

MEMORANDUM
INTOCMIT IN VEDEREA ADMITERII LA TRANZACTIONARE IN CADRUL
SISTEMULUI MULTILATERAL DE TRANZACTIONARE ADMINISTRAT DE
BURSA DE VALORI BUCURESTI S.A.
A ACTIUNILOR, ORDINARE, NOMINATIVE
EMISE IN FORMA DEMATERIALIZATA DE

MAMBRICOLAJ S.A.

(„MAM”)



Societate pe actiuni,
Inregistrata sub nr. J40/599/2011, CUI RO27933834
Sediu social: Bucuresti, str. Serii, nr. 6, Sector 2, Romania

INTERMEDIAR:

TradeVille

11 Ianuarie 2021

CUPRINS

NOTA CATRE INVESTITORI.....	3
SCURTA PREZENTARE	5
DEFINITII	6
INFORMATII GENERALE DESPRE EMITENT	8
1. PERSOANE RESPONSABILE:	8
2. INFORMATII DESPRE EMITENT	9
3. DESCRIEREA ACTIVITATII EMITENTULUI	14
4. INFORMATII CU PRIVIRE LA ACTIUNI SI STRUCTURA ACTIONARIATULUI:.....	27
5. CONDUCEREA SOCIETATII.....	28
6. FUNCTIONAREA ORGANELOR DE ADMINISTRARE SI CONDUCERE.....	29
7. DETALII CU PRIVIRE LA ANGAJATI. ORGANIGRAMA	30
8. COTA DE PIATA / PRINCIPALII COMPETITORI:	32
9. DETALIEREA STRUCTURII VENITURILOR OPERATIONALE PE SEGMENTE DE ACTIVITATE SAU LINII DE BUSINESS:.....	38
10. CLIENTI PRINCIPALI / CONTRACTE SEMNIFICATIVE	40
11. PRINCIPALII INDICATORI OPERATIONALI	44
12. SCURTA DESCRIERE A ULTIMELOR REZULTATE FINANCIARE DISPONIBILE SI GRADUL DE INDATORARE AL SOCIETATII:	47
13. DECLARATIE REFERITOARE LA POLITICA SI PRACTICA PRIVIND PROGNOZELE, IN CONCORDANTA CU PRINCIPIILE DE GUVERNANTA CORPORATIVA PENTRU SOCIETATILE ADMISE IN CADRUL SMT:.....	53
14. DECLARATIE REFERITOARE LA POLITICA SI PRACTICA PRIVIND DIVIDENDELE, IN CONCORDANTA CU PRINCIPIILE DE GUVERNANTA CORPORATIVA PENTRU SOCIETATILE ADMISE IN CADRUL SMT:.....	53
15. DESCRIEREA PLANULUI DE DEZVOLTARE A AFACERII:.....	54
16. FACTORI DE RISC	56
17. INFORMATII PRIVIND VALORILE MOBILIARE CE URMEAZA A FI ADMISE LA TRANZACTIONARE SI LA DESTINATIA FONDURILOR OBTINUTE; INFORMATII CU PRIVIRE LA OFERTE DE VALORI MOBILIARE DERULATE IN PERIOADA DE 12 LUNI ANTERIOARA OFERTEI.....	61
18. PLANURI LEGATE DE OPERATIUNI VIITOARE PE PIATA DE CAPITAL.....	62
19. NUMELE AUDITORILOR:	62
20. SOCIETATI AFILIAE SI PROCENTUL DE ACTIUNI DETINUTE:	62
ANEXE:.....	63

NOTA CATRE INVESTITORI

Informatiile din prezentul Memorandum au fost elaborate de catre Emitent sau deriva din alte surse care sunt indicate in continutul documentului.

Prezentul Memorandum contine informatiile necesare admiterii la tranzactionare in cadrul Sistemului Multilateral de Tranzactionare operat de Bursa de Valori Bucuresti a unui numar de 1,693,000 actiuni ordinare, nominative, emise in forma dematerializata, cu valoare nominala de 0.10 lei/actiune.

Operatiunea de majorare a capitalului social cu un numar de 423,000 actiuni prin aport in numerar a fost aprobata prin Hotararea nr. 3 din 04.08.2020 a Adunarii Generale Extraordinare a Actionarilor MAMBRICOLAJ S.A., mentionata la Oficiul Registrului Comertului prin Certificatul de inregistrare depunere si mentionare acte nr. 423330 din 18.08.2020. Parametrii emisiunii fiind stabiliti prin Decizia Administratorului Unic nr. 4 din 26.08.2020. Prezenta operatiune de majorare de capital a fost realizata cu ridicarea dreptului de preferinta pentru actionarii existenti si a constituit obiectul unei oferte de vanzare a 423,000 actiuni.

Se recomanda fiecarui potential investitor sa faca o evaluare independenta prin propriile mijloace si sa ia decizii bazate pe propria lor analiza a Emitentului, a mediului de afaceri in general, luand in considerare riscurile prezentate in prezentul document. Intrucat investitiile in actiuni implica anumite riscuri, se recomanda potentialilor investitori consultarea sectiunii intitulata „Factori de risc” din prezentul document unde sunt descrise. Emitentul si Intermediarul recomanda potentialilor investitori consultarea propriilor consilieri in ceea ce priveste aspectele fiscale, juridice sau comerciale.

Nicio persoana nu este autorizata de catre Emitent sau de catre Intermediar sa ofere alte informatii sau sa faca alte declaratii sau aprecieri, cu exceptia celor prezentate in prezentul Memorandum. Difuzarea unor astfel de informatii, declaratii sau aprecieri care nu sunt incluse in acest document trebuie considerate ca fiind facute fara autorizarea Emitentului sau a Intermediarului, care nu isi asuma nici o raspundere in acest sens.

Acest Memorandum contine, printre altele, declaratii care reflecta asteptarile conducerii Emitentului referitoare la oportunitatile de afaceri, planurile de dezvoltare si, in general, perspectivele Emitentului. Declaratiile privind perspectivele de acest gen implica riscuri cunoscute, dar si riscuri necunoscute, un anumit grad de incertitudine, precum si alti factori importanti din afara Emitentului, care, in viitor, pot modifica substantial rezultatele efective, performanta sau realizarile curente ale Emitentului sa fie in mod semnificativ diferite. Exista posibilitatea ca anumite predictii, perspective, proiectii sau alte declaratii privind perspectivele sa nu fie indeplinite. Factorii care pot duce la astfel de modificari includ, fara insa a se limita la acestea, aspectele prezentate in Capitolul “Factorii de Risc”. Enumerarea factorilor de risc nu este exhaustiva.

Prezentul Memorandum este intocmit pentru admiterea la tranzactionare a Actiunilor prezente si nu se refera si nici nu poate fi utilizat drept baza pentru justificarea unei investitii in cadrul oricarei oferte ulterioare lansate de Emitent.

Intermediarul in mod corespunzator, declina, in masura permisa de legea aplicabila, orice raspundere, pe care ar putea-o avea in legatura cu acest Memorandum sau cu o astfel de declaratie.

Aceste declaratii privind perspectivele sunt valabile doar la data intocmirii prezentului Memorandum. Emitentul isi declina expres orice responsabilitate de a actualiza declaratiile de perspectiva incluse in document pentru a reflecta eventualele modificari ale previziunilor Emitentului sau modificarile survenite in situatia, conditiile sau circumstantele pe care s-au bazat respectivele declaratii.

Avand in vedere cele de mai sus, investitorii sunt avertizati sa nu se bazeze exclusiv pe astfel de declaratii de perspectiva.

Potentialii investitori in instrumente financiare admise la tranzactionare in cadrul sistemului multilateral de tranzactionare (SMT) trebuie sa fie in cunostinta de cauza cu privire la faptul ca SMT este o piata pentru care exista tendinta sa se ataseze un risc investitional mai ridicat decat pentru societatile admise la tranzactionare pe o piata reglementata.

Conventii de scriere: pe parcursul acestui document nu am folosit caractere diacritice, am utilizat virgula („ , ”) ca separator de mie si punctul („ . ”) ca separator zecimal.

Datele financiare ale societatii sunt individuale in perioada 2017 – 2020.

SCURTA PREZENTARE

EMITENT

Denumire:	MAMBRICOLAJ S.A.
Sediul social:	STR. SERII NR. 6, SECTOR 2 BUCURESTI ROMANIA
Numele persoanei de legatura cu BVB:	CRISTIAN GAVAN / RALUCA ZAMFIR
E-mail:	c.gavan@mam-bricolaj.ro / r.zamfir@mam-bricolaj.ro
Telefon:	0744 301 750 / 0740 409 813
Fax:	-
Cod Fiscal/Cod Unic de Inregistrare:	RO 27933834
Numar inregistrare la Registrul Comertului:	J40/599/2011
Website:	www.mam-bricolaj.ro
Cod LEI	984500D0A6271D6C5333

INTERMEDIAR

Denumire:	SSIF Tradeville S.A.
Sediul social:	Calea Vitan nr. 6A, Bl. B, Tronson B, et. 3, sector 3, Bucuresti
Telefon:	(+4) 021 318 75 55
Fax:	(+4) 021 318 75 57
E-mail:	helpdesk@tradeville.eu
Website:	www.tradeville.eu
Autorizatie ASF:	Decizie CNVM nr. 2225/15.07.2003
Nr. Registru ASF	PJR01SSIF/400033
Cod Fiscal/Cod Unic de Inregistrare:	RO 8694021
Numar inregistrare la Registrul Comertului:	J40/5868/1996

DEFINITII

In cuprinsul prezentului Memorandum, cu exceptia cazului in care se prevede expres contrariul, urmatoorii termeni vor avea urmatoarele semnificatii, aplicabile deopotriva formelor de plural si de singular:

Act Constitutiv	Actul Constitutiv al Emitentului
Actiuni	Totalitatea actiunilor care sunt emise de Societate in numar de 1,693,000 la data admiterii la tranzactionare. Acestea sunt actiuni ordinare, nominale, dematerializate, denuminate in lei, liber tranzactionabile cu o valoare nominala de 0.10 lei fiecare.
ASF	Autoritatea de Supraveghere Financiara
BVB	Bursa de Valori Bucuresti S.A.
CAEN	Clasificarea Activitatilor in Economia Nationala
Depozitarul Central	Inseamna societatea de registru a valorilor mobiliare din Romania, cu sediul in Bld. Carol nr. 34-36, Bucuresti, Romania, autorizata si supravegheata de catre de catre Autoritatea de Supraveghere Financiara, ce ofera servicii de depozitare, registru, compensare-decontare, in legatura cu instrumentele financiare tranzactionate pe piete / sistemele multilaterale administrate/operate de Bursa de Valori Bucuresti
Emitentul sau Societatea sau Compania	MAMBRICOLAJ S.A. cu sediul social in Str. Serii, nr. 6, sector 2, Bucuresti, Romania, emitentul actiunilor pentru care se solicita admiterea la tranzactionare pe SMT
Intermediar	SSIF Tradeville S.A cu sediul in Calea Vitan nr. 6A, Bl. B, Tronson B, et. 3, sector 3, Bucuresti, Romania, numar de Inregistrare la Oficiul Registrul Comertului: J40/5868/1996, cod unic de inregistrare RO8694021, autorizată de ASF prin Decizia nr. 2225/15.07.2003, e-mail helpdesk@tradeville.eu .
Lei sau RON	Reprezinta moneda nationala a Romaniei
Euro, EUR sau €	Moneda oficiala a statelor membre Zonei Euro
Memorandum	Acest document de prezentare intocmit in vederea admiterii la tranzactionare in cadrul SMT a actiunilor emise de MAMBRICOLAJ S.A
SMT	Sistem Multilateral de Tranzactionare operat de BVB
Registrul Detinatorilor de Actiuni	Reprezinta evidenta Detinatorilor de Actiuni pastrata in format electronic de catre Depozitarul Central in baza contractului incheiat de Emitent cu Depozitarul Central.

Registrul administrat si gestionat de catre Depozitarul Central in care detinatorii de actiuni sunt inregistrati ca proprietari.

Zi lucratoare

Orice zi in care atat piata romaneasca interbancara cat si sistemele de tranzactionare ale Bursei de Valori Bucuresti si sistemele de compensare-decontare ale Depozitarului Central sunt deschise pentru desfasurarea activitatii.

INFORMATII GENERALE DESPRE EMITENT

1. PERSOANE RESPONSABILE:

Persoanele responsabile de întocmirea Memorandumului sunt Emitentul și Intermediarul.

Emitentul este MAMBRICOLAJ S.A. ("Emitentul" sau "Societatea"), societate pe acțiuni, cu sediul social în Str. Serii, nr. 6, înregistrată la Registrul Comerțului cu nr. J40/599/2011, Cod Unic de Înregistrare RO 27933834, reprezentată în mod legal prin Gavan Cristian, în calitate de Administrator.

Intermediarul este Tradeville S.A., societate de servicii de investiții financiare cu sediul în Calea Vitan nr. 6A, Bl. B, Tronson B, et. 3, sector 3, București; tel: (+4) 021 318 75 55; fax: (+4) 021 318 75 57, înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului cu nr. J40/5868/1996 și având cod unic de înregistrare RO 8694021, societate de servicii de investiții financiare funcționând în baza Deciziei CNVM nr. 2225/15.07.2003, nr. înregistrare Registrul A.S.F. PJRO1SSIF400033 din 17.05.2006, reprezentată prin Ovidiu-George Dumitrescu, în calitate de Director general adjunct.

Emitentul este cel care își asumă întreaga responsabilitate pentru informațiile incluse în acest Memorandum.

Emitentul declară în mod expres că a verificat informațiile cuprinse în document și garantează că acestea sunt adevărate, corecte și reflectă întocmai realitatea, documentul nu omite nimic din ceea ce poate afecta semnificația acestuia și evaluarea instrumentelor financiare introduse la tranzacționare; documentul prezintă o descriere riguroasă a factorilor de risc legați de participarea la tranzacționare a instrumentelor oferite.

SSIF Tradeville S.A., reprezentat de către Dl. Ovidiu-George Dumitrescu, Director general adjunct, este Intermediar - Consultanț Autorizat și a elaborat acest document conform „Precizarilor Tehnice privind Documentul de prezentare întocmit pentru admiterea în cadrul secțiunii de Instrumente Financiare Listate pe SMT (MEMORANDUM)”, aprobate prin Decizia Directorului General al BVB nr. 609/27.12.2019.

Emitentul este singur responsabil pentru conținutul, realitatea și corectitudinea documentelor și informațiilor pe care acesta le-a furnizat Intermediarului pentru redactarea Memorandumului.

Emitentul declară că toate opiniile exprimate în acest document sunt rezultatul unei analize atente și diligente și sunt fundamentate pe ipoteze și prezumții de bună credință și rezonabile. În baza cunoștințelor sale, Emitentul confirmă că acest document conține toate informațiile importante cu privire la Emitent, la afacerile acestuia și la instrumentele financiare emise și că toate acestea sunt reale și corecte. De asemenea, Emitentul confirmă că informațiile prezentate nu sunt de natură a induce în eroare și că toate opiniile, previziunile și intențiile Emitentului incluse în prezentul Memorandum sunt exprimate cu bună credință.

Emitentul confirmă că, după știința sa, nu există nici o altă informație care să fi fost omisă a fi inclusă în acest document și (i) care ar fi fost necesară pentru a permite investitorilor și celor care-i consiliază pe aceștia în privința intenției investiționale să facă o evaluare corectă a tuturor activelor și pasivelor, a profitului sau pierderilor și a perspectivelor Emitentului, precum și a drepturilor decurgând din acțiuni, (ii) a cărei omisiune să ducă la formarea unei opinii eronate cu privire la activitatea Emitentului, (iii) sau care, în contextul admiterii la tranzacționare, să fi fost sau să fie importantă și necesară a fi inclusă în cadrul prezentului Memorandum.

Emitentul declară în mod expres că a verificat informațiile cuprinse în prezentul Memorandum și garantează că acestea sunt adevărate, corecte și reflectă întocmai realitatea, documentul nu omite nimic din ceea ce poate afecta semnificația acestuia și evaluarea instrumentelor financiare propuse spre subscriere; documentul prezintă o descriere riguroasă a factorilor de risc legați de instrumentele oferite.

2. INFORMATII DESPRE EMITENT

2.1. DATE DE IDENTIFICARE

MAMBRICOLAJ S.A. este persoana juridica romana, desfasurandu-si activitatea in conformitate cu legislatia din Romania.

Denumire	MAMBRICOLAJ S.A.
Forma Juridica	Societate pe Actiuni
Durata de functionare	NELIMITATA
Sediu social	STR. SERII NR. 6 SECTOR 2, BUCURESTI, ROMANIA
Nr. inregistrare la ONRC Bucuresti	J40/599/2011
Cod unic de inregistrare	RO 27933834
Capital social	169,300 lei
Cod CAEN – Obiect principal de activitate	4615 – Intermedieri in comertul cu mobila , articole de menaj si fierarie
Telefon	0744 301 750
Persoana de contact in relatia cu BVB	Cristian GAVAN
E-mail:	c.gavan@mam-bricolaj.ro
Website	www.mam-bricolaj.ro
Cod LEI	984500D0A6271D6C5333
Simbol de tranzactionare	MAM
Cod ISIN	ROGH6Z6S8RD8

2.2. SCURT ISTORIC AL SOCIETATII:



Societatea a fost infiintata ca societate cu raspundere limitata de catre domnul Cristian GAVAN, in anul 2011, initial fiind denumita Materiale Accesorii Mobila – MAM SRL. Din 16 aprilie 2018, societatea a fost transformata in societate pe actiuni, schimbandu-si denumirea in MAMBricolaj, fiind vizata astfel extinderea societatii.

Plecand de la experienta sa anterioara (26 de ani ca producator de mobila), Dl. Gavan a sesizat necesitatea unui supermarket pentru producatorii de mobila, unde acestia sa poata achizitiona cea mai mare parte a materialelor de care au nevoie.

Ca urmare, au fost puse bazele primului magazin MAMBricolaj, pe 7 aprilie 2011, acesta fiind deschis in partea de Est a capitalei, pe Bdul Basarabia, intr-o zona usor accesibila si la vedere si avand o suprafata totala de 800mp. La inceput magazinul oferea profesionistilor in mobila o selectie de materiale si accesorii de baza, insa treptat gama acestora a fost extinsa pentru a satisface cererea in crestere din partea acestora.

Dat fiind faptul ca arealul de clienti era limitat la profesionistii de mobila, Emitentul a cautat solutii pentru extinderea in timp a clientelei, motiv pentru care a initiat in urma cu 6 ani un proiect propriu de cursuri de formare profesionala pentru pasionatii de mobila – „Scoala de mobila”. Ideea a fost una inspirata deoarece a creat o noua categorie de clienti fideli, pasionatii de mobila si noi profesonisti in fabricarea de mobila la comanda, aspect ce s-a reflectat in cresterea vanzarilor de produse. Initiat ca un proiect pilot, „Scoala de mobila” a devenit o referinta pentru specialistii de mobila, formand an de an zeci de noi specialisti in mobila.

In anul 2014, ca urmare a cererii in crestere, dar identificand oportunitatea extinderii si in alte zone din Bucuresti, Emitentul a deschis cel de-al doilea magazin, de aceasta data in partea de Sud a capitalei, la adresa de pe Str. Luica nr. 180. Magazinul are o suprafata de 1,500 mp si este de asemenea pozitionat intr-o zona cu trafic intens, acoperind astfel si zona de sud a Bucurestiului. Prin aceasta extindere, noul magazin a completat activitatea societatii si cu servicii de debitare si cantuire a corpurilor pentru mobilier, ceea ce a adus valoare adaugata mai ridicata a magazinului si acoperind in acest fel mai bine necesitatile profesionistilor si pasionatilor de mobila.

Dat fiindca faptul ca potentialul de crestere a afacerii era limitat de numarul restrans al clientelei potentiale, Emitentul a cautat, ca faza ulterioara de dezvoltare si de accelerare a cresterii, sa identifice un nou model de business in care sa poata fi vizat si publicul larg, nu numai profesionistii si pasionatii de mobila. De aceea, printr-un mix de politici de marketing/PR corelate cu extinderea produselor si serviciilor oferite, MAMBricolaj a reusit gradual sa adreseze din ce in ce mai multi clienti care fac parte din categoria publicului larg.

In acest sens, Emitentul a introdus in magazinele proprii si servicii de proiectare de mobila, ceea ce a determinat practic ca orice persoana care doreste sa achizitioneze mobila sa poata sa se adreseze MAMBricolaj. Astfel, in loc sa mearga la un magazin care comercializeaza mobila standard, orice persoana putea merge si la MAMBricolaj pentru fabricarea acesteia, beneficiind in acelasi timp de o serie de facilitati semnificative:

- proiectarea mobilei in functiile de necesitatile specifice de spatiu ale clientului;

- se pliaza mai bine pe cerintele clientilor oferind o gama extinsa de materiale din care poate sa fie facuta mobila dorita;
- ofera un pret semnificativ mai bun comparativ cu mobila la comanda sau mobila standard;
- ofera experienta unui nou mod de procurare de mobila, in care clientul participa activ la procesul de fabricare a acesteia.

Astfel, treptat societatea si-a extins grupul de clienti tinta, ajungand sa se adreseze intr-o masura din ce in ce mai mare publicului larg, care urmareste sa-si achizitioneze mobila conform cerintelor specifice de spatiu si de calitate a materialelor. Practic, acest lucru s-a produs si ca urmare a faptului ca Emitentul a identificat aceasta noua nisa de piata, neexplorata pana la acel moment, la granita dintre industria mobilei si a bricolajului in mobila, care aduce avantaje concrete clientilor comparativ cu modalitatile de procurare de mobila clasice.

La succesul acestei schimbari de viziune a afacerii a contribuit si locatia magazinelor, acestea fiind situate in centre cu densitate ridicata a populatiei, in care predomina persoanele cu venituri medii sau mici, care sunt vizate cu preponderenta de catre MAMBricolaj.



Cu scopul de a raspunde mai bine acestei noi directii de dezvoltare a afacerii, in aprilie 2019, Emitentul a decis schimbarea locatiei primului magazin deschis, fiind vizata atat extinderea spatiului pentru a permite accesul in acelasi timp a unui numar mai ridicat de clienti, dar si pentru extinderea gamei de produse oferite acestora. Astfel, noul magazin are o suprafata mai mare – de 1,100 mp si a fost deschis tot in partea de Est a capitalei, pe Sos. Morarilor nr. 2A , pozitionarea fiind una foarte buna, cu acces usor al clientilor. Crestere suprafatei a oferit societatii posibilitatea de expunere a accesoriilor de mobilier pe o suprafata mult mai mare si anume: 100 mp de showroom, 800 mp suprafata magazin si 200 mp pt depozit. Societatea MAMBricolaj se afla in discutii pentru inchirierea unui spatiu necesar pentru deschiderea celui de-al treilea magazin. Magazinul este proiectat sa fie finalizat in acest an, urmand a fi deschis efectiv la inceputul anului viitor, asigurand acoperirea zonelor in care se gaseste un public care corespunde profilului standard al unui client normal al MAMBricolaj.

Incepand cu anul 2014, Societatea a lansat si un magazin on-line - <https://webshop.mam-bricolaj.ro/> prin intermediul caruia comercializeaza materiale si accesorii pentru casa, reusind sa acceseze noi categorii de clienti din afara Bucurestiului si pregatind astfel extinderea si in alte centre urbane importante din tara. Treptat, Emitentul urmareste ca magazinul on-line sa poata oferi gama completa de produse si servicii din cele 2 magazine proprii, inclusiv partea de consultanta pentru proiectarea de mobila, ceea ce poate creste exponential vanzarile pe acest canal de distributie.

Alti diferentiatori ai MAMBricolaj fata de competitie:



- faptul ca in fiecare magazin sunt prezenti **consilieri de vanzari** care au cunostinte temeinice in domeniu;
- o **diversitate larga** a produselor comercializate;
- o **reputatie foarte buna** in randul producatorilor de mobila, dar si al pasionatilor de bricolaj.

De asemenea, un aspect important de subliniat este o **pozitionare buna a magazinelor, in zone vizibile, cu trafic intens**, ceea ce a dus la situarea pe o curba ascendenta si identificarea obiectivului in 2020, dedeschidere a unui nou magazin, in zona Militari pentru a acoperi partea de vest a orasului. Noul magazin va avea o suprafata de aproximativ 2000 mp si va acoperi aceasi gama de produse.

Noul magazin, pe care Societatea se asteapta sa il deschida in perioada 2020-2021, va acoperi partea de vanzare de accesorii, dar si cea de servicii de debitare, cantuire pal si gaurire panouri pentru mobilier.

Analiza SWOT

Puncte forte:

- ✦ Oferirea unei game largi de produse, avand o diversitate larga a produselor comercializate (peste 9,000 de produse);
- ✦ Oferirea unui pret accesibil pentru produsele si serviciile sale, raport bun pret/calitate;
- ✦ Pozitionare geografica favorabila – acoperind mai multe zone din Bucuresti, in zone vizibile cu trafic intens;
- ✦ O reputatie foarte buna in randul producatorilor de mobila, dar si al pasionatilor de bricolaj; Cresterea notorietatii - vizibila prin cresterea sustinuta a vanzarilor;
- ✦ Notorietate ridicata in randul pasionatilor si profesionistilor de mobila, obtinuta ca urmare a organizarii celor 21 de editii de cursuri „Scoala de mobila”;
- ✦ Deschiderea de noi magazine pe alte piete la nivel geografic denota sustenabilitatea cresterii afacerii si atractivitate pentru investitori;
- ✦ Echipa experimentata, specializata in domeniul in care activeaza societatea;
- ✦ Linii de business complementare, cu diversificarea riscului si maximizarea avantajelor competitive (ex - accesorii pentru mobila, servicii de proiectare mobilier);
- ✦ Dezvoltarea retelei de magazine este completata de vanzarile on-line de materiale/accesorii/mobila prin intermediul site-ului propriu;
- ✦ Concept de magazin care include organizarea in spatiu si pe verticala ceea ce permite reducerea spatiului alocat magazinelor, o eficienta crescuta din punct de vedere al costurilor si o deservire mai buna a clientilor;
- ✦ Impartire echilibrata a clientelei intre profesionisti si clienti din sfera publicului larg, ceea ce nu expune compania intr-o proportie mare unei singure categorii de clienti;
- ✦ Diversificare a furnizorilor, pentru fiecare categorie importanta de produse existand mai multi furnizori;
- ✦ Grad de indatorare redus si in scadere in ultimii ani;
- ✦ Mix unic in industria si bricolajul de mobila: supermarket de accesorii si materiale de mobila dar si posibilitatea de achizitionare de mobila conform cerintelor specifice de calitate si dimensiuni cerute de clienti;

Puncte slabe:

- Localizarea magazinelor doar in Bucuresti;
- Numarul redus de personal;

Oportunitati:

- Nisa de piata in care isi desfasoara activitatea se gaseste la intersectia intre comercializarea clasica de mobila / mobila la comanda si supermarket specializat de materiale si accesorii de mobila si creeaza posibilitatea atragerii de clienti din toate categoriile, inclusiv din sfera publicului larg;
- Prin listarea la Bursa de Valori Bucuresti – in cadrul SMT notorietatea societatii va putea creste semnificativ, ceea ce va facilita atragerea de noi clienti inclusiv in locatiile ce urmeaza a se deschide;
- Prin listarea la Bursa de Valori Bucuresti – in cadrul SMT se dezvolta posibilitatea atragerii de capital necesar dezvoltarii si ulterior ofertei, ceea ce va pune societatea intr-o pozitie din ce in ce mai puternica comparativ cu competitorii directi;
- Ca urmare a notorietatii foarte bune, superioara dimensiunii actuale a societatii (retea de 2 magazine in Bucuresti si un magazin on-line), societatea poate dezvolta parteneriate locale in alte centre urbane din Romania prin vanzarea de francize, ceea ce va genera o noua sursa de venituri;
- Pandemia COVID-19 a creat oportunitati deosebite legate de extinderea vanzarilor on-line, vanzarile on-line realizate de societate in primul semestru depasind pe cele din intregul an anterior si existand premise pentru cresterea rapida in continuare;
- Potential de crestere al cotei de piata, prin deschidere de noi magazine in Bucuresti sau in alte orase mari din tara;
- Potential de extindere a societatii la nivel national si atragerea de noi clienti;
- Dezvoltarea unui nou tip de clientela, prin intermediul proiectului „Scoala de mobila”;
- Potential de atragere a unor noi clienti prin dezvoltarea serviciilor oferite, precum cel de proiectare si configurare a mobilei;

Amenintari:

- ⌘ Atragerea si retentia de personal specializat pentru consultanta in vanzari oferita clientilor;
- ⌘ Integrarea noului personal in cadrul Societatii;
- ⌘ Cresterea costurilor administrative pe masura dezvoltarii retelei de magazine, posibilitati de control la nivel de magazin mai reduse dupa extinderea retelei;
- ⌘ Concurenta ridicata din partea unor competitori ce au o cota de piata mai mare si un actionariat puternic din afara tarii;
- ⌘ Odata cu dezvoltarea pietei - intensificarea concurentei, aparitia de noi jucatori pe piata cu portofolii de produse mai diversificate decat in anii precedenti;
- ⌘ Venirea unei crize generate de pandemia COVID-19, sau alte crize de natura financiara, ce ar putea reduce bugetul alocat de gospodarii pentru amenajarea, mobilierea si dotarea locuintelor.

3. DESCRIEREA ACTIVITATII EMITENTULUI



Scopul initial al societatii MAMBricolaj a fost sa deserveasca profesionistii si pasionatii de mobila, oferindu-le prin intermediul unui supermarket specializat toate produsele esentiale de care acestia au nevoie.

Pentru a putea creste volumul afacerilor, compania a initiat in 2014 un proiect pilot de formare profesionala de specialisti in mobila, denumit „Scoala de mobila”. Proiectul este unul de referinta pentru industria de profil, ajungand anul acesta la cea de-a 21-a editie si formand peste 500 de specialisti in mobila. In cadrul cursurilor, participantii invata despre accesorii de mobilier, functionalitati, ponturi, reglaje, dar si modul in care se pot proiecta si pune in practica, ajungand in final, sa invete sa faca mobila.

In acest fel, societatea a reusit sa-si extinda de la an la an aria de clienti potentiali, adaugand noi profesionisti industriei de profil si in

acelasi timp castigand un numar insemnat de noi clienti fideli.

Deoarece in aceasta situatie potentialul de crestere al afacerii era limitat la numarul restrans de specialisti in mobila, societatea si-a schimbat strategia, si prin intermediul unui mix de politici de marketing si PR, precum si prin adaugarea unor noi game de produse si mai ales servicii noi precum proiectare de mobila, a reusit sa acceseze intr-o masura din ce in ce mai mare publicul larg care doreste sa isi procure mobila adaptata cerintelor proprii de calitate si care sa corespunda constrangerilor specifice de spatiu.

Astfel, misiunea societatii s-a dezvoltat in timp urmarindu-se obiectivul de a deservi la un nivel calitativ ridicat atat specialistii in mobila, cat si publicul larg, interesat sa-si procure mobila in concordanta cu cerintele calitative si de spatiu proprii. In acest sens, MAMBricolaj opereaza in prezent doua supermarket-uri de mobila in Bucuresti, unul in partea de Est si altul in partea de Sud, precum si un magazin on-line (<https://webshop.mam-bricolaj.ro/>) prin intermediul carora ofera o gama extinsa de mobilier si conexe, de peste 9,000 de articole, astfel incat clientii sa isi poata procura mobilier la cheie in functie de preferintele specifice ale fiecaruia.

Practic, MAMBricolaj a creat un concept nou de magazin, situat la granita dintre bricolajul in mobila si fabricarea de mobila, permitand si publicului larg neavizat sa participe la constructia propriei mobile, intr-un mod similar procurarii de mobila la comanda, dar in conditiile unui raport calitate/preț sensibil mai avantajos.

Noul concept de magazin aduce avantaje competitive multiple comparativ cu magazinele clasice de mobila (care pun in vanzare mobila standard), dar si comparativ cu varianta de mobila la comanda:

Avantajele competitive comparativ cu magazinele clasice de mobila:

- Clientul isi proiecteaza mobila cu ajutorul unui consultant MAMBricolaj, aceasta fiind adaptata perfect restrictiilor de spatiu ale clientului;
- Clientul are la dispozitie o gama mult mai extinsa de materiale/accesorii/culori decat mobila standard;
- Raportul calitate/preț este mult mai avantajos fata de varianta de mobila standard;
- Clientul participa din perspectiva creativa la crearea propriei mobile, ceea ce duce la crearea unui sentiment de satisfactie dupa procurarea mobilei;
- Din punct de vedere al eficientei utilizarii spatiului magazinului de desfacere, suprafata pentru magazinele MAMBricolaj este mult mai redusa; organizarea spatiului este facuta atat pe orizontala, cat si pe verticala, crescand astfel eficienta si avand ca efect reducerea costurilor fixe, reflectandu-se in cele din urma in marje de profit semnificativ mai ridicate ale emitentului;
- Fata de magazinele de mobila standard, MAMBricolaj ofera si posibilitatea procurarii de accesorii si materiale si nu numai mobila propriu-zisa, ceea ce creste semnificativ rulajul magazinelor.

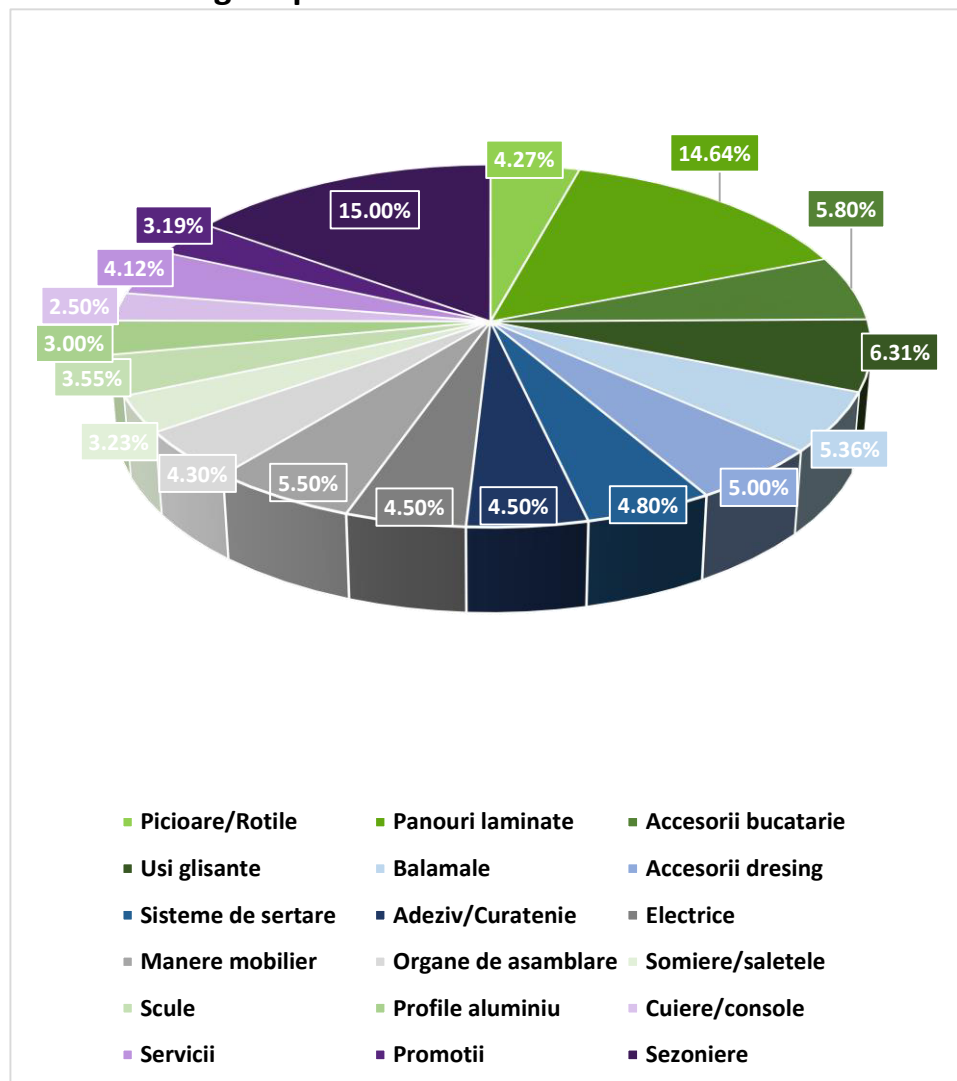
Avantajele competitive comparativ cu varianta mobilei la comanda:

- Varianta de proiectare si executie de mobila prin MAMBricolaj este mult mai accesibila publicului larg, comparativ cu mobila la comanda, pentru care specialistii sunt greu de gasit;
- Calitatea mobilei produse de micii producatori particulari de mobila nu poate fi garantata, lucrarile fiind de cele mai multe ori facute la „negru”, ceea ce face imposibil ca respectivii clienti sa se poata adresa autoritatilor in situatii de calitate slaba a mobilei fabricate;
- Prețul poate fi semnificativ mai mic fata de varianta mobilei la comanda;
- Clientul are la dispozitie o gama mult mai extinsa de materiale/accesorii/culori (peste 9,000 de articole) decat in cazul mobilei la comanda;
- Executia proiectului este mult mai rapida in cazul MAMBricolaj comparativ cu mobila la comanda.

Din punct de vedere al produselor oferite in magazinele MAMBricolaj, numarul acestora a crescut constant ajungand, la momentul redactarii documentului, sa depaseasca 9,000 articole. Gama extinsa de articole disponibile reprezinta un avantaj important al societatii deoarece atat producatori de mobila mici si mijlocii, cat si clientii persoane fizice gasesc o gama variata de materiale si accesorii si pot realiza astfel alegeri optime din punct de vedere al raportului calitate/preț.

Un aspect important este acela ca nicio categorie de produse nu are o pondere in vanzari de peste 15%, raportat la anul 2019, trend care se pastreaza si in prima parte a anului 2020, ceea ce scoate in evidenta un punct forte al magazinelor MAMBricolaj: diversitatea ridicata a produselor sale, ceea ce face ca Emitentul sa fie greu de concurat. In anul 2019, produsele cu ponderea cea mai mare in vanzarile Emitentului sunt: produsele sezoniere (aprox. 15%), panourile laminare (14.6%), usi glisante (6.3%), manere mobilier (5.5%) accesorii bucatarie (5.80%), balamale (5.36%), restul avand o pondere de sub 5% in totalul vanzarilor din anul 2019.

Pondere categorii produse in Cifra de Afaceri in anul 2019



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

De asemenea, un aspect esential pe care pune accent MAMBricolaj este experienta clientului in magazin, in acest sens serviciile pe care le ofera facand diferenta. Astfel, pentru un client neavizat care doreste sa-si procure mobila, serviciile de consiliere si de proiectare sunt absolut necesare si reprezinta cheia atragerii acestei categorii de clienti in magazinele societatii. Cu toate acestea, ponderea in vanzarile totale a serviciilor (consiliere, proiectare, debitare, aplicare cant, gaurire) nu reprezinta decat 7% in anul 2019, crescand de la 4% in 2018 si 3% in 2017, insa contribuie la atragerea publicului larg pentru achizitionarea materialelor necesare fabricarii mobilei. Cresterea monetizarii serviciului de proiectare de mobila poate fi facuta in anii urmasori, pe masura atragerii unei mase din ce in ce mai largi de clienti din categoria publicului larg.

Pentru asigurarea la un nivel ridicat a serviciilor de proiectare/debitare, aplicare cant si gaurire, dar si pentru o calitate ridicata a produselor rezultate (conform instructiunilor clientului, fara generare de rebuturi) societatea foloseste software specializat, care are ca rezultat o rapiditate mult mai mare a executiei operatiunilor respective, necesare producerii subsansamblelor de mobila si un nivel scazut al rebuturilor.

Societatea pune un accent deosebit pe diversificarea furnizorilor pentru produse similare, pentru a nu aparea dependenta de un singur furnizor, chiar daca acesta ofera produse avand un raport calitate pret bun. In acest fel se reduce semnificativ riscul asociat unor intreruperi in furnizarea unei

anumite categorii de produse, ca urmare a unei situatii exceptionale a unui anumit furnizor si in plus, societatea este in masura sa ofere o gama mai variata de produse de acelasi fel.

In acest sens, prezentam mai jos cateva categorii de produse importante prezente in magazinele MAMbricolaj:

- Categoria Panouri laminate - sunt comercializate produse de la 10 furnizori diferiti si se ofera clientilor o gama larga de culori/modele/dimensiuni. Panourile laminate contin la randul sau 5 subcategorii:

- Pal melaminat
- MDF
- Pfl
- Blaturi
- Canturi.



- Categoria Balamalele pentru mobila (fac legatura intre corpul de mobilier si usa acestuia, permitand deschiderea usii pana la anumite unghiuri) contin la randul lor 5 subcategorii, care sunt impartite in functie de :

- furnizori;
- tip de deschidere;
- durata de viata;
- accesibilitate.



- Categoria **Sisteme Usi Glisante** care contine 3 subcategorii, impartite pe furnizori, calitate si functionalitate /factor de putere.

- Categoria **Sisteme de Sertare** contine 5 subcategorii impartite la randul lor, in functie de :
 - dimensiuni,
 - in functie de extractie,
 - amortizare la inchidere
 - greutate sustinuta.

Chiar daca publicul tinta se situeaza in zona populatiei cu venituri medii si mici, societatea ofera spre vanzare variante de produse avand calitate si preturi diferite, de la categoria premium la cea medie sau low-cost.

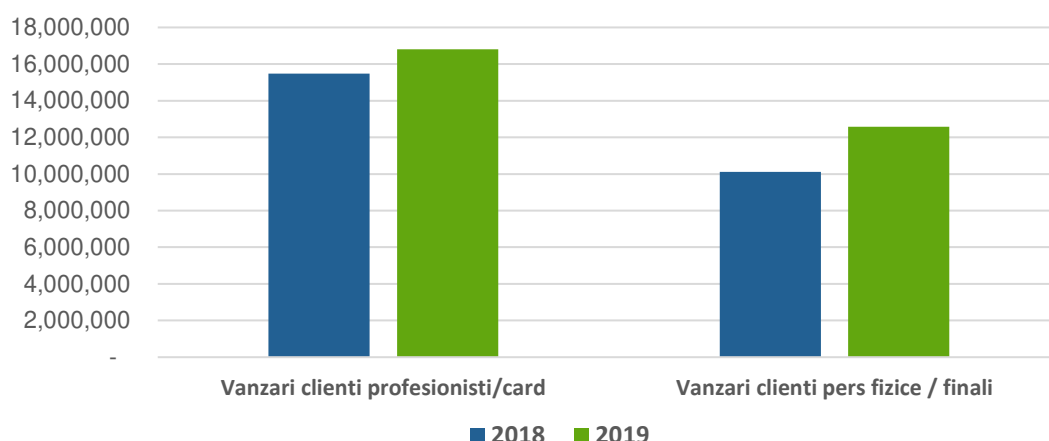


1. Procentul din vanzari reprezentat de vanzarile catre profesionistii si pasionatii de mobila si cel reprezentat de publicul larg

An	Total tranzactii	Vanzari clienti profesionisti/card	Vanzari clienti pers fizice / finali	Total vanzari
2018	183,429.00	15,480,780	10,115,059	25,595,839.00
2019	197,685.00	16,799,114	12,570,256	29,369,370.00
<i>Evolutie</i>				
2019/2018	7.8%	8.5%	24.3%	14.7%

Comparativ cu anul anterior, in 2019, s-au inregistrat cresteri atat la nivelul vanzarilor totale, cat si pe fiecare categorie in parte, cel mai mare avans fiind inregistrat in valoarea vanzarilor catre clienti persoane fizice/clienti finali, de +24.3%.

Evolutia vanzarilor in functie de tipul de client (RON)

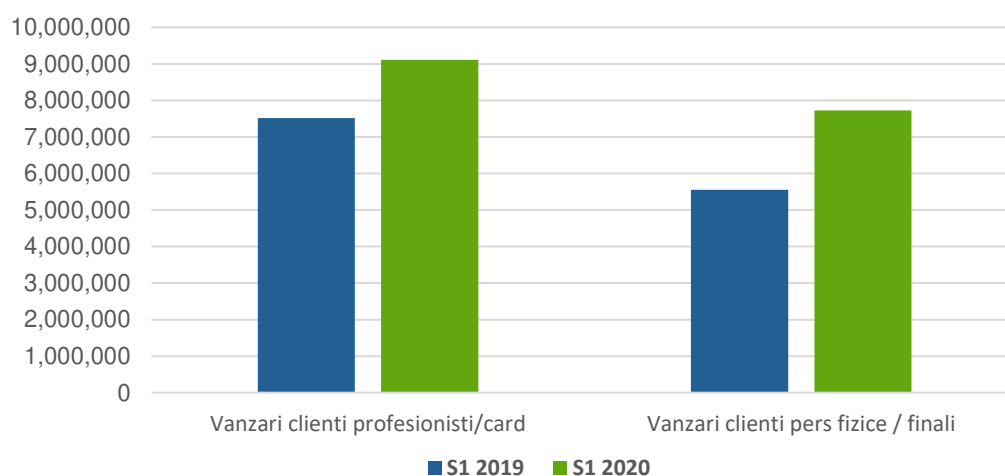


Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

An	Total tranzactii	Vanzari clienti profesionisti/card	Vanzari clienti pers fizice / finali	Total vanzari
S1 2019	89,210	7,518,794	5,557,370	13,076,165
S1 2020	109,305	9,116,492	7,730,516	16,847,008
<i>Evolutie S1 2020/2019</i>	22.5%	21.2%	39.1%	28.8%

La nivel semestrial, societatea a inregistrat o crestere de 22.5% a numarului de tranzactii, in timp ce totalul vanzarilor s-a majorat cu aproape 29% fata de prima jumatate a anului trecut. In randul categoriei de clienti profesionisti, s-a inregistrat o majorare a vanzarilor de 21%, iar in cadrul categoriei de persoane fizice/clienti finali s-a observat cea mai mare crestere organica, de la un an la altul, de peste 39%. Ultima categorie mentionata, ce are o pondere de aprox. 46% din totalul de vanzari in S1 2020, reprezinta un potential de crestere pentru MAMBricolaj, inregistrand atat in 2019 un avans de 24%, cat si in S1 2020 de 39%.

Evolutia vanzarilor in functie de tipul de client (RON)

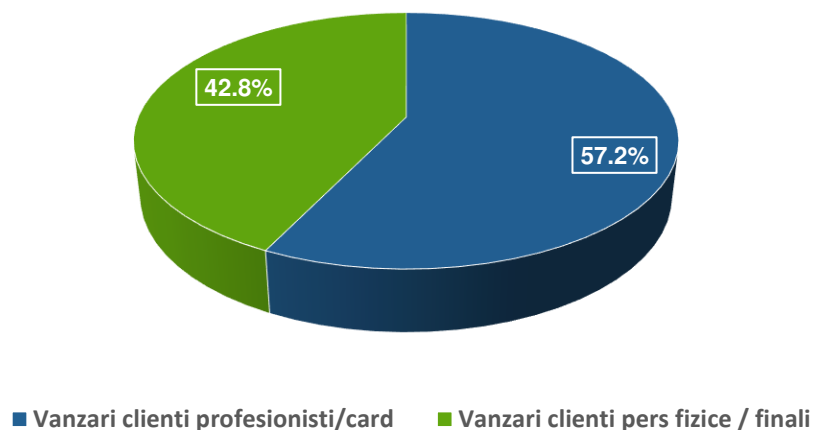


Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

An	Vanzari clienti profesioniști/card	Vanzari clienti pers fizice / finali
2018	60.5%	39.5%
2019	57.2%	42.8%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Pondereea in total vanzari - anul 2019

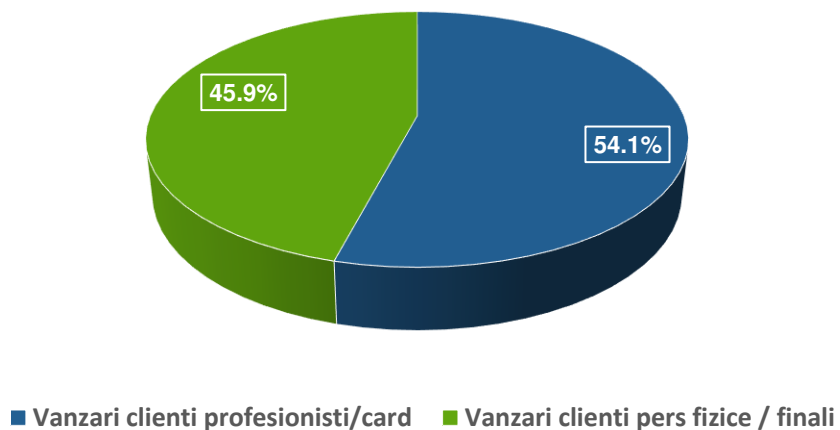


■ Vanzari clienti profesioniști/card ■ Vanzari clienti pers fizice / finali

An	Vanzari clienti profesioniști/card	Vanzari clienti pers fizice / finali
S1 2019	57.5%	42.5%
S1 2020	54.1%	45.9%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A

Pondereea in total vanzari in S1 2020



■ Vanzari clienti profesioniști/card ■ Vanzari clienti pers fizice / finali

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

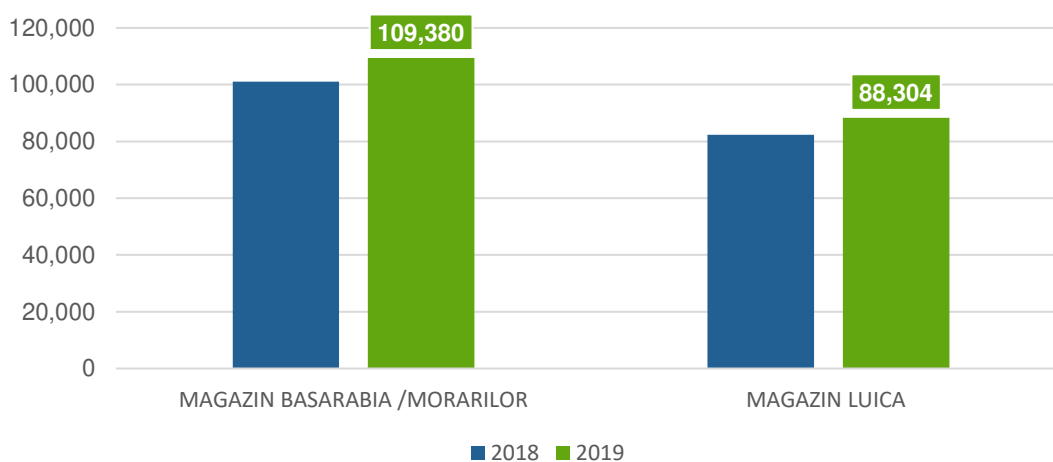
2. Statistica cu numarul de tranzactii pe an, la nivel de magazin:

AN	MAGAZIN BASARABIA /MORARILOR	MAGAZIN LUICA	TOTAL TRANZACTII PER COMPANIE
2018	101,094	82,335	183,429
2019	109,380	88,304	197,685
<i>Evolutie 2019/2018</i>	8.2%	7.2%	7.8%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

AN	MAGAZIN BASARABIA /MORARILOR	MAGAZIN LUICA	TOTAL TRANZACTII PER COMPANIE
IAN – IUN 2019	50,035	39,175	89,210
IAN – IUN 2020	61,326	48,449	109,305
<i>Evolutie S1 2020/2019</i>	22.6%	23.7%	22.5%

Evolutia anuala a tranzactiilor pe magazin



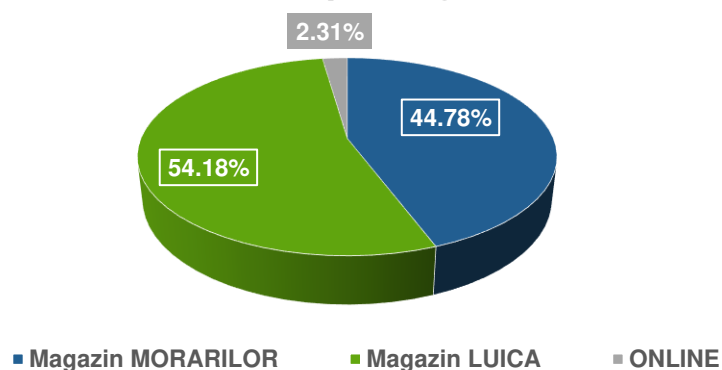
Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

3. Ponderea fiecarui magazin in vanzarile totale, inclusiv Magazinul online:

AN	MORARILOR	LUICA	ONLINE
2018	45.9%	52.98	1.12%
2019	44.78%	54.18%	2.31%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Pondere vanzari pe magazine - 2019

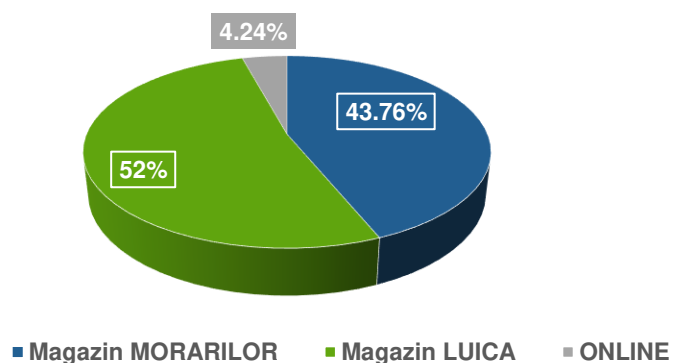


Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

VANZARI AN	BASARABIA/MORARILOR	LUICA	ONLINE
S1 2019	44.1%	54.3%	1.6%
S1 2020	43.8%	52.2%	4.1%

Comparativ cu prima jumatate a anului trecut, societatea a inregistrat o crestere a ponderii vanzarilor online in totalul de vanzari, crescand de la 1.6% in S1 2019 la 4.1% in S1 2020. Aceasta majorare a ponderii in total vanzari a venit cumulat cu crestere de peste 3 ori a vanzarilor online in S1 2020, fata de aceeaasi perioada a anului trecut. Evolutia pozitiva a vanzarilor online inregistrata in prima jumatate a anului s-a datorat in principal orientarii clientilor catre mediul online din cauza pandemiei COVID-19 si a masurilor luate de autoritati pentru a limita raspandirea coronavirusului.

Pondere vanzari pe magazine - S1 2020



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

4. Evolutia vanzarilor efective la nivelul fiecarui magazin:

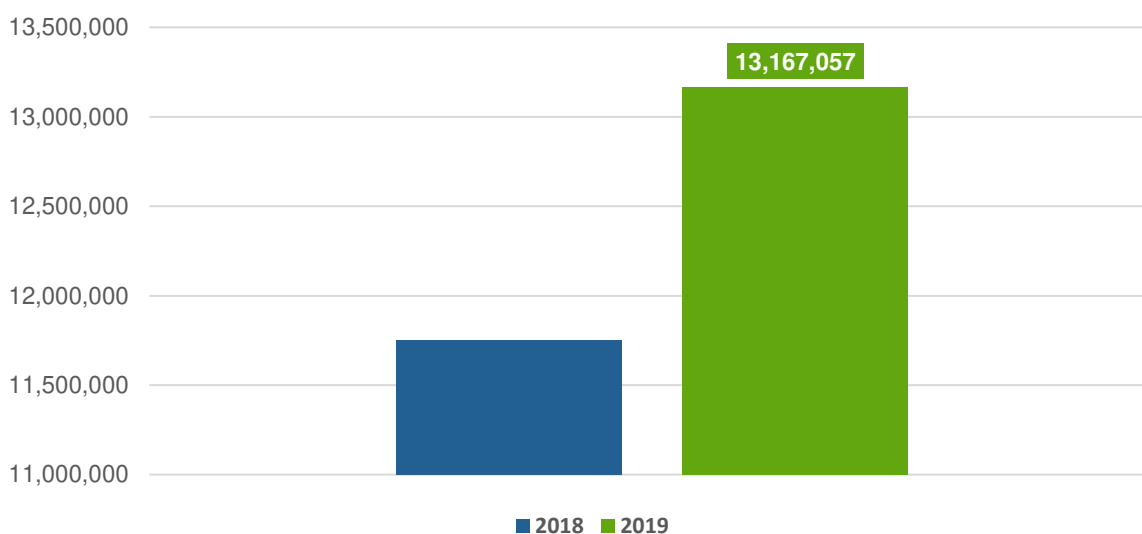
VANZARI AN	BASARABIA/MORARILOR	LUICA	ONLINE	VANZARI TOTALE
2018	11,751,821	13,330,203	513,815	25,595,839
2019	13,167,057	15,716,747	485,566	29,369,370
<i>Evolutie 2019/2018</i>	12.0%	17.9%	-5.5%	14.7%

VANZARI AN	BASARABIA/ MORARILOR	LUICA	ONLINE	VANZARI TOTALE
IAN – IUN 2019	5,763,334	7,101,645	211,186	13,076,165
IAN – IUN 2020	7,335,072	8,747,000	679,928	16,762,000
<i>Evolutie</i>	27.3%	23.2%	222.0%	28.2%

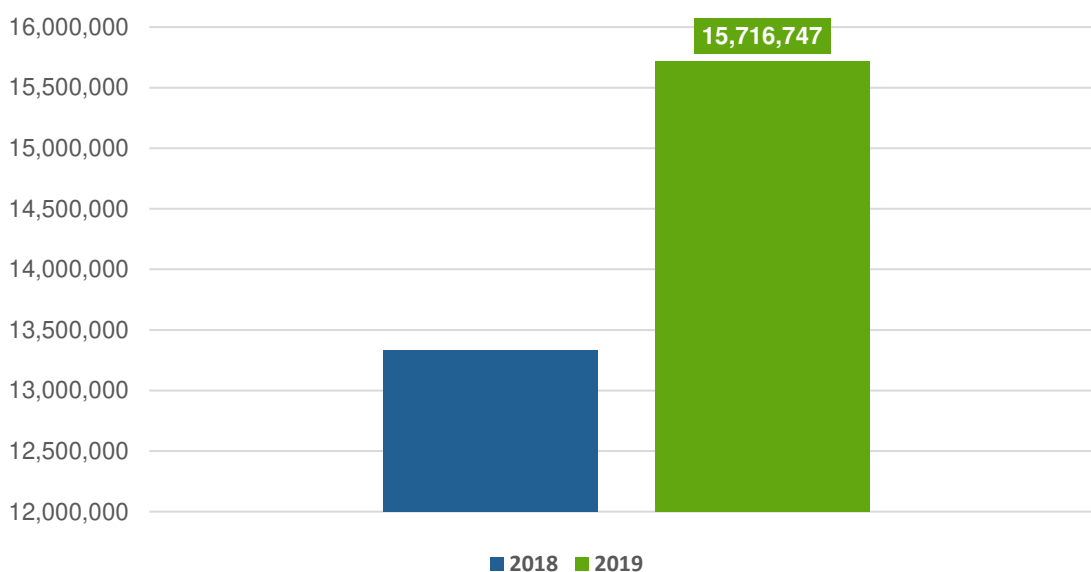
Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Prima jumătate a anului a reprezentat o perioadă de creștere pentru MAMBricolaj, înregistrând evoluții pozitive în cadrul fiecărui magazin, inclusiv cel online. Vânzările online au un potențial de creștere destul de important pentru societate, crescând de peste 3 ori în S1 2020 față de aceeași perioadă a anului trecut și depășind în 6 luni, cu 40%, valoarea totală a vânzărilor online înregistrate de societate în tot anul 2019, ca urmare a măsurilor luate de autorități pentru a limita răspandirea coronavirusului și a orientării clienților către mediul online.

Evoluția anuală - la nivelul magazinului Basarabia/Morarilor

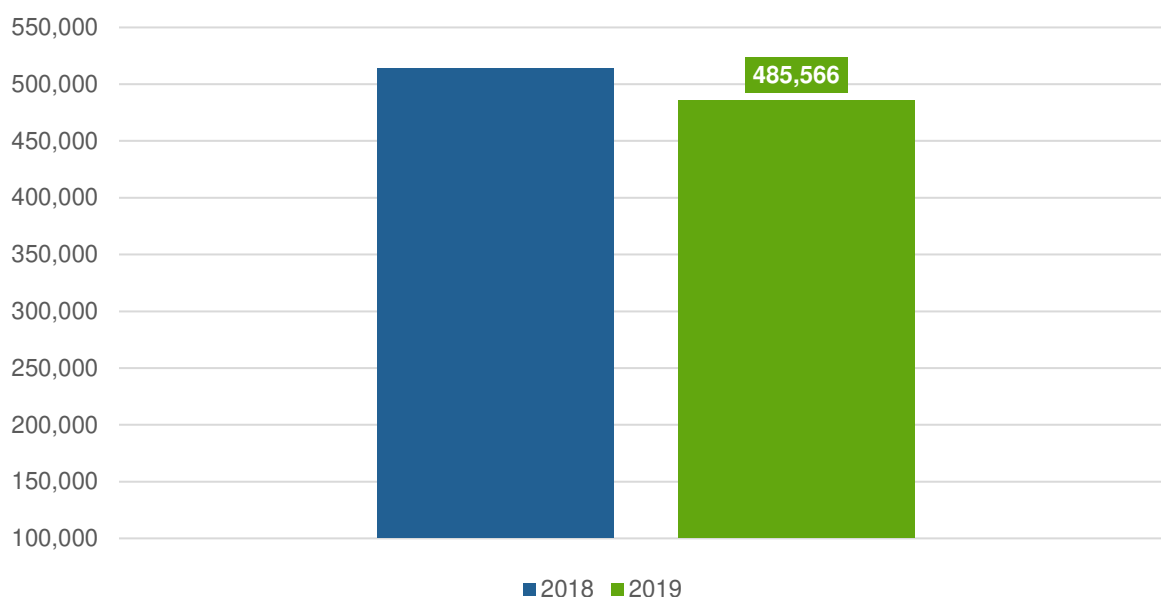


Evoluția anuală - la nivelul magazinului Luica



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Evolutia anuala - la nivelul magazinului online



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

5. Ponderea numarului de reclamatii in total numar de comenzi, evolutia de la an la an

Numarul de reclamatii a scazut de la data implementarii standardului de referinta ISO 9001: 2015, mentinandu-se din anul 2014 la 0.12% pe an.

6. Evolutia numarului de angajati si structura de angajati de acum: personal de conducere, vanzatori, consilieri, TESA, etc)

Evolutia numarului de angajati

An referinta	Nr angajati - la inceput de an	Nr angajati - la sfarsit de an
2018	62	64
2019	65	74
2020	72	107

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Diferentele aparute intre numarul de angajati la inceput de an si cel de la sfarsit de an, difera datorita contractelor care s-au incheiat la sfarsitul anului precedent sau care au inceput in anul urmator.

Dupa cum se poate observa numarul de personal a crescut de la un an la altul, strategia de recrutare de personal suplimentar fiind necesara pentru a putea face fata cresterii vanzarilor si a cererilor venite de la clienti, dar si dezvoltarii in ansamblu a afacerilor companiei.

Structura angajatilor la 31.12.2020

1. Administrator – Director general - 1
2. Specialist imbunatatire procese - 1
3. Director general adjunct – 1
4. Director de marketing – 1

5. Director de magazin - 2
6. Contabil – 2
7. Secretara - 1
8. Designer pagini web – 2
9. Gestionar depozit – 5
10. Coordonator de magazin - 4
11. Lucrator comercial - 53
12. Casier – 8
13. Ambalator manual - 4
14. Operator masini cu comanda numerica - 3
15. Tamplar universal - 8
16. Manipulant marfa - 7
17. Sofer - 2

4. INFORMATII CU PRIVIRE LA ACTIUNI SI STRUCTURA ACTIONARIATULUI:

Structura actionariatului la data intocmirii Memorandumului, 11 ianuarie 2021, conform informatiilor furnizate de Emitent este urmatoarea:

Nume actionari	Numar actiuni	Procent detinere
Cristian GAVAN	1,143,000	67.5133%
Petruta – Puica GAVAN	127,000	7.5015%
Persoane fizice	408,000	24.0992%
Persoane juridice	15,000	0.8900%
Total	1,693,000	100%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

La data intocmirii Memorandumului capitalul social al Societatii este constituit din suma de 169,300 lei si este impartit in 1,693,000 de actiuni nominative, cu o valoare nominala de 0.10 lei fiecare. Capitalul social a fost subscris si vărsat integral in numerar.

GĂVAN CRISTIAN are un aport la capitalul social constand in suma de 114,300 lei, subscris si varsat integral in numerar, divizat in 1,143,000 actiuni nominative cu o valoare nominala de 0.1 lei si participa la impartirea beneficiilor si la suportarea pierderilor proportional cu cota de participare la constituirea capitalului social, respectiv 67.5133%.

GĂVAN PETRUȚA-PUICA are un aport la capitalul social constând in suma de 12,700 lei, subscris și vărsat integral in numerar, divizat in 127,000 actiuni nominative cu o valoare nominala de 0.10 lei si participa la impartirea beneficiilor si la suportarea pierderilor proportional cu cota de participare la constituirea capitalului social, respectiv 7.5015%.

La data intocmirii Memorandumului, 0.89% din capitalul social al societatii este detinut de persoane juridice, restul de aprox. 24.1% de persoane fizice, iar *free float-ul* companiei este de 24.98 %. La data mentionata mai sus, numarul total de actionari este de 67.

5. CONDUCEREA SOCIETATII

5.1. ADMINISTRAREA SOCIETATII

Societatea este administrata de un Administrator Unic, in persoana domnului Cristian Gavan. Administratorul Unic are un mandat de 4 ani, incepand cu data de 16.04.2018.

Cristian Gavan – fondatorul MAMBRICOLAJ S.A. are calitatea de Administrator. Are o experienta de peste 26 ani in Industria de mobilier, dar si studii in domeniul fabricarii de mobilier in cadrul UCECOM. Domnul Gavan este interesat mereu de noutatile din domeniu, fiind cel care a introdus acest nou concept de magazin care include supermarket de materiale si accesorii pentru mobila, bricolaj in mobila si serviciu de proiectare de mobila, targetand in acelasi timp atat profesionisti si pasionati de mobila cat si publicul larg (interesat de mobila la comanda). Domnul Gavan indeplineste si un rol important de reprezentare, participand anual la targurile si expozitiile de profil, precum si la conferinte pe teme de marketing si economie, sustinand astfel cresterea notorietatii brandului atat in randul clientelei cat si in mediul de afaceri. Dintre conferintele la care a participat mentionam: Conferinta BM – Cele mai inovatoare companii din Romania; Zilele Business Days; Conferinte RBL (Romania Bussiness Leaders); Conferintele Coface; Zilele Biz 2019; Conferinte Franchise Connection.

5.2. CONDUCEREA EXECUTIVA

1. **Director general adjunct – Secareanu Adrian:** – exprienta in domeniul vanzarilor accesorilor de mobilier de 6 ani, la momentul redactarii nu detine actiuni in cadrul societatii. Domnul Secareanu lucreaza in cadrul societatii inca din 2014, ocupand diferite functii, promovand gradual de la Supervizor la Director general adjunct. De asemenea, domnul Secareanu a urmat cursuri de dezvoltare profesionala atat in managementul performantei KPI, cat si al inovatiei si de leardship.

2. **Director magazin Luica: – Toma Marius:** – experienta in domeniul vanzarilor accesorilor de mobilier de 7 ani in societate si 5 ani la alte societati de profil; la momentul redactarii nu detine actiuni in cadrul societatii. Domnul Toma lucreaza in cadrul societatii inca din anul 2013, pornind de la pozitia de Consilier Vanzari, avansand in cateva luni la pozitia de Supervizor si ajungand in 2015 sa ocupe pozitia de Director magazin. De asemenea, domnul Toma a urmat cursuri de dezvoltare profesionala atat in managementul performantei KPI, cat si al inovatiei si de leardship.

3. **Director magazin Morarilor: - Seitan Mihai:** – experienta in domeniu vanzarilor de mobilier de 3 ani in societate; la momentul redactarii nu detine actiuni in cadrul societatii. Domnul Seitan lucreaza in cadrul societatii inca din anul 2017, pornind de la pozitia de Designer Web si a urmat cursuri de GDPR, Social Media, eCommerce si Vanzari pe langa cele in managementul performantei KPI, cat si al reclamatilor.

4. **Director de marketing: - Gavan Petruta** – experienta in domeniu de 7 ani in societate; la momentul redactarii detine 10% din actiunile societatii. Doamna Gavan, ocupa pozitia de director de marketing din anul 2013 si are ca responsabilitati principale stabilirea obiectivelor de marketing, aprobarea programelor de marketing si stabilirea resurselor si a formelor de promovare.

5. **Contabil sef – Leanca Ioana:** – experienta in domeniu contabil 19 ani, expert contabil de 6 ani, experienta in companie de 2 ani, la momentul redactarii nu detine actiuni in societate. Doamna Leanca este expert contabil CECCAR din noiembrie 2014, iar de la inceputul anului 2018 conduce departamentul de contabilitate al societatii.

6. **Responsabil al Sistemului de Management al calitatii - Zamfir Raluca:** – experienta in societate de 6 ani, la momentul redactarii nu detine actiuni in societate. Inainte de a se alatura conducerii societatii, doamna Zamfir a ocupat functii de jurist sau consultant jurist. Din anul 2014 este

responsabila cu managementul calitatii din cadrul MAMBricolaj si mentine constant o comunicare activa intre toate departamentele. Doamna Zamfir are atributii si din sfera de PR.

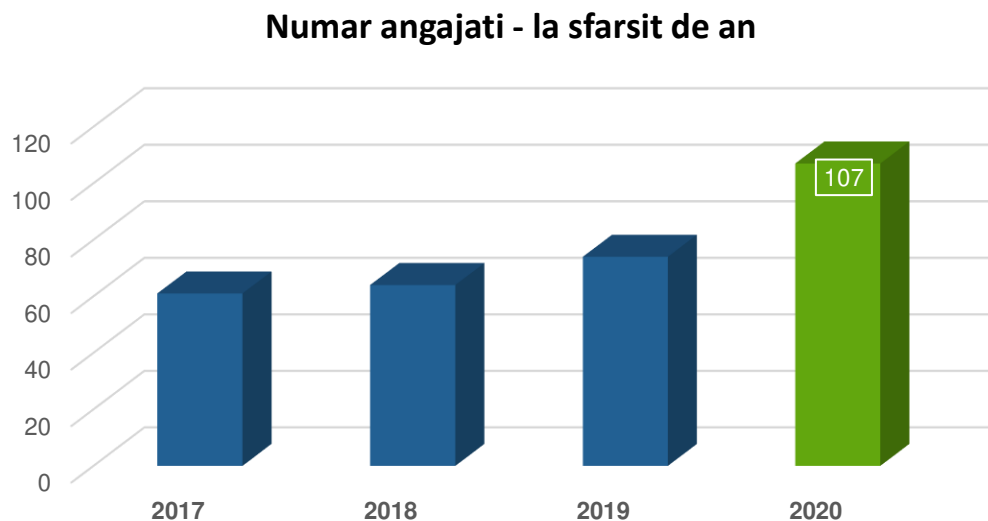
6. FUNCTIONAREA ORGANELOR DE ADMINISTRARE SI CONDUCERE

Administratorul are urmatoarele atributii de baza care nu pot fi delegate directorilor:

- a. Stabilirea directiilor principale de activitate si de dezvoltare ale societatii;
- b. Stabilirea sistemului contabil si de control financiar si de dezvoltare ale societatii;
- c. Numirea si revocarea directorilor si stabilirea remuneratiei;
- d. Supravegherea activitatii directorilor;
- e. Pregatirea raportului anual, organizarea adunarii generale a actionarilor si implementarea hotararilor acesteia;
- f. Introducerea cererii pentru procedura insolventei societatii, potrivit legii nr. 85/2014;

7. DETALII CU PRIVIRE LA ANGAJATI. ORGANIGRAMA

Daca la inceput activitatea societatii s-a desfasurat cu numai 10 angajati, in acest moment, numarul de personal a crescut substantial pentru a deservi cele 3 magazine (2 locatii fizice + unul *online*), ajungand la 107 angajati la sfarsitul anului 2020.



Sursa: MAMBricolaj S.A.

In anul 2019, Societatea a inregistrat un numar mediu de 68 de angajati. Societatea a inceput anul 2019 cu 65 angajati, ajungand in luna decembrie la 74 de angajati.

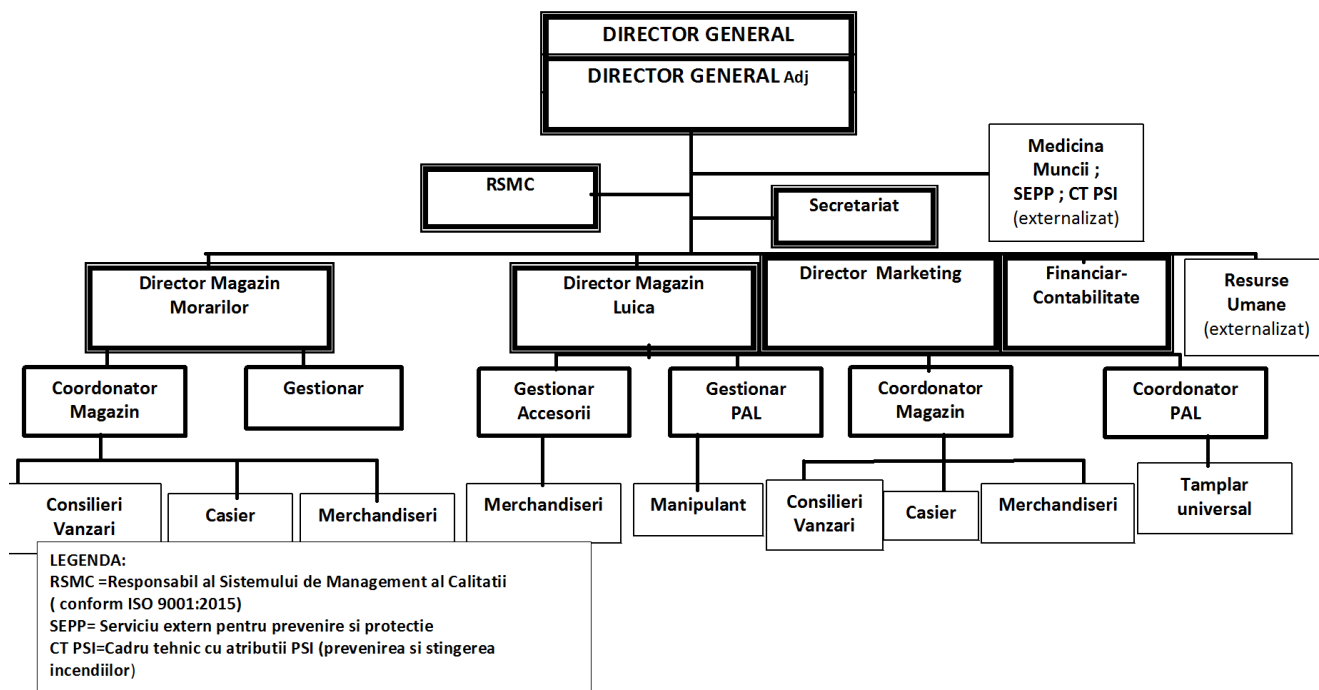
Angajatii Societatii nu sunt organizati sub forma unui sindicat. Dintre angajatii societatii, 12% dintre acestia au studii superioare, raportat la luna decembrie 2020, restul avand studii medii.

Impartirea angajatilor pe magazine la sfarsitul anului 2020

Locatie	Nr de salariati - Vanzare	Nr de salariati - Productie
Magazin Morarilor	30	21
Magazin Luica	31	25

Sursa: MAMBricolaj S.A.

ORGANIGRAMA “MAMBRICOLAJ SA”



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

8. COTA DE PIATA / PRINCIPALII COMPETITORI:

Principalii competitori sunt societati care au ca obiect de activitate vanzarea de accesorii de mobilier si servicii de cantuire si debitare pal dar si vanzari en-gros sau vanzarea altor produse conexe.

Dintre competitorii prezenti pe piata din Romania, ii enumeram pe urmatoarii:

Denumire	Data infiintarii	CAEN - principal	Produse	Nr salariat	Date financiare 2019
Regency Company SRL (8 locatii Bucuresti si in tara)	J40/2042/1999 RO 11680026	4673 - Comert cu ridicata al materialului lemnos, materialelor de constructii si al echipamentelor sanitare	Balamale, glisiera, sine glisiera, pal, cant	376	CA: 138,940,923 Profit net: 3,582,590 Marja neta: 2.6%
TRADY 2000 SRL (11 locatii Bucuresti si tara)	J40/10781/1999 RO 12472171	4690 - Comert cu ridicata nespecializat	Holzsurub, glisiera tandem, suport pantaloni, picioare, glisiera, sine glisiera, pal cant	211	CA: 84,555,617 RON Profit net: 1,136,357 RON Marja neta: 1.3%
Darell Impex SRL 3 locatii (Bucuresti, Brasov, Sibiu)	J40/30700/1992 RO 3318174	46 - Comert cu ridicata al altor bunuri de uz gospodaresc	Pal+ blaturi, Accesorii mobilier, Serv debitare si cantuire	70	CA: 31,952,132 RON Profit net: 1,135,159 RON Marja neta: 3.6%
WOODEN TEHNIC PROD IMPEX (Bucuresti, alte 5 orase)	J12/2220/1994 RO 6064151	4673 - Comert cu ridicata al materialului lemnos , materialelor de constructii si al echipamentelor sanitare	Accesorii de mobilier, pal, blaturi	125	CA: 85,064,855 RON Profit net: 1,149,265 RON Marja neta: 1.4%
CASA DI ADRIANO (4 locatii in Bucuresti)	J40/21831/2004 RO 17073821	4759 – comert cu amanuntul am mobliei, articolelor de eliminat si uz caznic	Accesorii de mobilier, pal, blaturi	76	CA: 18,788,148 RON Profit net: 113,218 Marja neta: 0.6%

Sursa: MAMBRICOLAI S.A.

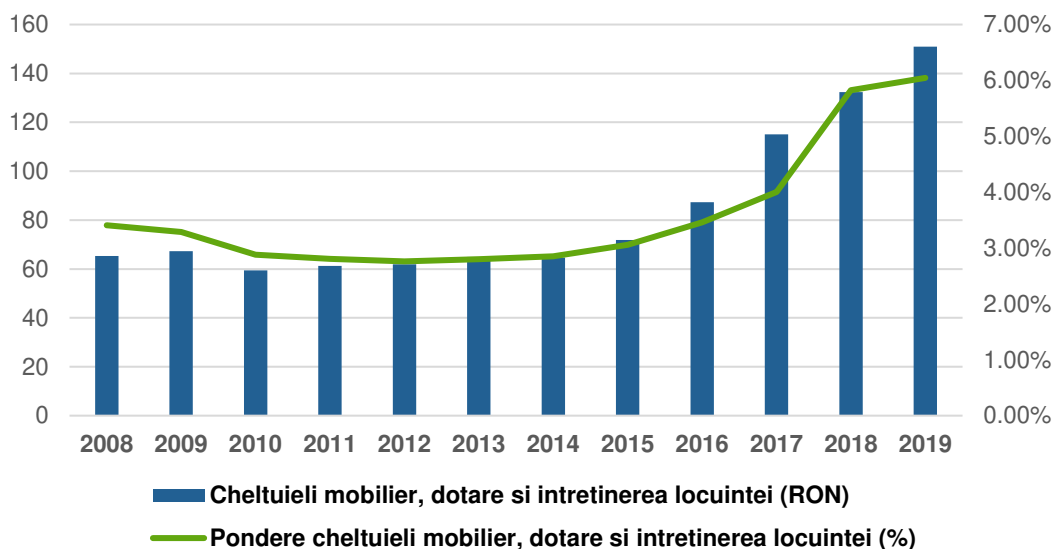
Conform unui studiu realizat de societatea de consultanta Frames, in conditiile in care mall-urile si magazinele de moda au fost inchise pe perioada pandemiei, romanii si-au indreptat atentia catre supermarketuri si magazine de bricolaj & electro retail, estimandu-se o crestere a vanzarilor de peste 25% fata de perioada corespondenta a anului trecut. In acest sens, petrecand tot mai mult timp acasa, marea majoritate a oamenilor s-a lovit de problema conditiilor de locuire, lucru ce i-a determinat sa concretizeze investitiile amanate in trecut. De asemenea, aceasta cerere ridicata vine si ca urmare a faptului ca multe obiecte sanitare si de climatizare au ajuns la finalul ciclului de functionare optima, fiind amplificata si de finalizarea multor locuinte construite in ultimii ani (noile conditii legale impun darea in folosinta cu toate racordurile finale).

Conform aceleasi firme de consultanta, peste 57,000 de angajati lucreaza in prezent in acest domeniu (societatilor care activeaza in comertul cu ridicata si amanuntul al materialelor pentru constructii, echipamentelor sanitare si de incalzire - COD CAEN 4673 si 4752), cu peste 17,000 mai

multi decat in 2010. Totodata, aceste afaceri se estimeaza ca vor ajunge in 2020 la nivelul de 35 mld. RON, cu aproximativ 20 de mld. RON mai mult decat in anul 2010.

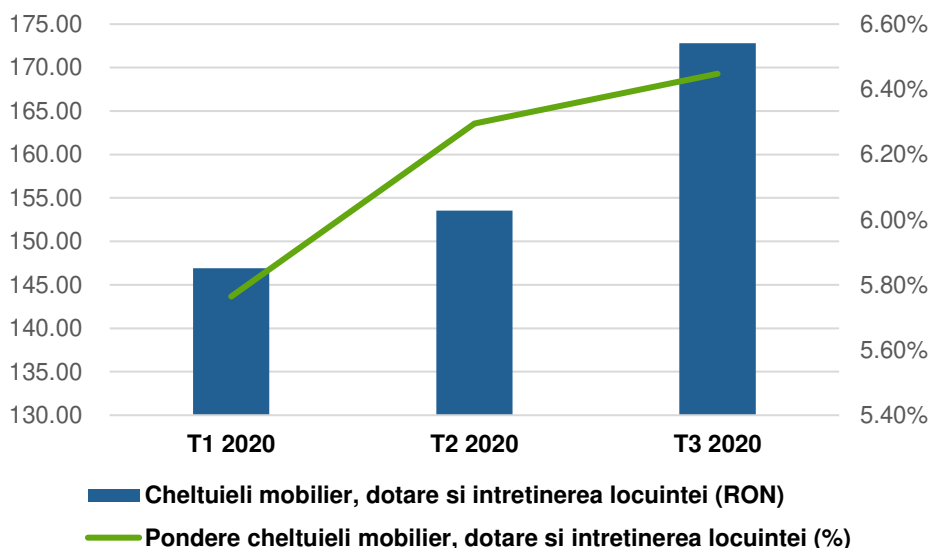
Incepand din anul 2015, se observa o evolutie pozitiva a cheltuielilor privind mobilierul, dotarea din intretinerea locuintelor, ponderea acestui tip de cheltuieli in totalul cheltuielilor de consum pe gospodarie depasind pragul de 4% in 2017 si avand un trend crescator in anii urmasori, conform analizei datelor publicate de Insitutul National de Statistica.

Ponderea cheltuielilor de mobilier, dotare si intretinerea locuintei din totalul cheltuieli de consum pe gospodarie



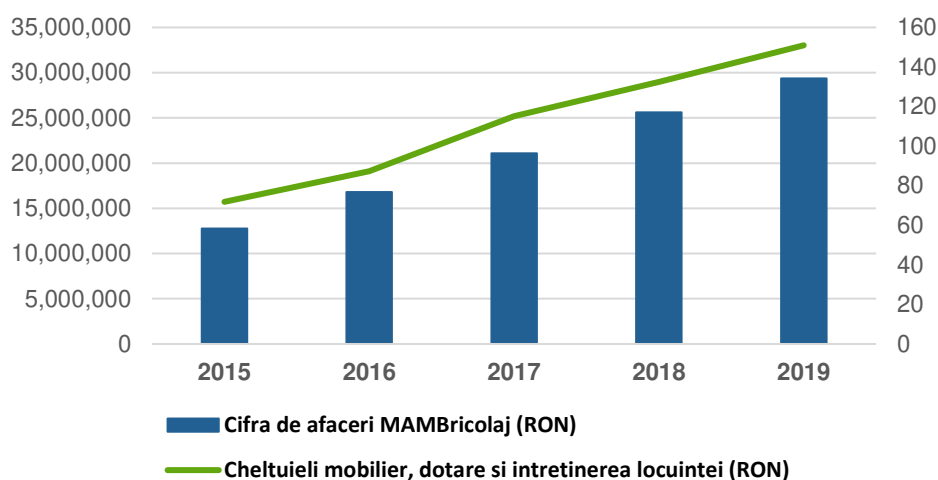
Sursa: Institutul National de Statistica (INS)

In primele doua trimestre din anul 2020, conform datelor publicate de Insitutul National de Statistica, ponderea cheltuielilor de mobilier, dotare si intretinerea locuintei din cheltuielile totale de consum pe gospodarie au depasit pragul de 5%, ajungand la 6.45% in T3 2020.



Sursa: Institutul National de Statistica (INS)

Ritm de crestere de la un an la altul



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A., Institutul National de Statistica (INS)

Societatea monitorizeaza concurentii directi in mod continuu atat in ceea ce priveste oferta de produse si de servicii a acestora, cat si in ceea ce priveste vanzarile, marje de profit si alte aspecte financiare, pentru a identifica diferentiatori fata de acestia, dar si tendinte in evolutia cocurentilor. Raportandu-se la firmele cu acelasi profil de activitate, MAMBRICOLAJ estimeaza ca detinea in iunie 2020 o **cota de piata** de aproximativ 1-2% din piata de profil, ceea ce arata potentialul ridicat de crestere pentru afacerile MAMBricolaj, in conditiile dezvoltarii retelei teritoriale de magazine si cresterii semnificative a notorietatii societatii odata cu listarea la Bursa de Valori Bucuresti.

Fata de magazinele care vand produse similare (produse laminate, balamale, usi glisante, sertare, etc.) MAMbricolaj inregistreaza urmatoarele avantaje competitive:

- Se adreseaza nu numai profesionistilor si pasionatilor de mobila ci si publicului larg, prin oferirea de servicii de consiliere, proiectare de mobila, debitare, gaurire asistata de calculator;
- Eficienta mai ridicata a utilizarii spatiului, reflectata in marje de profit consistente in cazul MAMBricolaj;
- Gama extinsa si variata de produse, nedepinzand de vanzarile unui anumit tip de produs;
- Prezenta online activa, prin intermediul site-ului: <https://webshop.mam-bricolaj.ro/>
- Cresterea afacerii a fost organica si nu a fost sustinuta de o crestere semnificativa a indatorarii;

Dat fiind faptul ca MAMBricolaj a creat un concept nou de magazin, situat la granita dintre bricolajul in mobila si fabricarea de mobila, se adreseaza si publicului care doreste sa achizitioneze mobila. Astfel, intra intr-o competitie si cu magazinele clasice de mobila si cu producatorii de mobila la comanda. Totusi, noul concept de magazin aduce avantaje competitive multiple comparativ cu magazinele clasice de mobila (care pun in vanzare mobila standard), dar si comparativ cu varianta de mobila la comanda:

Avantajele competitive comparativ cu magazinele clasice de mobila:

- Clientul isi proiecteaza mobila cu ajutorul unui consultant MAMbricolaj, aceasta fiind adaptata perfect restrictiilor de spatiu ale clientului;

- Clientul are la dispozitie o gama mult mai extinsa de materiale/accesorii/culori decat mobila standard;
- Raportul calitate/preț este mult mai avantajos fata de varianta de mobila standard;
- Clientul participa din perspectiva creativa la crearea propriei mobile, ceea ce duce la crearea unui sentiment de satisfactie dupa procurarea mobilei;
- Din punct de vedere al eficientei utilizarii spatiului magazinului de desfacere, suprafata pentru magazinele MAMBricolaj este mult mai redusa, spatiul fiind folosit mult mai eficient, ceea ce reduce costurile fixe si se reflecta si in marjele de profit ridicate ale emitentului;
- Fata de magazinele de mobila, MAMBricolaj ofera si posibilitatea procurarii de accesorii si materiale si nu numai mobila propriu-zisa, ceea ce creste semnificativ rulajul magazinelor.

Avantajele competitive comparativ cu varianta mobilei la comanda:

- Varianta de proiectare si executie de mobila prin MAMBricolaj este mult mai accesibila publicului larg, comparativ cu mobila la comanda, pentru care specialistii sunt greu de gasit;
- Calitatea mobilei produse de mici producatori particulari de mobila nu poate fi garantata, lucrarile fiind de cele mai multe ori facute la „negru”, ceea ce face imposibil ca respectivii clienti sa se poata adresa autoritatilor in situatii de calitate slaba a mobilei fabricate;
- Prețul poate fi semnificativ mai mic fata de varianta mobilei la comanda;
- Clientul are la dispozitie o gama mult mai extinsa de materiale/accesorii/culori (peste 9000 de articole) decat in cazul mobilei la comanda;
- Executia proiectului este mult mai rapida in cazul MAMBricolaj comparativ cu mobila la comanda.

Analiza SWOT

Puncte forte:

- ✦ Oferirea unei game largi de produse, avand o diversitate larga a produselor comercializate (peste 9,000 de produse);
- ✦ Oferirea unui pret accesibil pentru produsele si serviciile sale, raport bun pret/calitate;
- ✦ Pozitionare geografica favorabila – acoperind mai multe zone din Bucuresti, in zone vizibile cu trafic intens;
- ✦ O reputatie foarte buna in randul producatorilor de mobila, dar si al pasionatilor de bricolaj; Cresterea notorietatii - vizibila prin cresterea sustinuta a vanzarilor;
- ✦ Notorietate ridicata in randul pasionatilor si profesionistilor de mobila, obtinuta ca urmare a organizarii celor 21 de editii de cursuri „Scoala de mobila”;
- ✦ Deschiderea de noi magazine pe alte piete la nivel geografic denota sustenabilitatea cresterii afacerii si atractivitate pentru investitori;
- ✦ Echipa experimentata, specializata in domeniul in care activeaza societatea;
- ✦ Linii de business complementare, cu diversificarea riscului si maximizarea avantajelor competitive (ex - accesorii pentru mobila, servicii de proiectare mobilier);

- ✦ Dezvoltarea rețelei de magazine este completată de vânzările on-line de materiale/accesorii/mobilă prin intermediul site-ului propriu;
- ✦ Concept de magazin care include organizarea în spațiu și pe verticală ceea ce permite reducerea spațiului alocat magazinelor, o eficiență crescută din punct de vedere al costurilor și o servire mai bună a clienților;
- ✦ Impartire echilibrată a clientelei între profesioniști și clienți din sfera publicului larg, ceea ce nu expune compania într-o proporție mare unei singure categorii de clienți;
- ✦ Diversificare a furnizorilor, pentru fiecare categorie importantă de produse existând mai mulți furnizori;
- ✦ Grad de îndatorare redus și în scădere în ultimii ani;
- ✦ Mix unic în industria și bricolajul de mobilă: supermarket de accesorii și materiale de mobilă dar și posibilitatea de achiziționare de mobilă conform cerințelor specifice de calitate și dimensiuni cerute de clienți;

Puncte slabe:

- Localizarea magazinelor doar în București;
- Numarul redus de personal;

Oportunitati:

- Nisa de piață în care își desfășoară activitatea se găsește la intersecția între comercializarea clasică de mobilă / mobilă la comandă și supermarket specializat de materiale și accesorii de mobilă și creează posibilitatea atragerii de clienți din toate categoriile, inclusiv din sfera publicului larg;
- Prin listarea la Bursa de Valori București - SMT notorietatea societății va putea crește semnificativ, ceea ce va facilita atragerea de noi clienți inclusiv în locațiile ce urmează a se deschide;
- Prin listarea la Bursa de Valori București - SMT se creează posibilitatea atragerii de capital necesar dezvoltării și ulterior ofertei, ceea ce va pune compania într-o poziție din ce în ce mai puternică comparativ cu competitorii direcți;
- Ca urmare a notorietății foarte bune, superioară dimensiunii actuale a societății (rețea de 2 magazine în București și un magazin on-line), societatea poate dezvolta parteneriate locale în alte centre urbane din România prin vânzarea de francize, ceea ce va genera o nouă sursă de venituri;
- Pandemia COVID-19 a creat oportunități deosebite legate de extinderea vânzărilor on-line, vânzările on-line realizate de societate în primul semestru depășind pe cele din întregul an anterior și existând premise pentru creșterea rapidă în continuare;
- Potențial de creștere al cotei de piață, prin deschidere de noi magazine în București sau în alte orașe mari din țară;
- Potențial de extindere a societății la nivel național și atragerea de noi clienți;
- Dezvoltarea unui nou tip de clientelă, prin intermediul proiectului „Școală de mobilă”;
- Potențial de atragere a unor noi clienți prin dezvoltarea serviciilor oferite, precum cel de proiectare și configurare a mobilei;

Amenințari:

- ✧ Atragerea și retenția de personal specializat pentru consultanța în vânzări oferită clienților;
- ✧ Integrarea noului personal în cadrul Societății;
- ✧ Creșterea costurilor administrative pe măsura dezvoltării rețelei de magazine, posibilități de control la nivel de magazin mai reduse după extinderea rețelei;
- ✧ Concurența ridicată din partea unor competitori ce au o cota de piață mai mare și un actionariat puternic din afara țării;
- ✧ Odată cu dezvoltarea pieței - intensificarea concurenței, apariția de noi jucători pe piață cu portofolii de produse mai diversificate decât în anii precedenți;

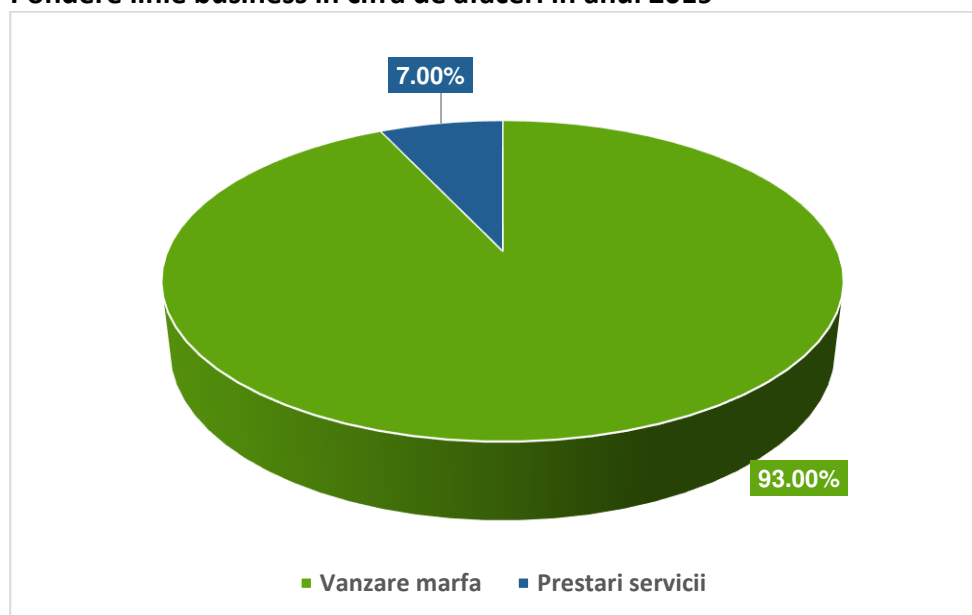
- ✧ Venirea unei crize generate de pandemia COVID-19, sau alte crize de natura financiara, ce ar putea reduce bugetul alocat de gospodarii pentru amenajarea, mobilierea si dotarea locuintelor.

9. DETALIEREA STRUCTURII VENITURILOR OPERATIONALE PE SEGMENTE DE ACTIVITATE SAU LINII DE BUSINESS:

Principala sursa de venituri a societatii o reprezinta vanzarile directe si vanzarile online, precum si venituri din prestari servicii debitare si cantuire. Dupa cum se poate observa in tabelul urmator, ponderea serviciilor are o tendinta de crestere, care poate fi sustinuta in viitor si de monetizarea serviciilor de consultanta/proiectare de mobilier.

Pondere linie business in cifra de afaceri	2017	2018	2019
Vanzare marfa	97.00%	96.00%	93.00%
Prestari servicii	3.00%	4.00%	7.00%

Pondere linie business in cifra de afaceri in anul 2019



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

In anul 2019, in ponderea totala de 7% a serviciilor sunt incluse:

- servicii debitare pal melaminat – cu o pondere de 1.9%
- servicii aplicare cantuirle la panourile din pal melaminat – cu o pondere de 3.4%
- servicii gaurire panouri – cu o pondere de 1%
- servicii proiectare mobilier – cu o pondere de 0.7%

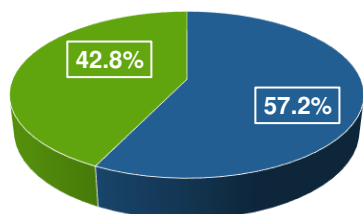
Procentul din vanzari reprezentat de vanzarile catre profesionistii si pasionatii de mobila si cel reprezentat de publicul larg

An	Total tranzactii	Vanzari clienti profesionisti/card	Vanzari clienti pers fizice / finali	Total vanzari
2018	183,429.00	15,480,780	10,115,059	25,595,839.00
2019	197,685.00	16,799,114	12,570,256	29,369,370.00
2020 S1	109,305.00	9,116,492	7,730,516	16,847,008.00

An	Vanzari clienti profesioniști/card	Vanzari clienti pers fizice / finali
2018	60.5%	39.5%
2019	57.2%	42.8%
2020 S1	54.1%	45.9%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

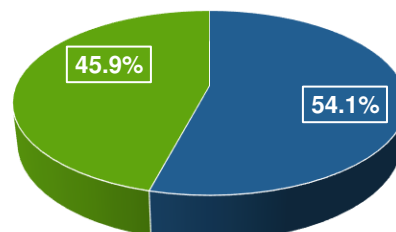
**Pondereea in total vanzari -
anul 2019**



■ Vanzari clienti profesioniști/card
■ Vanzari clienti pers fizice / finali

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

**Pondereea in total vanzari in
S1 2020**

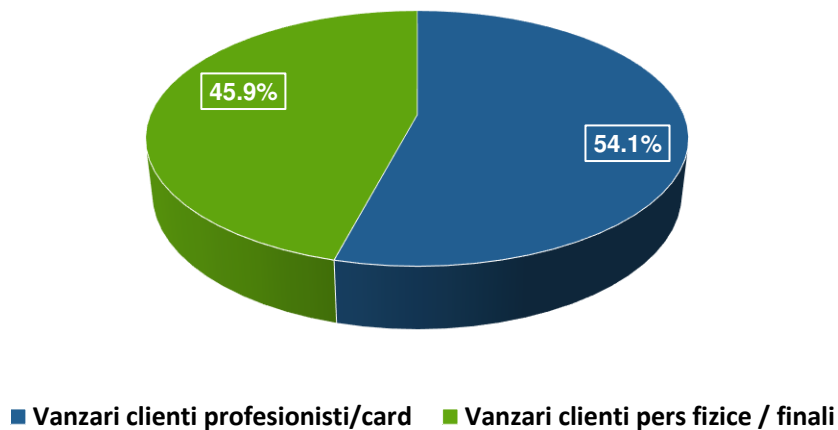


■ Vanzari clienti profesioniști/card
■ Vanzari clienti pers fizice / finali

10. CLIENTI PRINCIPALI / CONTRACTE SEMNIFICATIVE

Ponderea cea mai mare in randul clientilor o au profesionistii in mobila, insa, in ultimii ani a crescut semnificativ ponderea clientilor pasionati, dar si a acelora din sfera publicului larg care sunt interesati de achizitia de mobila.

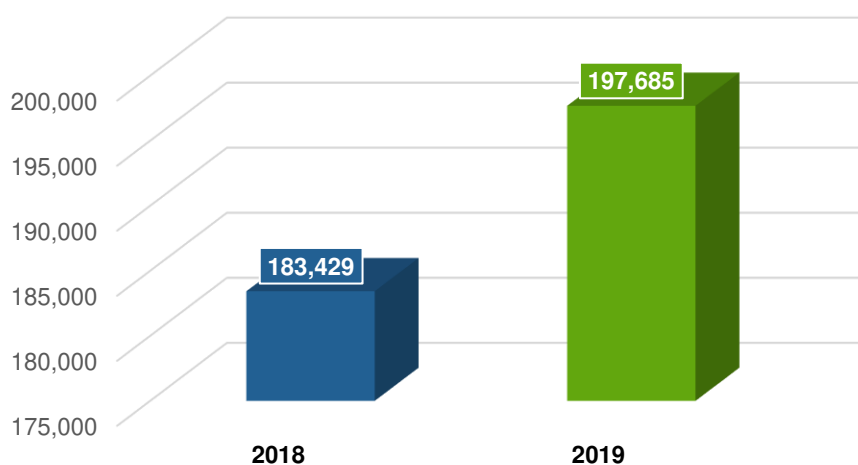
Ponderea in total vanzari - S1 2020



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

	2018	2019
Nr mediu de vizite in magazine	275,000	296,000
Nr de clienti an	183,429	197,685
Nr de clienti luna	15,285	16,473
Valoare medie per comanda	167.28	178.08

Numar de clienti pe an

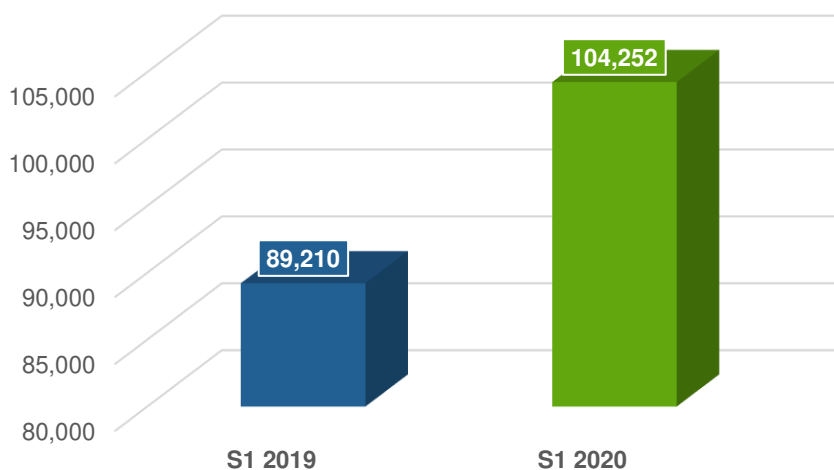


Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

	S1 2019	S1 2020
Nr mediu de vizite in magazine	134,160	156,000
Nr de clienti semestru	89,210	104,252
Nr de clienti luna	14,868	17,375
Valoare medie per comanda	146.58	183.54

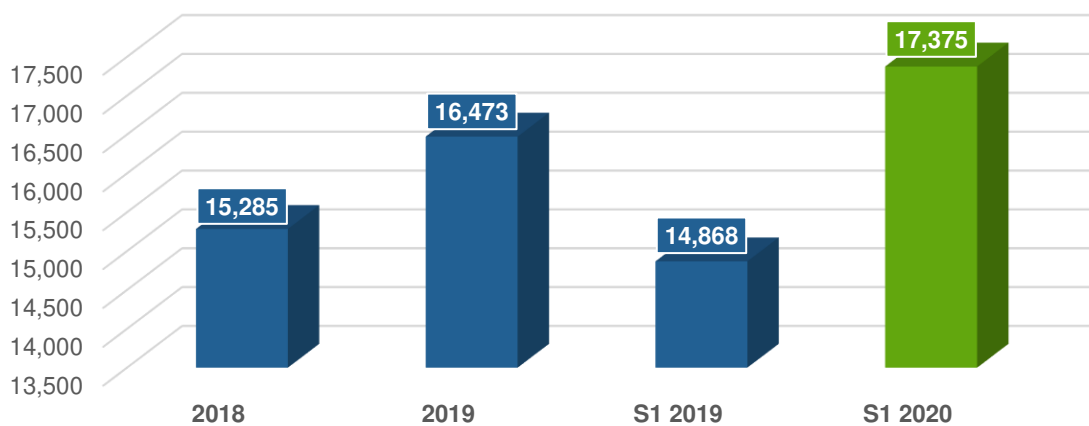
Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Numar de clienti pe semestru - S1



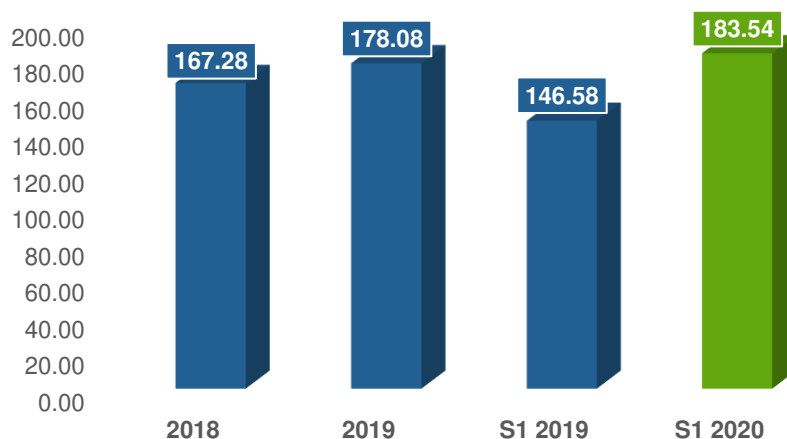
Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Numar de clienti pe luna



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

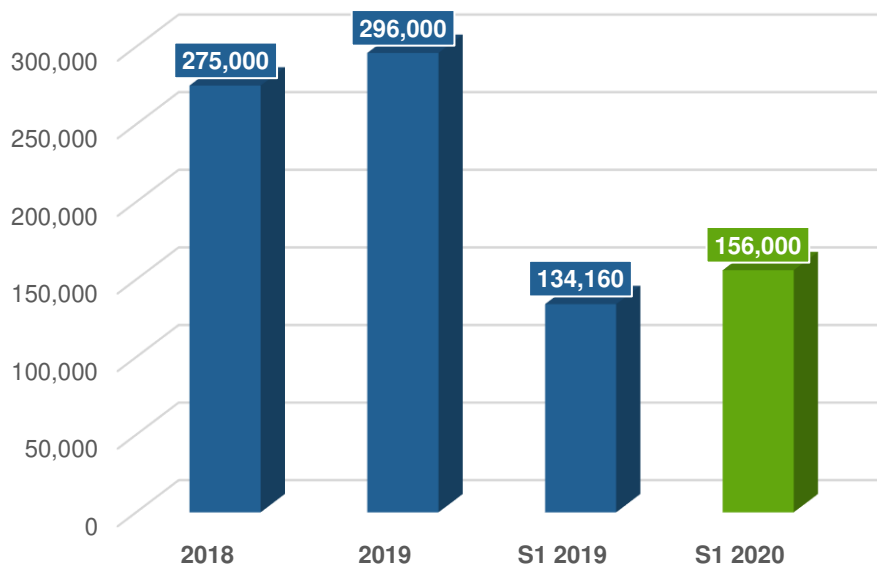
Valoare medie per comanda



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

În ultimii ani, s-a observat o creștere a valorii medii pe comandă, crescând de la 167 RON în 2018, la 178 RON în 2019, în timp ce în primele 6 luni ale anului curent valoarea medie a unei comenzi a crescut peste 183 RON.

Numar mediu de vizite in magazine



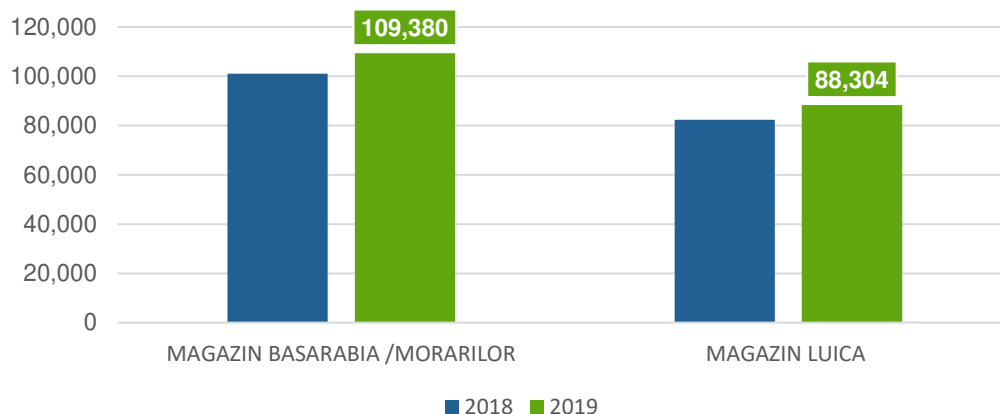
Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

În ciuda măsurilor restrictive de limitarea circulației persoanelor din prima parte a anului, în cadrul magazinelor MAMBricolaj s-a înregistrat o creștere de 16% a numărului mediu de vizite în magazin în S1 2020, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut.

Statistica cu numarul de tranzactii pe an, la nivel de magazin

AN	MAGAZIN BASARABIA /MORARILOR	MAGAZIN LUICA	TOTAL TRANZACTII PER COMPANIE
2018	101,094	82,335	183,429
2019	109,380	88,304	197,685
<i>Evolutie 2019/2018</i>	8.2%	7.2%	7.8%

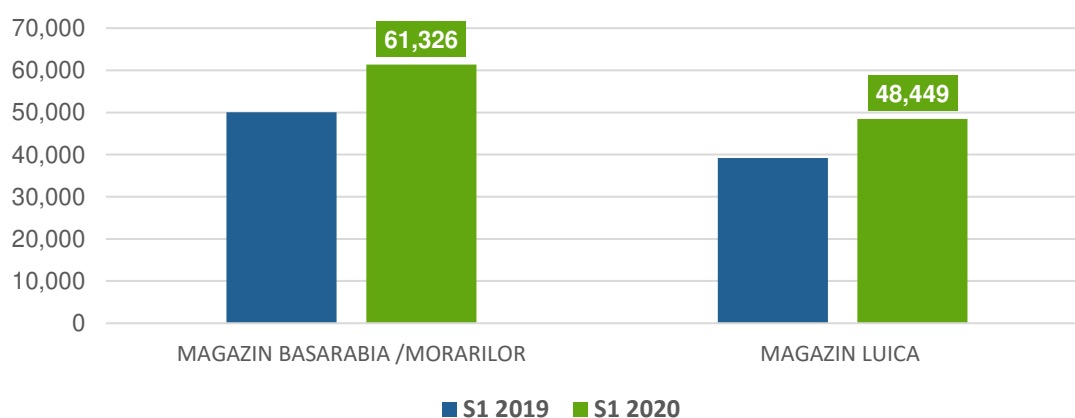
Evolutia anuala a tranzactiilor pe magazin



Statistica cu numarul de tranzactii semestrial, la nivel de magazin

AN	MAGAZIN BASARABIA /MORARILOR	MAGAZIN LUICA	TOTAL TRANZACTII PER COMPANIE
IAN – IUN 2019	50,035	39,175	89,210
IAN – IUN 2020	61,326	48,449	109,305
<i>Evolutie S1 2020/2019</i>	22.6%	23.7%	22.5%

Evolutia semestrial a tranzactiilor pe magazin

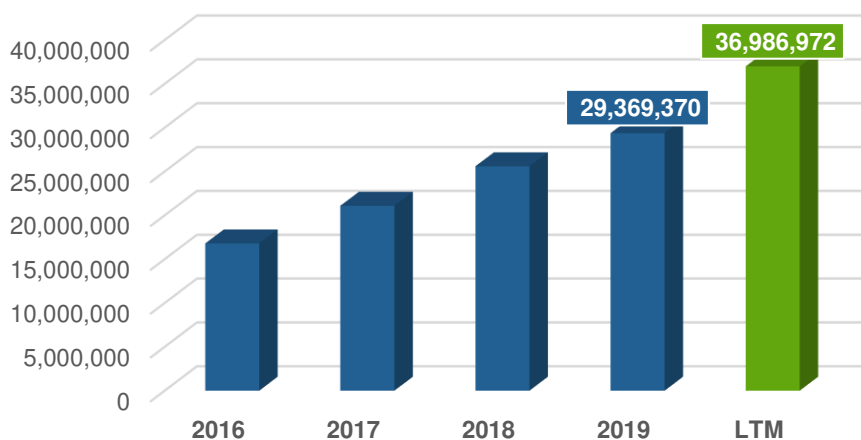


Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

11. PRINCIPALII INDICATORI OPERATIONALI

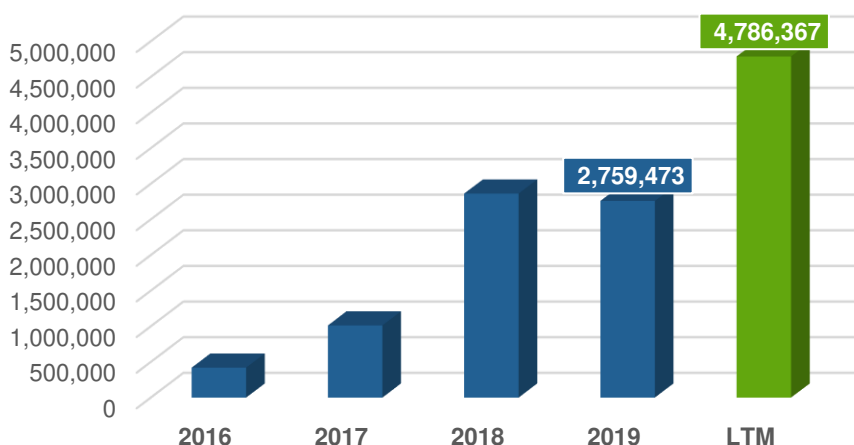
Activitatea operationala a societatii este compusa din activități de investiții, activități de finanțare și activitati de exploatare.

Evolutia cifrei de afaceri (RON)



*LTM reprezinta rezultatele aferente ultimelor 12 luni (T4 2019 si la 9M 2020)

Evolutia rezultatului net (RON)

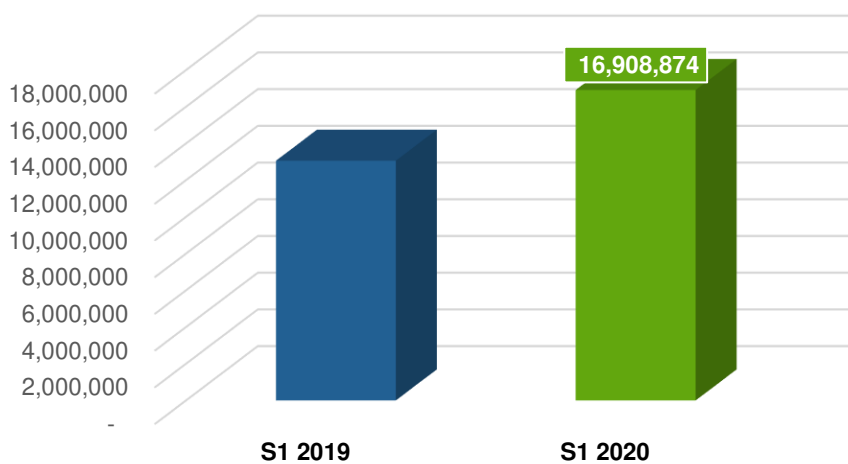


*LTM reprezinta rezultatele aferente ultimelor 12 luni (T4 2019 si la 9M 2020)

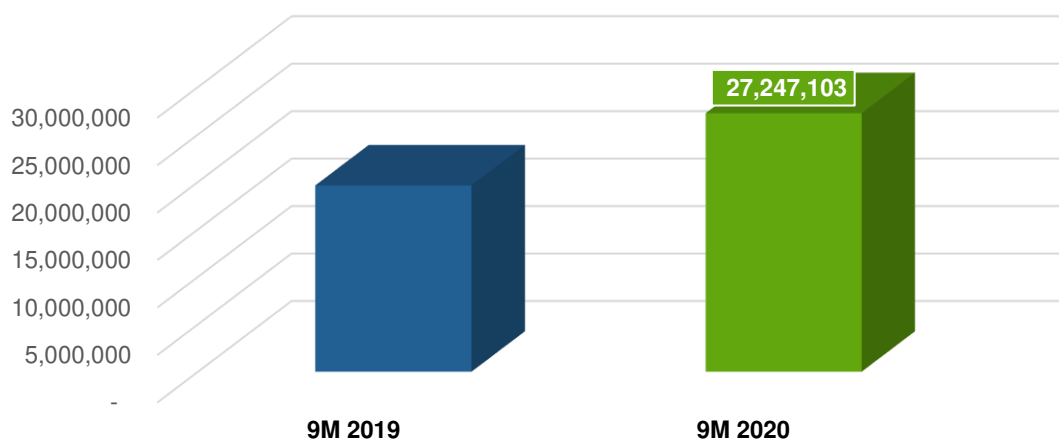
	2017	2018	2019
Cifra de afaceri pe magazine			
Luica	10,838,967	13,330,203	15,716,747
Morarilor	10,071,356	11,751,821	13,167,057
Online	176,677	513,815	485,566
Cifra de afaceri pe total magazine	21,087,000	25,595,839	29,369,370
Marja neta de profit	4.80%	11.18%	9.38%
Vanzari totale	21,087,000	25,595,839	29,369,370
Nr client (pe an)	168,132	183,429	197,685
Valoarea medie a unei comenzi	126.05	167.28	178.08

Sursa grafice si tabel: MAMBRICOLAJ S.A.

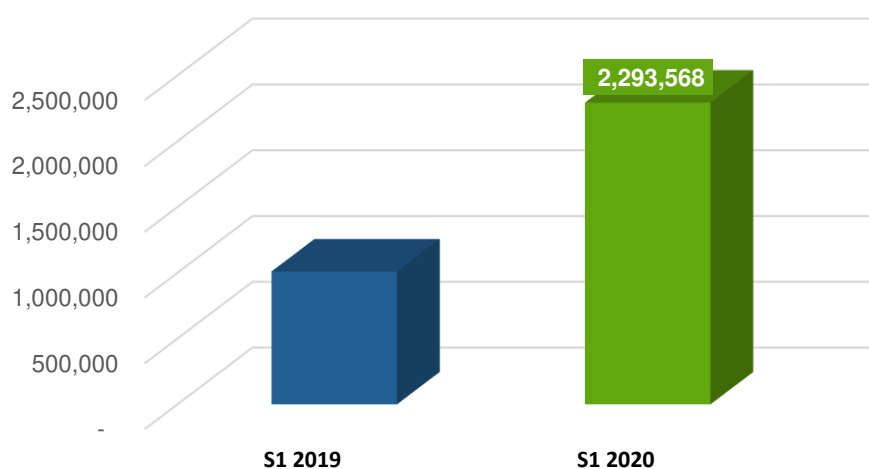
Evolutia cifrei de afaceri (RON)



Evolutia cifrei de afaceri (RON)

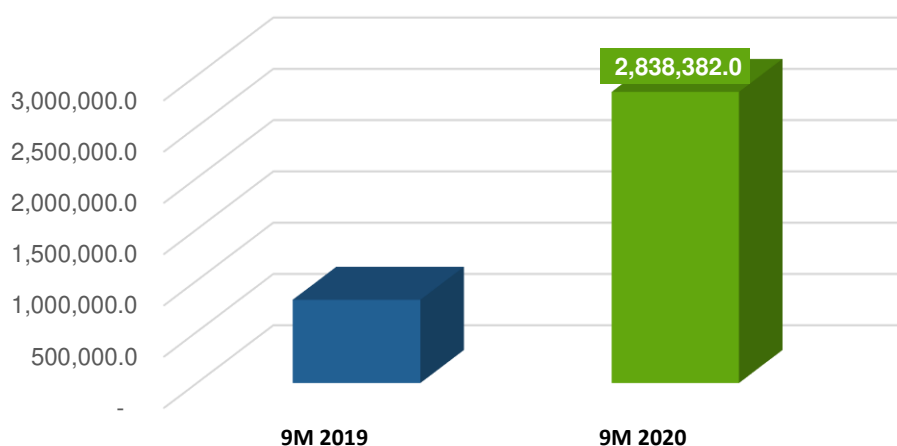


Evolutia rezultatului net (RON)



Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Evolutia rezultatului net (RON)



	S1 2019	S1 2020
Cifra de afaceri pe magazine		
Luica	7,101,645	8,747,000
Morarilor	5,763,334	7,335,072
Online	211,186	679,928
Cifra de afaceri pe total magazine	13,076,165	16,762,000
Marja neta de profit	7.70%	13.60%
Vanzari totale	13,056,952	16,908,874
Nr client (pe an)	89,210	104,252
Valoarea medie a unei comenzi	146.58	183.54

Sursa grafice si tabel: MAMBRICOLAJ S.A.

Previziuni 2020:

- Cifra de Afaceri pe magazine:

Luica – 17,743,128 RON fara Tva
Morarilor – 17,502,078 fara Tva
Online – 1,068,245 fara Tva

- Cifra de Afaceri previziune total magazine 2020: 35,245,206 fara Tva, crestere de 20% fata de anul 2019
- Marja neta: 11 %
- Nr clienti (Bonuri fiscale): crestere cu 16-18% fata de anul 2019
- Valoarea medie a unei comenzi: crestere pe tranzactie de 3-5% fata de anul 2019

12. SCURTA DESCRIERE A ULTIMELOR REZULTATE FINANCIARE DISPONIBILE SI GRADUL DE INDATORARE AL SOCIETATII:

Rezultate financiare neauditate individuale aferente exercitiului financiar incheiat in 2017

Informatiile financiare prezentate pentru anul 2017 reprezinta situatiile financiare neauditate ale MAMBRICOLAJ S.A.:

Pozitia financiara

Active imobilizate

La sfarsitul anului 2017, valoarea imobilizarilor MAMBRICOLAJ, in pondere de 6.3% din total activ, au fost de 214.2 mii RON. Cea mai mare pondere o au imobilizarile corporale, in valoare de 134.2 mii RON, cu o pondere de 62.6%, in timp ce imobilizarile financiare reprezinta 37.4% din totalul de active imobilizate.

Active circulante

In ceea ce priveste activele circulante acestea reprezentau la sfarsitul anului 2017, 93.72% din total activ, cu o valoare totala 3.19 mil. RON. Ca structura, stocurile reprezinta 64.1% din activele circulante, in timp ce creantele doar 2.6%, restul fiind acoperit de lichiditati (cash si conturi bancare). La 31.12.2017, stocurile aveau o valoare de 2.05 mil. RON, in timp ce creantele insumau 82.5 mii RON.

Datorii

La finalul anului 2017, datoriile totale ale societatii insumau 2.39 mil. RON

In acest context, datoriile pe termen scurt, care reprezinta 97.3% din total datorii, au fost de 2.29 mil. RON, in timp ce datoriile pe termen lung s-au mentionat la un nivel relativ scazut (2.7% din total datorii), insumand 99.5 mii RON.

Gradul de indatorare al societatii in anul 2017 a fost de 70%, cu aprox. 11 puncte procentuale in scadere comparativ cu valoarea inregistrata in 2016. Astfel, **valoarea activului net** s-a majorat cu 137.8%, urcand pana la valoarea de 1.02 mil. RON si reprezentand valoarea activelor dupa plata datoriilor.

Elemente ale performantei financiare

Pe parcursul anului 2017, societatea a inregistrat o cifra de afaceri neta de 21.09 mil. RON, in crestere cu 25.6% fata de anul precedent. In 2017, veniturile totale din exploatare au fost de 21.09 mil. RON.

Societatea a inregistrat venituri totale de 21.18 mil. RON, in timp ce cheltuielile totale au ajuns, la 31.12.2017, la 20 mil. RON, in crestere cu 22.6% fata de valoarea realizata pe parcursul anului 2016.

In acest sens, profitul net al MAM Bricolaj la 31.12.2017 a fost de 1.01 mil. RON, mai mare cu 141.2% fata de cel obtinut in anul precedent. Astfel, marja neta a profitului realizata de societate a fost de 4.8%.

Rezultate financiare auditate individuale aferente exercitiului financiar incheiat in 2018

Informatiile financiare prezentate pentru anul 2018 reprezinta situatiile financiare auditate ale MAMBRICOLAJ S.A.

Pozitia financiara

Active imobilizate

La sfarsitul anului 2018, valoarea imobilizarilor MAMBRICOLAJ, in pondere de 10.3% (cu 4 puncte procentuale peste nivelul din 2017) din total activ, au fost de 621.2 mii RON. Cea mai mare pondere o au imobilizarile corporale, in valoare de 461.6 mii RON, cu o pondere de 74.3%, in timp ce imobilizarile financiare au reprezentat 12.9%, iar restul de 12.8% a fost inregistrat de catre imobilizarile necorporale.

Active circulante

Activele circulante au reprezentat la finalul anului 2018, 89.7% din totalul activelor, cu o valoare totala 5.4 mil. RON. Ca structura, stocurile au reprezentat 42.3% din activele circulante, in timp ce creantele au urcat pana la nivelul de 26.6%, restul fiind acoperit de lichiditati (cash si conturi bancare). La 31.12.2018, stocurile aveau o valoare de 2.28 mil. RON, in timp ce creantele insumau 1.44 mil RON, iar casa si conturile la banci 1.68 mil. RON.

Datorii

La finalul anului 2018, datoriile totale ale societatii au totalizat 3.03 mil. RON, cu 26.8% peste nivelul inregistrat in 2017. Astfel, in anul 2018, datoriile curente (pe termen scurt) au reprezentat 100% din totalul datoriilor.

Gradul de indatorare al societatii in anul 2018 a fost de 50.34%, cu aproape 20 puncte procentuale in scadere fata de valoarea inregistrata in 2017, datorata in mare parte lipsei datoriilor ce trebuie platita intr-o perioada mai mare de un an (datorii pe termen lung). Astfel, **valoarea activului net** aproape s-a triplat fata de anul anterior, urcand pana la valoarea de 2.99 mil. RON si reprezentand valoarea activelor dupa plata datoriilor.

Elemente ale performantei financiare

Societatea a inregistrat in anul 2018 o cifra de afaceri de 25.6 mil. RON, in crestere cu 21.38% fata de anul anterior. In acest sens, veniturile totale de exploatare realizate in 2018 au fost de 25.6 mil RON.

Societatea a inregistrat venituri totale de 25.75 mil. RON, in timp ce cheltuielile totale au ajuns, la sfarsitul anului, la 22.4 mil. RON, fiind cu 12% mai mari decat in anul 2017. Profitul net al MAM Bricolaj la 31.12.2018 a fost de 2.86 mil. RON, mai mare cu 182.7% fata de cel obtinut in anul precedent. Astfel, marja neta a profitului realizata de companie a fost de 11.2%.

Rezultate financiare auditate individuale aferente exercitiului financiar incheiat in 2019

Informatiile financiare prezentate pentru anul 2019 reprezinta situatiile financiare auditate ale MAMBRICOLAJ S.A.:

Pozitia financiara

Active imobilizate

La sfarsitul anului trecut, valoarea imobilizarilor MAMBRICOLAJ, in pondere de 21.8% din totalul activelor detinute, au fost de aproape 1.4 mil. RON. Cea mai mare pondere o au imobilizarile corporale, in valoare de 1.16 mil. RON, ceea ce reprezinta 83% din activele imobilizate, in timp ce imobilizarile financiare au reprezentat 12.7%, iar imobilizarile necorporale doar 4.3%.

Active circulante

In ceea ce priveste activele circulante acestea reprezentau la sfarsitul anului 2019, 78% din totalul activelor, cu o valoare totala 5 mil. RON. Ca structura, stocurile au reprezentat 57.6% din activele circulante, in timp ce creantele s-au diminuat pana la aprox. 9.7%, restul fiind acoperit de lichiditati (cash si conturi bancare). La 31.12.2019, stocurile aveau o valoare de 2.88 mil. RON, in timp ce creantele insumau 486 mii RON.

Datorii

La finalul anului 2019, datoriile totale ale societatii insumau 2.76 mil. RON. In acest context, datoriile pe termen scurt au reprezentat, ca si in anul anterior, 100% din total datorii.

Gradul de indatorare al companiei in anul 2019 a fost de 43.2%, in scadere fata de ultimii doi ani. In acest context, **valoarea activului net** s-a majorat cu 21.7% comparativ cu anul 2018, urcand pana la valoarea de 3.64 mil. RON si reprezentand valoarea activelor dupa plata datoriilor.

Elemente ale performantei financiare

Pe parcursul anului 2019, societatea a inregistrat o cifra de afaceri neta de 29.37 mil. RON, in crestere cu 14.7% fata de anul precedent, continuand evolutia pozitiva obtinuta in ultimii ani. Astfel, in 2019, veniturile totale din exploatare au fost de 29.4 mil. RON.

Societatea a inregistrat venituri totale de 29.68 mil. RON, in timp ce cheltuielile totale au ajuns, la 31.12.2019, la 26.47 mil. RON, in crestere cu 18.15% fata de valoarea realizata pe parcursul anului 2018. Majorarea cheltuielilor de la un an la altul a fost generata de schimbarea locatiei din Bdul Basarabia in Sos. Morarilor, aceasta reprezentand atat amenajarea spatiului, cat si mutarea efectiva a produselor, inclusiv achizitionarea de utilaje noi pentru partea de productie. De asemenea, schimbarea locatiei a modificat si pretul chiriei spatiului, avand un impact asupra cheltuielilor societatii in anul 2019.

Astfel, profitul net al MAM Bricolaj la 31.12.2019 a fost de 2.76 mil. RON, cu 3.6% sub nivelul obtinut in anul precedent. Marja neta de profit inregistrata in anul 2019 a fost de 9.4%.

Rezultate financiare neauditate individuale aferente exercitiului financiar incheiat in S1 2020

Informatiile financiare prezentate pentru primul semestru al anului 2020 reprezinta situatiile financiare neauditate ale MAMBRICOLAJ S.A.

Pozitia financiara

Active imobilizate

La sfarsitul primului semestru din 2020, valoarea imobilizarilor MAMBRICOLAJ, in pondere de 17.3% (cu 5.95 puncte procentuale sub nivelul din S1 2019) din total activ, au fost de 1.49 mil. RON. Cea mai mare pondere o au imobilizarile corporale, in valoare de 1.24 mil. RON, cu o pondere de 83.3%, in timp ce imobilizarile financiare au reprezentat 11.9%, iar restul de 4.9% a fost inregistrat de catre imobilizarile necorporale.

Active circulante

Activele circulante au reprezentat la finalul primului semestru din 2020, 82.7% din totalul activelor, cu o valoare totala de 7.1 mil. RON. Ca structura, stocurile au reprezentat 43.6% din activele circulante, in timp ce creantele au urcat pana la nivelul de 0.8% (cu aprox 0.3 puncte procentuale in plus fata de aceeaasi perioada a anului anterior), restul fiind acoperit de lichiditati (cash si conturi bancare). La 30.06.2020, stocurile aveau o valoare de 3.11 mil. RON, in timp ce creantele insumau 60 mii RON, iar casa si conturile la banci 3.96 mil. RON.

Datorii

La finalul primului semestru din 2020, datoriile totale ale societatii au totalizat 4.08 mil. RON, cu 2.86% peste nivelul inregistrat in primul semestru din 2019. Astfel, in semestrul 1 din 2020, datoriile curente (pe termen scurt) au reprezentat 97.2% din totalul datoriilor, restul reprezentand datorii pe termen lung, care trebuie platite intr-o perioada mai lunga de un an. (In cifre, datoriile la S1 2020 sunt 11,000 RON - datorii pe termen lung si 3.96 mil. RON - datorii pe termen scurt.)

Gradul de indatorare al societatii in primul semestru al anului 2020 a fost de 47.3%, cu cca. 20 puncte procentuale in scadere fata de valoarea inregistrata in primul semestru din 2019, datorata in mare parte cresterii capitalurilor proprii. Astfel, **valoarea activului net** s-a majorat cu 141.1%, urcand pana la valoarea de 4.55 mil. RON si reprezentand valoarea activelor dupa plata datoriilor.

Elemente ale performantei financiare

Societatea a inregistrat in primul semestru al anului 2020 o cifra de afaceri de 16.90 mil. RON, in crestere cu 29.5% fata de aceeaasi perioada a anului anterior. In acest sens, veniturile totale de exploatare realizate in S1 2020 au fost de 16.92 mil RON.

Societatea a inregistrat venituri totale de 17.09 mil. RON, in timp ce cheltuielile totale au ajuns, la sfarsitul semestrului, la 14.4 mil. RON, fiind cu 20.4% mai mari decat in primul semestru din 2019. Profitul net al MAM Bricolaj la 30.06.2020 a fost de 2.29 mil. RON, mai mare cu 127.1% fata de cel obtinut in S1 2019. Astfel, marja neta a profitului realizata de companie a fost de 13.6%.

Rezultate financiare neauditate individuale aferente exercitiului financiar incheiat la 9 luni 2020

Denumirea indicatorului	9M 2019	9M 2020
Cifra de afaceri neta	19,629,501	27,247,103
Venituri din exploatare - TOTAL	19,629,501	27,525,281
Cheltuieli de exploatare - TOTAL	18,686,266	24,359,467
Rezultat din exploatare	943,235	3,165,814
Rezultat financiar	160,602	166,448
Profit net	811,488	2,838,382

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Indicatori financiari pe ultimii 3 ani fiscali incheiati (2017, 2018, 2019)

Indicatori economico-financiari	2017	2018	2019
EBITDA	1,287,205	3,409,319	3,120,525
Marja EBITDA (%)	6.10%	13.32%	10.63%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	23.95	544.88	325.26
Gradul de indatorare	70.0%	50.34%	43.2%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Indicatori economico-financiari	S1 2019	S1 2020
EBITDA	1,151,025	2,589,857
Marja EBITDA (%)	8.82%	15.32%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	550.99	401.47
Gradul de indatorare	67.8%	47.3%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Indicatori economico-financiari	9M 2019	9M 2020
EBITDA	1,053,013	3,372,533
Marja EBITDA (%)	5.36%	12.38%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	145.75	356.92
Gradul de indatorare	-	53.3%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Estimari ale indicatorilor financiari in anul 2021

Indicatori economico-financiari	2021
EBITDA	6,644,784
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	360.15
Gradul de indatorare	50.05%

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Formule de calcul utilizate:

- $EBITDA = Profit\ operational + Cheltuieli\ cu\ amortizarea$
- $Marja\ EBITDA\ (\%) = EBITDA / Cifra\ de\ afaceri\ neta$
- $Acoperirea\ cheltuielilor\ de\ dobanzi\ prin\ EBITDA = EBITDA / Ch.\ cu\ dobanzile$
- $Gradul\ de\ indatorare = Datorii\ Totale / Active\ Totale$

13. DECLARATIE REFERITOARE LA POLITICA SI PRACTICA PRIVIND PROGNOZELE, IN CONCORDANTA CU PRINCIPIILE DE GUVERNANTA CORPORATIVA PENTRU SOCIETATILE ADMISE IN CADRUL SMT:

In prezent, Societatea nu are o politica formalizata de prognoze, dar intocmeste estimari lunare la nivel de magazine si la nivel de Societate. Aceste estimari sunt revizuite si actualizate periodic de catre Societate, fiind adaptate in functie de situatia activitatii curente si a mediului in care activeaza. Un factor important este reprezentat de informatiile primite de la magazine, privind nivelul vanzarilor, a stocurilor si a comenzilor clientilor. Analiza interna este efectuata intai la 6 luni, apoi la 1 an si este realizata de catre directorii de magazine, urmand a fi ulterior aprobata in sedintele cu echipa executiva.

Estimarile privind viitorul sunt realizate cu buna-credinta de catre managementul societatii, care se bazeaza pe informatiile curente, dar si pe diverse procese intene rezonabile.

14. DECLARATIE REFERITOARE LA POLITICA SI PRACTICA PRIVIND DIVIDENDELE, IN CONCORDANTA CU PRINCIPIILE DE GUVERNANTA CORPORATIVA PENTRU SOCIETATILE ADMISE IN CADRUL SMT:

In prezent, Societatea nu are definita o politica de dividende, Adunarea Generala Ordinara are ca atributii deciderea repartizarii profitului net obtinut si fixarea nivelului dividendelor. Dividendele sunt acordate actionarilor anual in functie de performanta inregistrata de Societate.

In anii 2018 si 2019, a fost repartizat aprox. 73.79% din profit pe dividende in 2018, echivalent a 1,662.84 lei/actiune, si respectiv 50% in anul 2019, echivalent a 1,086.41 lei/actiune. In anul 2020, a fost repartizat 38.11% din profitul net de 2,762,089 RON, inregistrat in perioada 01.01.2020 – 31.08.2020, conform Hotararii AGA din data de 24.08.2020. Valoarea totala a dividendelor acordata a fost de 1,052,632 RON, echivalent a 0.8288 lei/actiune. Societatea estimeaza pentru urmatorii ani un procent mediu de distribuire a profitului, de pana la 30%. Distribuirea anterioara de dividende a fost aprobata prin Hotarare AGA pentru fiecare an in parte.

Pe langa distribuirea de dividende sub forma de numerar, Societatea are in plan, in cazul in care performanta inregistrata anual o permite, distribuirea dividendelor sub forma de actiuni. Societatea are in vedere posibilitatea de a capitaliza profitul sub forma de actiuni gratuite, dar si posibilitatea unor majorari de capital cu aport de la actionari, in functie de necesitatile de capital ale societatii pentru a sustine cresterea si dezvoltarea accelerata.

De asemenea, Societatea are in plan implementarea unui program de “*Stock Option Plan*” prin care sa isi recompenseze angajatii cheie si conducerea pentru motivarea si fidelizarea personalului, dar si in vederea realizarii planurilor si respectarea principiului performantei pe termen lung ale societatii. Planul de remunerare de tipul “*Stock Option Plan*” presupune oferirea de actiuni in cadrul companiei angajatoare salariatilor-cheie.

15. DESCRIEREA PLANULUI DE DEZVOLTARE A AFACERII:

Beneficiind de avantajele substantiale fata de vanzarea clasica de mobila, de patrunderea pe o noua nisa de piata, de arealul foarte mare de clienti potentiali si de notorietatea in crestere rapida, societatea isi doreste sa replice modelul de afaceri la scara intregii tari, in prima faza in principalele centre urbane, fiind vizate zone precum Brasov, Cluj si Iasi.

Dezvoltarea se va face atat organic, prin constructia de magazine proprii, dar si prin dezvoltarea de parteneriate cu antreprenori locali, prin vanzarea de francize.

Pe termen mai lung, intr-o faza ulterioara de extindere se are in vedere extinderea modelului de afaceri si peste granite, prin deschiderea fizica de magazine si adaptarea magazinului on-line pentru pietele respective.

Accesarea de capital de pe piata de capital, cooptarea unor noi actionari in societate si listarea la Bursa de Valori Bucuresti reprezinta pentru societate obiective strategice pentru indeplinirea misiunii setate a societatii si de asemenea pentru a accelera semnificativ ritmul de crestere mediu din ultimii 3 ani, care sa se mentina in intervalul 14-25% pe an.

Activitatile de investitii propuse pentru 2021 sunt:

- Deschiderea unui **nou magazin** MAMBRICOLAJ in zona Militari (programat pentru inceputul anului 2021) - amenajare 200,000 EUR
- Achizitia unui **camion pentru transport** marfa prin sistem leasing – 25,000 EUR
- Achizitia de **utilaje** pentru deschiderea celui de-al treilea magazin – mijloace fixe – 300,000 EUR

Strategia de dezvoltare asociata are in vedere urmatoarele directii de actiune:

- Extinderea in teritoriu, prin deschiderea unor noi magazine in centrele urbane importante
- Cresterea notorietatii societatii printr-un mix de politici de marketing/PR si prin listarea la Bursa de Valori Bucuresti
- Atragerea de noi clienti prin tehnici si strategii de vanzare, care includ mentinerea promotiilor, a cardurilor de client, organizarea de tombole, participarea la targuri si expozitii, etc.
- Cresterea motivarii personalului si fidelizarea acestuia prin intermediul unei politici de resurse umane moderne care vizeaza programe de bonusare in functie de rezultatele obtinute, inclusiv prin distribuirea de actiuni ("*Stock Option Plan*"), oferirea de workshop-uri si trainiguri sau programe de teambuilding la nivel de companie.

Societatea urmareste si dezvoltarea clientei potentiale, astfel organizeaza workshop-uri pentru produsele noi, oferite printr-un parteneriat cu furnizorii si producatorii. De asemenea, pentru persoanele fizice interesate in a mesteri singuri proiecte de mobilier, Societatea va continua sa deruleze cursuri prin „SCOALA DE MOBILA”, un proiect propriu dezvoltat in anul 2014. Cursurile din cadrul proiectului sunt sustinute de catre oameni calificati in domeniu cu o vechime de peste 5 ani in cadrul societatii.

Societatea dorește utilizarea **fondurilor atrase** în urma majorării de capital în vederea dezvoltării societății, urmărind deschiderea de noi magazine. Emitentul negociază închirierea unui spațiu pentru următoarea locație din București, acesta fiind situat în zona Militari. Ulterior, se are în vedere deschiderea de magazine în alte centre urbane, fiind vizate zonele Brașov, Cluj și Iași.

16. FACTORI DE RISC

În această secțiune, ordinea prezentării factorilor de risc este aleatorie și nu într-o ordine asumată a priorității. Societatea cunoaște aceste riscuri și, prin, sistemul de management al riscului intern, încearcă anticiparea și neutralizarea lor, înainte ca eventuale consecințele potențiale să se manifeste. Cu toate acestea, multe din riscurile la care este supusă compania sunt în afara controlului acesteia.

- **Riscuri legate de activitatea societății**

Riscul de scădere a standardelor de servire a clienților – scăderea standardelor serviciilor oferite clienților poate duce la pierderea bunei reputații a societății și implicit a reducerii numărului de clienți din magazine, respectiv site-ul online. În vederea menținerii unor standarde înalte, societatea planifică sesiuni de formare cu angajații, cursuri de calificare, încă de la angajare pentru a se asigura că vor parcurge toate aceste etape ale servirii. De asemenea, societatea evaluează periodic angajații și desfășoară instruirii și discuții periodice, pentru a avea angajați motivați, interesați, implicați.

Riscul pierderii reputației - este un risc inerent activității Emitentului, reputația fiind deosebit de importantă în mediul de afaceri, mai ales în cazul în care societatea dorește extinderea activității și pe alte zone din București sau chiar alte orașe.

Riscul privind comunicarea defectuoasă cu angajații și clienții – o comunicare internă defectuoasă poate duce la scăderea vânzărilor și chiar pierderea clienților fideli. În vederea mitigării acestui risc, societatea consideră esențială obținerea de feedback de la angajați în vederea îmbunătățirii continue, și enunțarea unor reguli clare de cooperare și comunicare înscrise în fișa de post.

Riscul privind depășirea termenelor de livrare – unele depășiri ale termenelor de livrare periclitizează 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 poate duce la returnarea marfei, pierderea clientului și chiar solicitarea de despăgubiri din partea acestuia. Pentru a putea gestiona volumul de livrări și a putea evita pe cât posibil depășirea termenelor de livrare, Societatea planifică cât mai obiectivă a etapelor de furnizare a produselor și serviciilor, bazată pe expertiza și cunoștințe organizatorice, se pune accent pe coordonarea muncii în echipă cu sprijinul managementului.

Riscul privind planul de afaceri – întocmirea unui Business Plan (plan de afaceri) care pleacă de la un context probabil pe termen mediu și lung are impact asupra strategiei societății; cu toate acestea lipsa unor date concrete și materializarea unui context diferit poate duce la obținerea unor rezultate nedorite, la scăderea numărului de clienți și chiar la intrarea în insolvență a societății. Societatea elaborează întâi un studiu de piață care să stea la baza întocmirii unui Business Plan pe termen mediu și lung, iar apoi realizează și dorește implementarea unui plan pe termen mediu și lung.

Riscul privind angajații – oferta redusă la recrutarea forței de muncă cu aptitudini sau calificare în domeniul de activitate al firmei reprezintă un risc pentru societate. Dificultatea angajării, dar și păstrarea actualei forțe de muncă cu aptitudini în domeniu reprezintă un risc pentru societate, aceasta putând să întâmpine dificultăți precum scăderea profitului și chiar intrarea în insolvență. Pentru a diminua pe cât este posibil acest risc, societatea a decis intensificarea acțiunilor de recrutare, dar și apelarea la serviciile Agențiilor de recrutare și selecție personal. În cadrul acestui risc, includem și riscul asociat cu persoanele cheie, societatea depinde de recrutarea și păstrarea personalului din conducere și a angajaților calificați. Rentabilitatea pe termen mediu și lung a

societatii depinde, in mare masura, de performanta angajatilor calificati, a personalului si conducerii executive, deosebit de importanti pentru dezvoltarea sa.

Riscul privind concurenta – intrarea unor noi competitori pe piata, in special din afara Romaniei va intensifica concurenta si va pune presiune asupra activitatii desfasurate de societate, avand riscul de a inregistra o scadere a profitului si chiar intrarea in insolventa a societatii. Pentru a mitiga acest risc, societatea consolideaza punctele tari ale firmei (gama largă de produse; raport calitate-pret bine apreciat de client pentru produsele firmei s.a.) pentru a creste gradul de fidelizare a clientilor.

Riscuri economice generale - activitatile Emitentului sunt sensibile la ciclurile economice si la conditiile economice generale. Atat crizele financiare internationale, cat si mediul economic instabil pot avea efecte negative semnificative asupra activitatii, rezultatelor operationale si pozitiei financiare a Emitentului. Turbulentele socio-politice pot, de asemenea, impacta activitatea companiei. Pietele financiare internationale au resimtit efectele crizei financiare mondiale declansata in anul 2008. Aceste efecte s-au resimtit si pe piata financiara romaneasca sub forma lichiditatii scazute a pietei de capital, precum si printr-o crestere a ratelor de dobanda de finantare pe termen mediu, din cauza crizei globale de lichiditate. Pe viitor, un astfel de scenariu s-ar putea repeta si eventualele pierderi semnificative suferite de piata financiara internationala, cu implicatii majore pe piata locala, ar putea afecta capacitatea Emitentului de a obtine imprumuturi sau finantari noi, in conditii sustenabile.

Risc de pandemie - Desi ignorat in ultimele decenii, acest risc (in special riscul unor epidemii la nivel global, respectiv riscul de pandemie) a revenit, relativ recent, in atentia publicului. Desi pentru unele companii acestea pot deveni oportunitati, cel putin pe termen scurt, impactul economic general este considerat a fi unul negativ. Astfel, exista opinii ca, in functie de natura si severitatea pandemiei, aceasta poate induce recesiuni care sa dureze un trimestru, sau chiar si mai multi ani. In conditiile in care reactiile autoritatilor publice si/sau ale comunitatii medicale nu ar fi cele potrivite, exista chiar riscul unei depresiuni care ar conduce la reduceri importante in activitatea economica si in pretul majoritatii activelor.

De exemplu, in primele luni ale anului 2020, a aparut o pandemie de coronavirus (SARS-COV-2), cunoscuta sub denumirea COVID-19. Aceasta pandemie a dus la inregistrarea unor scaderi de peste 25% raportate la cele mai recente maxime pentru principalii indici bursieri la nivel global. Acest lucru a influentat in mod similar si piata locala de capital. Mai mult, la nivel international, majoritatea claselor de active importante au fost influentate negativ in mod sever, chiar si cele care functioneaza traditional ca refugii pentru investitori.

Riscul fiscal si juridic - emitentul este guvernat de legislatia din Romania si chiar daca legislatia din Romania a fost in mare parte armonizata cu legislatia Uniunii Europene, pot aparea modificari ulterioare, respectiv pot fi introduse legi si regulamente noi, ce pot produce efecte asupra activitatii companiei. Legislatia din Romania este adesea neclara, supusa unor interpretari si implementari diferite si modificari frecvente. Atat modificarea legislatiei fiscale si juridice, cat si eventuale evenimente generate de aplicarea acestora, se pot concretiza in posibile amenzi sau procese intentate companiei, care pot impacta activitatea Emitentului.

Riscul asociat altor tipuri de litigii - in contextul derularii activitatii sale, Emitentul este supus unui risc de litigii, printre altele, ca urmare a modificarilor si dezvoltarii legislatiei. Este posibil ca Emitentul sa fie afectat de alte pretentii contractuale, plangeri si litigii, inclusiv de la contraparti cu

care are relatii contractuale, clienti, concurenti sau autoritati de reglementare, precum si de orice publicitate negativa pe care o atrage un astfel de eveniment.

La momentul realizarii Memorandumului, Societatea nu este implicata in niciun litigiu.

Riscul asociat planului de dezvoltare a afacerii – Societatea considera ca are un plan moderat de dezvoltare care, in caz de necesitate, poate fi ajustat corespunzator cu resursele disponibile. De asemenea, o criza financiara ar putea determina bugete mai mici pentru gospodarii, in consecinta reducerea cheltuielilor alocate pentru mobilier, dotare si intretinerea locuinte si astfel ar duce la scaderea comenzilor si reducerea veniturilor din vanzare a Societatii. Cu toate acestea, chiar si in situatia reducerii in ansamblu a cheltuielilor alocate mobilierului, Societatea este bine pozitionata deoarece se adreseaza publicului larg si ofera si solutii de mobilier mai ieftine decat cele standard.

Riscul asociat cu realizarea prognozelor - prognozele financiare sunt realizate in cadrul unei analize interne intai la 6 luni, apoi revizuita la 1 an, aceasta analiza fiind intocmita de directorii de magazine, ulterior aprobata de echipa executiva. Bugetul privind vanzarile ulterioare este realizat intr-o maniera prudenta, insa exista riscul de neindeplinire al acestuia, prin urmare, datele ce urmeaza a fi raportate de companie pot fi semnificativ diferite de cele prognozate ca rezultat al unor factori care nu au fost prevazuti anterior sau al caror impact negativ nu a putut fi contracarat sau anticipat la momentul realizarii analizei interne.

Risc privind protectia datelor cu caracter personal – in cadrul activitatii sale, societatea colecteaza, stocheaza si utilizeaza date care sunt protejate de legi privind protectia datelor cu caracter personal. Cu toate ca Emitentul ia masuri de precautie in vederea protejarii datelor clientilor, in conformitate cu cerintele legale privind protectia vietii private, mai ales in contextul implementarii Regulamentului general privind protectia datelor (UE) 2016/79 si in Romania (incepand cu 25 mai 2018), riscurile privind scurgerea de date nu pot fi complet eliminate.

Riscul de cash-flow – acesta reprezinta riscul ca societatea sa nu-si poata onora obligatiile de plata la scadenta.

Riscul de contrapartida – acesta este riscul ca o terta persoana fizica sau juridica sa nu isi indeplineasca obligatiile conform unui instrument financiar sau conform unui contract de client, ducand astfel la o pierdere financiara. Societatea este expusa riscului de credit din activitatile sale de exploatare (in principal pentru creante comerciale externe) si din activitatile sale financiare, inclusiv depozitele la banci si institutii financiare, tranzactii de schimb valutar si alte instrumente financiare.

Risc asociat cu insolventa si falimentul - legislatia din Romania privind falimentul si executarea nu ofera acelasi nivel de drepturi, remedii si proiectii de care se bucura creditorii conform regimurilor juridice din alte jurisdictii ale Uniunii Europene. In special, legislatia si practica privind falimentul si executarea din Romania pot face recuperarea de catre Emitent a sumelor legate de creantele garantate si negarantate in instantele din Romania mult mai dificila si indelungata comparativ cu alte tari. In ultimii ani, insolventa in Romania a cunoscut o dinamica nefavorabila, societatile insolvabile, precum si societatile care au raportat pierderi nete, fiind in mare parte responsabile de inrautatirea disciplinei de plata in intreaga economie. Incapacitatea de a obtine remedii legale eficiente intr-un timp rezonabil poate afecta in mod negativ activitatea, situatia financiara, rezultatele operatiunilor, lichiditatea sau perspectivele Emitentului.

Riscuri legate de investitiile din Romania, in context economic si politic - economia Romaniei este vulnerabila in conditii de recesiune regionala sau internationala, problemele financiare si economice

la nivel general pot fi resimțite mai acut în anumite piețe sau sectoare. De asemenea, schimbările politice și sociale pot reprezenta un factor imprevizibil. România nu posedă toată infrastructura de afaceri, juridică și de reglementare care ar exista într-o economie dezvoltată. Legislația este supusă unor interpretări variate și este modificată frecvent.

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

Prin urmare, decizia investitorilor potențiali, dacă o investiție în instrumentele financiare emise de către Emitent este adecvată, ar trebui să fie luată în urma unei evaluări atente atât a riscurilor implicate, cât și a celorlalte informații referitoare la emitent, cuprinse sau nu în acest document.

- **Riscuri generale privind Acțiunile**

Evaluarea Oportunității Investiției

Fiecare potențial investitor în Acțiuni trebuie să stabilească, în baza propriei sale analize independente și/sau a recomandărilor profesionale pe care le consideră adecvate în condițiile date, oportunitatea investiției respective.

Fiecare potențial investitor ar trebui, în special:

- a) să dispună de cunoștințe suficiente și de experiență pentru a realiza o evaluare semnificativă a Acțiunilor, a avantajelor și riscurilor pe care le presupune investiția în Acțiuni și a informațiilor continute în document sau în orice supliment al acestuia;
- b) să aibă acces la și să dețină informațiile necesare cu privire la metodele și instrumentele analitice adecvate pentru a evalua, în contextul situației sale financiare specifice, o investiție în Acțiuni și impactul Acțiunilor asupra portofoliului sau general de investiții;
- c) să dispună de suficiente resurse financiare și de lichidități pentru a suporta toate riscurile unei investiții în Acțiuni;
- d) să înțeleagă pe deplin termenii Acțiunilor și să fie familiarizat cu modul în care evoluează orice indici și piețe financiare relevante; și
- e) să poată să evalueze (fie pe cont propriu, fie asistat de un consultant financiar) posibilele scenarii privind factorii economici, rata dobânzii și alți factori care pot afecta investiția precum și capacitatea sa de a suporta riscurile aferente.

Regim fiscal

Potențialii cumpărători și vânzatori de Acțiuni ar trebui să aibă în vedere că li se poate cere să plătească impozite sau alte taxe documentate sau comisioane în conformitate cu legile și practicile din România. Potențialilor investitori li se recomandă să nu se bazeze doar pe informațiile de natură fiscală continute în document, ci să apeleze la proprii consultanți în legătură cu obligațiile lor fiscale specifice aplicabile achiziției, deținerii sau vânzării de Acțiuni. Doar acești consultanți sunt în măsură

sa aprecieze in mod corect situatia particulara a fiecarui potential investitor. Aceasta analiza cu privire la investitie se impune a fi coroborata cu sectiunile privind regimul fiscal din acest document.

Modificari legislative

Conditiiile Actiunilor (inclusiv orice obligatii necontractuale care rezulta din acestea sau in legatura cu acestea) se bazeaza pe legile relevante in vigoare la data acestui document. Nu se pot oferi asigurari in ceea ce priveste impactul oricarei posibile hotarari judecatoresti sau modificari legislative sau aplicari ori interpretari oficiale a unor astfel de legi sau practici administrative ulterioare documentului.

Riscul investitiei directe in actiuni

Investitorii ar trebui sa fie constienti asupra riscului asociat cu o investitie directa in actiuni, care este mult mai mare decat riscul asociat unei investitii in titluri de stat sau participatii in fonduri de investitii, avand in vedere caracterul volatil al pietelor de capital si preturilor actiunilor.

Riscul asociat cu listarea actiunilor Societatii pe SMT – pretul viitor pe actiune si lichiditatea tranzactiilor

Pretul actiunilor si lichiditatea tranzactiilor pentru societatiile listate pe segmentul SMT depinde de numarul si marimea ordinelor de cumparare si vanzare plasate de investitori. Nu poate exista nicio garantie asupra pretului viitor al actiunilor Societatii dupa debutul pe SMT si nicio garantie asupra lichiditatii acestora. Nu este posibil sa se garanteze faptul ca un investitor care cumpara actiunile va putea sa le vanda oricand la un pret satisfacator.

Actiunile pot sa nu fie tranzactionate in mod activ

Ulterior admiterii la tranzactionare in cadrul SMT – Sistemului Multilateral de Tranzactionare administrat de Bursa de Valori Bucuresti este posibil ca Actiunile sa nu aiba o piata de tranzactionare definita si, de asemenea, este posibil ca o asemenea piata sa nu se dezvolte niciodata. Daca totusi se va dezvolta o piata de tranzactionare, este posibil ca aceasta sa nu fie foarte lichida. Prin urmare, este posibil ca investitorii sa nu reuseasca sa-si vanda Actiunile cu usurinta sau la preturi care sa le asigure un randament comparabil cu cel obtinut in cazul unor investitii similare care au dezvoltat o piata secundara. Nu exista nicio garantie ca Actiunile, chiar si in cazul in care se asteapta sa fie listate la BVB, vor fi tranzactionate in mod activ, si in caz contrar, o astfel de situatie ar fi de natura sa determine o crestere a volatilitatii pretului si/sau sa aiba un impact nefavorabil asupra pretului Actiunilor.

Faptul ca Actiunile emise ar putea fi admise la tranzactionare pe SMT nu garanteaza tranzactionarea in mod activ a acestora.

Valoarea de piata a Actiunilor

Valoarea Actiunilor depinde de o serie de factori interdependenti care includ evenimente economice, financiare si politice care au loc in Romania sau in alta parte din lume, inclusiv factori care afecteaza pietele de capital in general si bursele de valori pe care se tranzactioneaza Actiunile. Pretul la care un detinator de actiunii va putea sa vanda actiunile ar putea contine o reducere din pretul de cumparare platit de respectivul cumparator care ar putea fi substantiala.

17. INFORMATII PRIVIND VALORILE MOBILIARE CE URMEAZA A FI ADMISE LA TRANZACTIONARE SI LA DESTINATIA FONDURILOR OBTINUTE; INFORMATII CU PRIVIRE LA OFERTE DE VALORI MOBILIARE DERULATE IN PERIOADA DE 12 LUNI ANTERIOARA OFERTEI

17.1 INFORMATII PRIVIND VALORILE MOBILIARE CE URMEAZA A FI ADMISE LA TRANZACTIONARE SI LA DESTINATIA FONDURILOR OBTINUTE

Prezentul Memorandum a fost intocmit in vederea admitterii la tranzactionare in cadrul Sistemului Multilateral de Tranzactionare operat de Bursa de Valori Bucuresti a actiunilor emise de MAMBRICOLAJ S.A.

Prin Hotararea Adunarii Generale Extraordinare a Actionarilor MAMBRICOLAJ S.A. nr. 3 din 04.08.2020, actionarii au aprobat majorarea capitalului social al societatii cu aport in numerar prin emiterea de catre Societate de 423,000 actiuni noi, ordinare, nominative in forma dematerializata, cu o valoare nominala de 0.10 lei/actiune si au autorizat Administratorul Unic sa stabileasca parametrii finali ai emisiunii de actiuni aprobate. AGEA din 4.08.2020 a aprobat majorarea capitalului social al societății MAMBRICOLAJ S.A. cu suma de 42,300 lei, de la suma actuală de 127,000 lei la suma de 169,300 lei, în schimbul aporturilor în numerar vărsate integral la data subscrierii.

In acest context, Emitentul a derulat prin intermediul SSIF Tradeville SA, in data de 3 septembrie 2020, o oferta de vanzare de actiuni adresata unui numar de mai putin de 150 de persoane fizice sau juridice, investitori de retail, pe un stat membru al Uniunii Europene, fara intocmirea si publicarea unui prospect. In urma acesteia, au fost emise de catre MAMBRICOLAJ S.A. un numar de 423,000 actiuni, cu o valoare nominala individuala de 0.10 RON, la un pret de 20 RON/actiune si o valoare totala de 8,460,000 RON, emise la data de 4 septembrie 2020.

In cadrul plasamentului au fost subscribe actiuni catre 65 de investitori de retail, dintre 1 este persoana juridica romana si restul sunt persoane fizice. Dintre cei 64 de investitori persoane fizice, 62 sunt persoane fizice romane si 2 investitori - persoane fizice straine.

Registrul actionarilor: initial va fi tinut de catre societatea emitenta, urmand ca ulterior listarii actiunilor sa fie tinut de Depozitarul Central.

Valoarea capitalizarii anticipate rezultata in urma derularii cu succes a majorarii de capital este compusa din numarul total de actiuni disponibile (1,693,000), la valoarea nominala de 0.10 leu fiecare, plus o prima de emisiune de 19.90 lei pe actiune, insumand 33,860,000 RON, echivalent in EUR de 6,954,057.22. (calculat utilizand cursul de schimb din 31.12.2020, publicat de BNR – Banca Nationala a Romaniei).

MAMBRICOLAJ S.A. nu a derulat nicio oferta de valori mobiliare in ultimele 12 luni anterioare prezentei emisiuni de actiuni.

Societatea va utiliza **fondurilor atrase din majorarea de capital** in vederea dezvoltarii companiei, urmarind deschiderea de noi magazine. Emitentul negociaza inchirierea unui spatiu pentru urmatoarea locatie din Bucuresti, acesta fiind situat in zona Militari. Ulterior, se are in vedere deschiderea de magazine in alte centre urbane, fiind vizate zonele Brasov, Cluj si Iasi.

18. PLANURI LEGATE DE OPERATIUNI VIITOARE PE PIATA DE CAPITAL

Pe langa distribuirea de dividende sub forma de numerar, Societatea are in plan, in cazul in care performanta inregistrata anual o permite, distribuirea dividendelor sub forma de actiuni gratuite. De asemenea, Societatea are in vedere posibilitatea de a capitaliza profitul sub forma de actiuni gratuite, dar si posibilitatea unor majorari de capital cu aport de la actionari, in functie de necesitatile de capital ale societatii pentru a-si sustine potentialul de crestere crestere si dezvoltare pe nisa de piata actuala.

19. NUMELE AUDITORILOR:

Auditorul societatii, Quota Audit SRL, are sediul social in Glina, Str. Icoanei, nr. 6, judet Ilfov, cod postal 077105 inregistrat la Registrul Comertului sub nr. J23/1209/23.04.2014, avand Codul Unic de Inregistrare: 24205054, reprezentat prin d-nul. Iosif Nazarie – Administrator.

Quota Audit SRL, prin reprezentantul sau, auditorul Iosif Nazarie, a auditat rezultatele financiare aferente anului 2018 si 2019, prezentate in cadrul documentului.

20. SOCIETATI AFILIAE SI PROCENTUL DE ACTIUNI DETINUTE:

La momentul redactarii prezentului document, nu este cazul.

ANEXE:

1. SINTEZA REZULTATELOR FINANCIARE / CONTUL DE PROFIT SI PIERDERE, CU INCLUDEREA REZULTATELOR PARTIALE, PENTRU ULTIMII 3 ANI - ANUAL SI ULTIMII 2 ANI - SEMESTRIAL SI TRIMESTRIAL

Situatii financiare anuale

Denumirea indicatorului	2017 neauditat	2018 auditat	2019 auditat
Cifra de afaceri neta	21,087,425	25,595,839	29,369,370
Productia vanduta	874,937	922,679	1,274,873
Venituri din vanzarea marfurilor	20,561,795	24,884,674	29,530,592
Reduceri comerciale acordate	349,307	211,514	1,436,095
Alte venituri din exploatare		1,935	18,708
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	21,087,425	25,597,774	29,388,078
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	164,633	352,375	480,733
Alte cheltuieli materiale	21,140	77,935	139,450
<i>b) Alte cheltuieli externe</i>	<i>154,381</i>	<i>112,277</i>	<i>118,211</i>
<i>c) Cheltuieli privind marfurile</i>	<i>16,053,258</i>	<i>17,478,771</i>	<i>19,781,579</i>
Reduceri comerciale primite	4,130	2,671	32,591
Cheltuieli cu personalul	2,091,494	2,430,593	3,156,451
<i>a) Salarii si indemnizatii</i>	<i>1,811,753</i>	<i>2,383,046</i>	<i>3,092,989</i>
<i>b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala</i>	<i>279,741</i>	<i>47,547</i>	<i>63,462</i>
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	127,234	140,021	149,598
Cheltuieli	127,234	140,021	149,598
Alte cheltuieli de exploatare	1,319,444	1,739,175	2,623,720
<i>a) Cheltuieli privind prestatii externe</i>	<i>1,243,386</i>	<i>1,504,268</i>	<i>2,450,394</i>
<i>b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;</i>	<i>20,088</i>	<i>62,540</i>	<i>83,133</i>
<i>c) Cheltuieli privind calamitatilesi alte evenimente similare</i>	<i>7,382</i>	-	-
<i>d) Alte cheltuieli</i>	<i>48,588</i>	<i>172,367</i>	<i>90,193</i>
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	19,927,454	22,328,476	26,417,151
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:			
- Profit	1,159,971	3,269,298	2,970,927
Venituri din dobanzi	1,977	35	25,521
Alte venituri financiare	94,823	149,708	264,778
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	96,800	149,743	290,299
Cheltuieli privind dobanzile	53,739	6,257	9,594
Alte cheltuieli financiare	13,534	66,734	36,400
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	67,273	72,991	45,994
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA			
- Profit	29,527	76,752	244,305
VENITURI TOTALE	21,184,225	25,747,517	29,678,377
CHELTUIELI TOTALE	19,994,727	22,401,467	26,463,145
19.PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:			
- Profit	1,189,498	3,346,050	3,215,232
Impozitul pe profit	177,022	484,231	455,759

23. PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:			
- Profit	1,012,476	2,861,819	2,759,473
Numar actiuni*	-	1,270	1,270
Profit net pe actiune	-	2,253.40	2,172.81

*Societatea s-a transformat in S.A. pe 16 aprilie 2018

*in 2018 si 2019 valoarea nominala a unei actiuni a fost de 100 lei, in timp ce in 2020 este de 0.10 lei fiecare

Situatii financiare semestriale neauditate

Denumirea indicatorului	SEM 2019	SEM 2020
Cifra de afaceri neta	13,056,952	16,908,874
Productia vanduta	561,140	819,193
Venituri din vanzarea marfurilor	13,093,372	16,991,150
Reduceri comerciale acordate	597,560	901,469
Alte venituri din exploatare		12,378
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	13,056,952	16,921,252
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	256,159	226,989
Alte cheltuieli materiale	86,355	129,234
b) Alte cheltuieli externe	53,380	74,245
c) Cheltuieli privind marfurile	8,756,646	10,979,893
Reduceri comerciale primite	32,414	
Cheltuieli cu personalul	1,502,827	1,672,868
a) Salarii si indemnizatii	1,472,466	1,638,866
b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala	30,361	34,002
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	70,283	80,653
Cheltuieli	70,283	80,653
Alte cheltuieli de exploatare	1,282,974	1,248,166
a) Cheltuieli privind prestatiile externe	1,224,927	1,074,028
b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;	36,359	43,301
c) Cheltuieli privind calamitatilesi alte evenimente similare	-	-
d) Alte cheltuieli	21,688	130,837
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	11,976,210	14,412,048
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:		
- Profit	1,080,742	2,509,204
Venituri din dobanzi	25,521	1
Alte venituri financiare	133,335	171,860
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	158,856	171,861
Cheltuieli privind dobanzile	2,089	6,451
Alte cheltuieli financiare	16,214	19,946
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	18,303	26,397
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA		
- Profit	140,553	145,464
VENITURI TOTALE	13,215,808	17,093,113
CHELTUIELI TOTALE	11,994,513	14,438,445
19.PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:		
- Profit	1,221,295	2,654,668
Impozitul pe profit	211,383	361,100
23. PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:		
- Profit	1,009,912	2,293,568
Numar actiuni	1,270	1,270,000
Profit net pe actiune	795.21	1.81

*in 2019 valoarea nominala a unei actiuni a fost de 100 lei, in timp ce in 2020 este de 0.10 lei fiecare;

Situatii financiare trimestriale neauditate (aferele primelor noua luni ale anului)

Denumirea indicatorului	9M 2019	9M 2020
Cifra de afaceri neta	19,629,501	27,247,103
Productia vanduta	-	1,327,675
Venituri din vanzarea marfurilor	20,558,760	27,426,806
Reduceri comerciale acordate	929,259	1,507,378
Alte venituri din exploatare		278,178
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	19,629,501	27,525,281
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	344,624	334,224
Alte cheltuieli materiale	117,494	186,091
<i>b) Alte cheltuieli externe (cu energie si apa)</i>	<i>71,972</i>	<i>136,152</i>
<i>c) Cheltuieli privind marfurile</i>	<i>13,805,828</i>	<i>18,001,340</i>
Reduceri comerciale primite	32,591	
Cheltuieli cu personalul	2,292,771	2,655,056
<i>a) Salarii si indemnizatii</i>	<i>2,246,267</i>	<i>2,600,614</i>
<i>b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala</i>	<i>46,504</i>	<i>54,442</i>
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	109,778	206,719
<i>Cheltuieli</i>	<i>109,778</i>	<i>206,719</i>
Alte cheltuieli de exploatare	1,976,390	2,839,885
<i>a) Cheltuieli privind prestatii externe</i>	<i>1,855,057</i>	<i>2,379,121</i>
<i>b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;</i>	<i>54,987</i>	<i>72,859</i>
<i>c) Cheltuieli privind calamitatilesi alte evenimente similare</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>d) Alte cheltuieli</i>	<i>66,346</i>	<i>387,905</i>
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	18,686,266	24,359,467
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:		
- Profit	943,235	3,165,814
Venituri din dobanzi	25,521	147
Alte venituri financiare	167,475	219,548
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	192,996	219,695
Cheltuieli privind dobanzile	7,225	9,449

Alte cheltuieli financiare	25,169	43,798
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	32,394	53,247
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA		
- Profit	160,602	166,448
VENITURI TOTALE	19,822,497	27,744,976
CHELTUIELI TOTALE	18,718,660	24,412,714
19.PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:		
- Profit	1,103,837	3,332,262
Impozitul pe profit	292,349	493,880
23. PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:		
- Profit	811,488	2,838,382
Nr actiuni	1,270	1,270,000
Profit net pe actiune	638.97	1.81

*in 2019 valoarea nominala a unei actiuni a fost de 100 lei, in timp ce in 2020 este de 0.10 lei fiecare;

2. SINTEZA POZITIEI FINANCIARE / BILANTUL, CU INCLUDEREA REZULTATELOR PARTIALE, ULTIMII 3 ANI - ANUAL SI ULTIMII 2 ANI – SEMESTRIAL SI TRIMESTRIAL

Situatii financiare anuale

<i>Denumire indicator</i>	<i>Sold la 31.12.2017 neauditat</i>	<i>Sold la 31.12.2018 auditat</i>	<i>Sold la 31.12.2019 auditat</i>
A. ACTIVE IMOBILIZATE			
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	-	79,661	60,717
II. IMOBILIZARI CORPORALE	134,161	461,586	1,158,870
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	80,000	80,000	177,075
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	214,161	621,247	1,396,662
B. ACTIVE CIRCULANTE			
I. STOCURI	2,050,664	2,283,198	2,881,195
II. CREANTE		2,686	65,418
2. Creante reprezentând dividende repartizate în cursul exercitiului financiar	82,464	1,432,726	421,052
Total	82,464	1,435,412	486,470
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	-	-	(794,377)
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	1,064,364	1,679,184	2,429,008
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	3,197,492	5,397,794	5,002,296

C. CHELTUIELI IN AVANS	-	-	-
Sume de reluat într-o perioada de pâna la un an	-	-	-
Sume de reluat într-o perioada mai mare de un an	-	-	-
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE INTR-O PERIOADA DE PANA LA UN AN	2,289,500	3,030,022	2,762,285
E. ACTIVE CIRCULANTE NETE/DATORII CURENTE NETE	907,992	2,367,772	2,240,011
F. TOTAL ACTIVE MINUS DATORII CURENTE	1,122,153	2,989,019	3,636,673
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE INTR-O PERIOADA MAI MARE DE UN AN	99,477	-	-
H. PROVIZIOANE	-	-	-
I. VENITURI IN AVANS	-	-	-
J. CAPITAL SI REZERVE			
I. CAPITAL, din care:	10,000	127,000	127,000
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	10,000	127,000	127,000
2. Capital subscris nevarsat	-	-	-
3. Patrimoniul regiei	-	-	-
4. Patrimoniul institutelor naționale de cercetare-dezvoltare	-	-	-
5. Alte elemente de capitaluri proprii	-	-	-
II. PRIME DE CAPITAL	-	-	-
III. REZERVE DIN REEVALUARE	-	-	-
IV. REZERVE	200	200	200
Actiuni proprii	-	-	-
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-	-
Pierderi legate de intrumentele de capitaluri proprii	-	-	-
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	-	-	750,000
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	1,012,476	2,861,819	2,759,473
Repartizarea profitului	-	-	-
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	1,022,676	2,989,019	3,636,673
Patrimoniul public	-	-	-
Patrimoniul privat	-	-	-
CAPITALURI - TOTAL	1,022,676	2,989,019	3,636,673

Situatii financiare semestriale neauditate

<i>Denumire indicator</i>	30.06.2019	30.06.2020
A. ACTIVE IMOBILIZATE		
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	71,820	72,801
II. IMOBILIZARI CORPORALE	1,209,846	1,243,709
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	79,999	177,075
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	1,361,665	1,493,585
B. ACTIVE CIRCULANTE		
I. STOCURI	2,697,942	3,112,399
II. CREANTE	23,515	60,401
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	-	-
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	1,771,139	3,964,706
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	4,492,596	7,137,506
C. CHELTUIELI IN AVANS	-	-
Sume de reluat într-o perioada de pâna la un an	-	-
Sume de reluat într-o perioada mai mare de un an	-	-
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE INTR-O PERIOADA DE PANA LA UN AN	3,967,171	3,965,934
E. ACTIVE CIRCULANTE NETE/DATORII CURENTE NETE	398,425	3,044,572
F. TOTAL ACTIVE MINUS DATORII CURENTE	1,887,110	4,665,157
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE INTR-O PERIOADA MAI MARE DE UN AN	-	114,688
H. PROVIZIOANE	-	-
I. VENITURI IN AVANS	-	-
J. CAPITAL SI REZERVE		
I. CAPITAL, din care:		
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	127,000	127,000
2. Capital subscris nevarsat	-	-
3. Patrimoniul regiei	-	-
4. Patrimoniul institutelor naționale de cercetare-dezvoltare	-	-
5. Alte elemente de capitaluri proprii	-	-
II. PRIME DE CAPITAL	-	-
III. REZERVE DIN REEVALUARE	-	-
IV. REZERVE	200	200
Actiuni proprii	-	-

Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-
Pierderi legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	750,000	2,129,701
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	1,009,910	2,293,568
Repartizarea profitului	-	-
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	1,887,110	4,550,469
Patrimoniul public	-	-
Patrimoniu privat	-	-
CAPITALURI - TOTAL	1,887,110	4,550,469

Situatii financiare trimestriale neauditate (aferele primelor noua luni ale anului)

<i>Denumire indicator</i>	<i>Sold la 1.01.2020</i>	<i>Sold la 30.09.2020</i>
A. ACTIVE IMOBILIZATE		
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	60,717	73,781
II. IMOBILIZARI CORPORALE	1,158,870	868,971
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	177,075	177,075
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	1,396,662	1,119,827
B. ACTIVE CIRCULANTE		
I. STOCURI	2,881,195	3,775,464
II. CREANTE	65,418	92,474
Creante reprezentând dividende repartizate în cursul exercitiului financiar	421,052	1,052,632
Total	486,470	1,145,106
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	(794,377)	-
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	2,429,008	4,868,609
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	5,002,296	9,789,179
C. CHELTUIELI IN AVANS		
Sume de reluat într-o perioada de până la un an	-	-
Sume de reluat într-o perioada mai mare de un an	-	-
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE INTR-O PERIOADA DE PANA LA UN AN	2,762,285	5,702,856
E. ACTIVE CIRCULANTE NETE/DATORII CURENTE NETE	2,240,011	4,086,323
F. TOTAL ACTIVE MINUS DATORII CURENTE	3,636,673	5,206,150

G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE INTR-O PERIOADA MAI MARE DE UN AN	-	110,867
H. PROVIZIOANE	-	-
I. VENITURI IN AVANS	-	-
J. CAPITAL SI REZERVE		
I. CAPITAL, din care:	127,000	127,000
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	127,000	127,000
2. Capital subscris nevarsat	-	-
3. Patrimoniul regiei	-	-
4. Patrimoniul institutelor naționale de cercetare-dezvoltare	-	-
5. Alte elemente de capitaluri proprii	-	-
II. PRIME DE CAPITAL	-	-
III. REZERVE DIN REEVALUARE	-	-
IV. REZERVE	200	200
Actiuni proprii	-	-
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-
Pierderi legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	750,000	2,129,701
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	2,759,473	2,838,382
Repartizarea profitului	-	-
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	3,636,673	5,095,283
Patrimoniul public	-	-
Patrimoniu privat	-	-
CAPITALURI - TOTAL	3,636,673	5,095,283

3. Bugete, cel puțin pentru anul în curs și, dacă există, pentru o perioadă de 3 – 5 ani

Bugete		
Denumire	2021	2022
Cifra de afaceri	45,607,254.00	58,128,304.00
Cheltuieli de exploatare	36,352,423.00	46,136,831.00
Rezultat operational	9,254,831.00	11,991,473.00
Rezultat financiar	304,193.00	244,305.00
Rezultat brut	9,559,024.00	12,340,746.00
Rezultat net	8,029,580.00	9,206,542.00

Sursa: MAMBRICOLAJ S.A.

Bugetul a fost aprobat de conducerea executiva a societatii la data de 30.06.2020.

EMITENT

MAMBRICOLAJ S.A.

Gavan Cristian

Director General



INTERMEDIAR

SSIF TRADEVILLE S.A.

Ovidiu George Dumitrescu

Director General Adjunct
