari din vanzarea activelor	156,288	472,400	
Dobanzi incasate	255,502	29,564	
Investitii financiare/garantii	(67,313)	(88,740)	
Investitii termen scurt	2,000,000	1,000,000	
Numerar net din activitati de investitie	(95,111)	(2,056,240)	(1,961,129)
Fluxuri de numerar din activitati de finantare:			
Sume primite in vederea cresterii capitalului social	42,300	677,200	
Incasari/plati din emisiunea de actiuni	8,417,700	(677,200)	
Plata datoriilor aferente leasing-ului financiar	(1,662,921)	(2,442,575)	
Variatia imprumuturilor bancare	(659,751)	92,986	
Dividende platite	(2,432,404)	-	
Numerar net din activitati de finantare	3,704,924	(2,349,589)	(6,054,513)
Cresterea neta a numerarului si echivalentelor de numerar	5,139,832	(4,255,689)	(4,255,689)
Numerar si echivalente de numerar la inceputul exercitiului financiar	1,475,273	6,615,105	
Numerar si echivalentele de numerar la sfarsitul exercitiului financiar	6,615,105	2,359,416	
DEPOZITE BANCARE	2,000,000	3,000,000	1,000,000

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 și inflația galopantă cu un impact major în operațiuni și profitabilitate. Astfel de condiții macroeconomice și geopolitice 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 ENERGIA ȘI 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 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 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 expusă riscului de credit din activitățile sale de exploatare (în principal pentru creanțe comerciale externe) și 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 în primul rând prin capitaluri proprii. Prin urmare, compania nu deține datorii semnificative, nici pe termen scurt nici pe termen lung, iar datoria la 31.12.2021 a reprezentat 47% din capitalurile proprii ale companiei în linie cu 2020.

În cazul apariției riscului de lichiditate, compania deține imobilizări corporale - terenuri 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 dezvoltare 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 gospodării, 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.

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.

RISC PANDEMIC – la momentul publicării acestui raport, România a ieșit din starea de urgență și restricțiile asociate cu pandemia au fost ridicate. În cazul în care numărul de cazuri de COVID-19 începe să crească rapid din nou, există probabilitatea să fie implementată și în România o abordare de natură endemică a acestui virus bazată pe măsuri de prevenție, monitorizare, vaccinare anuală. Și în acest context, considerăm ca la nivel de companie acest risc este minim în ceea ce privește operabilitatea și activitatea companiei de aprovizionare cu marfă sau vânzare a acestora către clienți în magazinele din cadrul rețelei (preponderent acum în București).

Dar, investitorii sunt încurajați să ia în considerare ca astfel de evenimente pot avea un impact negativ asupra activității companiei.

RISCUL PRIVIND CONCURENȚA – intrarea unor noi competitori pe piață, în special din afara României va intensifica concurența și va pune presiune asupra activității desfășurate de companie, având riscul de a înregistra o scădere a profitului și chiar intrarea în insolvență a companiei. Pentru a mitiga acest risc, 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 a clienților.

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 inherent 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 apelarea la serviciile Agenţiilor de recrutare şi selecţie personal. 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.

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

RISC 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 pretenţii contractuale, plângeri şi litigii, inclusiv de la contrapărţi cu care are relaţii contractuale, clienţi, concurenţi sau autorităţi de reglementare, precum şi 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. 6445/P/2021

Botoghină Marius Petrișor a sustras nejustificat produse în valoare de 2.500 lei motiv pentru care societatea a formulat plângere penală prealabilă în legătură cu infracțiunea de furt prevăzută de art. 228 Cpen în formă continuată. Dosarul se află în faza de urmărire penală.

Dosar penal nr. 9347/P/2021

Lupașcu Mircea Cornel a sustras nejustificat produse în valoare de 930.6 lei 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 se află în faza de urmărire penală.

Dosar civil nr. 1536/3/2022

Salariatul Lupașcu Mircea Cornel, care a sustras nejustificat o produse din magazin, a contestat decizia de concediere. Dosarul se află înaintea primului termen de judecată, ce a fost stabilit pentru data de 26.04.2022.

ALTE RISCURI - 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 prelabile 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 2022

Datele de Buget de Venituri și Cheltuieli 2022 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 20.04.2022.

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 lunare, apoi revizuite la trimestru în baza bugetului inițial, 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.

Compania considera că are un plan realist de dezvoltare 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 gospodării, 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.

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

Tendențele actuale de piață cât și riscul geopolitic, economic, inflaționist și de preț pot influența și impacta rezultatele prognozate ale societății pentru anul 2022.

Fundamente Buget Venituri și cheltuieli 2022

- Creșterea cifrei de faceri în cadrul rețelei actuale de magazine cu 17% vs 2021, în valoare absolută de la 53,1 mil la 64,3 mil în condițiile unei creșteri a piete de bricolaj și de mobila/accesorii estimată la 12-13% vs 2021
- 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 accelerată Inflație reflectată în creștere cheltuielii servicii terți și alte prestări, preț utilități (+28% vs nivel decembrie 2021), transport marfă – per total cheltuieli exploatare +20% vs 2021

- Investiție constantă în campanii de marketing și oferte pe produs/categorii pentru atragerea de clienți noi și programe de loializare pentru clienții existenți
- Menținerea profitului net și a profitului pe acțiune la nivelul profitului realizat în 2021 1.8 mil și respectiv 0.215 lei, profit net /acțiune.
- Menținere grad de îndatorare de maxim 50% raportat la capitalurile proprii și o rată de acoperire a dobanzilor raportată la EBITDA de minim 16 ori.

Obiective cheie și Direcții de acțiune 2022

- Creștere Segment Online ca și pondere și valoare absolută în cifra de afaceri a companiei – 5.8%
- Consolidare financiară și eficiență operațională la nivel de rețea magazine Mambricolaj
- Monetizare și Diversificare Gama produse și servicii , Creștere Productivitate
- Orientarea către client și creșterea calității personalului din magazine și management.
- Continuitate în planul de dezvoltare și expansiune rețea de magazine Mambricolaj – trimestrul 4 2022 (min 1 mil euro inclusive necesar fond de rulment pentru capital de lucru și stocuri)

Bugetul și obiectivele propuse pentru anul financiar 2022 au drept scop creșterea solidă a companiei în anii ce urmează, întărind poziția de piață a companiei și crescând valoarea cotei de piață pe segmentul de business unde activează.

Buget 2022

BUGET VENITURI SI CHELTUIELI 2022

CONT DE PROFIT SI PIERDERE

LEI	BUGET 2022	ACTUAL 2021	Variatie ABS ACT 2021 vs BDG	% ACT 2021 vs BDG	Index	Index
					2022 Buget	2021 Actual
Venituri din servicii	6,700,538	3,334,120	3,366,417	50.2%	10%	6%
Venituri din vz marfuri	59,959,177	51,827,895	8,131,282	13.6%	93%	97%
Reduceri com acordate	-2,354,632	-2,054,440	-300,192	12.7%	-4%	-4%
Alte venituri	0	472,400	-472,400		0%	1%
Venituri din expl. - total	64,305,082	53,579,975	10,725,107	17%	100%	100%
Materiale	1,252,247	497,581	754,666	-60.3%	2%	1%
Marfuri	40,840,428	34,179,667	6,660,762	-16%	64%	64%
Transport bunuri	391,524	447,865	-56,341	14%	1%	1%
Intretinere	165,192	196,079	-30,887	19%	0%	0%
Reduceri com primite	-648,471	-501,094	-147,377	23%	-1%	-1%
COGS	42,000,920	34,820,098	7,180,823	-17%	65%	65%
Marja bruta	22,304,162	18,759,878	3,544,284	16%		
%	34.7%	35.0%	-0.3%			
Cheltuieli administrative	19,919,998	16,570,344	3,349,655	-17%	31%	31%
Chirii	2,651,474	2,360,460	291,014	-11%	4%	4%
Energie, apa	497,416	359,088	138,328	-28%	1%	1%
Personal	11,449,721	9,913,624	1,536,096	-13%	18%	19%
Prestatii externe	3,310,220	2,551,955	758,265	-23%	5%	5%
Publicitate	1,960,002	1,238,467	721,535	-37%	3%	2%
Alte prestatii externe	1,350,218	1,313,488	36,730	-3%	2%	2%
Alte impozite si taxe	227,318	220,644	6,674	-3%	0.4%	0.4%
Alte cheltuieli de expl.	263,443	100,567	162,876	-62%	0.4%	0.2%
Active cedate	0	93,763	-93,763		0.0%	0.2%
Amortizare	1,355,407	970,242	385,165	-28%	2%	2%
Cheltuieli din expl. - total	61,800,919	51,390,441	10,410,478	-17%	96%	96%
Rezultatul din exploatare	2,504,164	2,189,534	314,629	13%	4%	4%
Venituri dobanzi	16,500	29,564	-13,064			0%
Ven. diferente curs	19,212	22,903	-3,691			0%
Sconturi primite	0		0			0%
Venituri financiare	35,712	52,467	-16,756	-47%	0.1%	0.1%
Cheltuieli dobanzi	203,293	114,192	89,101			0%
Ch. diferente curs	79,714	63,821	15,893			0%
Sconturi acordate	477	22,105	-21,628			0%
Cheltuieli financiare	258,484	200,118	58,366	-23%	0.4%	0.4%
Rezultatul financiar	-222,773	-147,651	-75,122	-34%	0%	0%
Rezultatul brut	2,116,391	2,041,884	74,507	4%	3%	4%
Impozit	293,313	240,529	52,784	-18%	0%	0.4%
Rezultatul net	1,823,078	1,801,355	21,723	1%	2.8%	3.4%
EBITDA	3,859,570	3,159,776	699,794	18%		
Numar actiuni	8465000	8465000				
Rezultat net/actiune	0.215366569	0.212800354				

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 2021 preluate din situațiile financiare semestriale întocmite la 31.12.2021 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 31.12.2021), Raportul auditorului și Declarația administratorului care sunt parte integrantă a acestui raport anual către Bursa și acționarii societății SC MAMBRICOLAJ SA.

Cristian GĂVAN

Administrator Unic

DECLARAȚIA CONDUCERII

București, 18 Martie 2022

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că situațiile financiare anuale, bilanțul societății pentru exercițiul financiar încheiat la 31 decembrie 2021 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 2021 și al impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Cristian GĂVAN

Administrator Unic