



Raport SEMESTRIAL 2022

MAMBricolaj S.A.

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

Data Raportului: 18.08.2022

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	3
DESPRE MAMBRICOLAJ	4
<i>Scrisoare Fondator și Presedinte CA MAMBricolaj</i>	4
<i>Evenimente Importante în perioada de raportare S1 2022</i>	5
<i>Descriere activitate de bază</i>	6
<i>Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ6-</i>	6
<i>Tendențe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei</i>	8
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE S1 2022	9-14
<i>Vânzările în Semestrul 1 2022</i>	9
<i>Structură Vânzări pe Categoriile de produse</i>	9
<i>Analiza P&L S1 2022</i>	10-12
<i>Bilant și Poziție Financiară S1 2022</i>	12-13
<i>Analiza Fluxului de numerar S1 2022.Indicatori Financiar</i>	13-14
ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2022	15
DECLARAȚIA CONDUCERII	16

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport financiar

Tipul raportului	Raport Semestrial – SEM 1 pentru Anual 2022 conform Regulament ASF nr. 5/2018 ANEXA 13
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 30.06.2022

Informații emitent

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

Informații despre valorile mobiliare

Capital subscris și vărsat la 30.06.2022	846.500 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT AeRO Premium
Caracteristici cheie ale valorilor mobiliare emise de companie la 30.06.2022	8.465.000 acțiuni ordinare cu valoare nominală de 0,1 lei
Simbol	MAM

Detalii contact

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

DESPRE MAMBRICOLAJ

Scrisoare Fondator și Presedinte CA MAMBricolaj

Dragi Acționari,

După un prim trimestru bun, în care vânzările au crescut pe fondul dorinței românilor de a evita creșterile de prețuri din lunile următoare, dovadă datele privind creșterea economică din T1, bazată în principal pe consum, trimestrul al doilea și implicit semestrul 1 a avut o creștere temperată a pieței de bricolaj, trend care va continua și în restul anului.

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

Dar suntem increzatori ca modelul nostru de afacere, execuția și măsurile de eficientizare operațională la nivel de companie și rețea de magazine, ne vor ajuta să consolidăm poziția actuală a Mambricolaj și funcție de evoluția contextului macro-economic, de business să continuăm atingerea obiectivelor propuse pentru acest an.

La momentul prezent avem suficiente resurse financiare și capabilități operaționale pentru a face față incertărilor din piață dar și pentru dezvoltarea pe care ne-am propus-o în următorii ani.

Pentru acest an, ne-am propus împreună cu membrii CA și echipa managerială Mambricolaj o creștere a cifrei de afaceri în cadrul rețelei actuale de magazine cu 17% vs 2021, în valoare absolută de la 53,1 mil la 64,3 mil în condițiile unei creșteri a pieței de bricolaj și de mobilă/accesorii estimată actual la circa 10% vs 2021.



Estimăm că piața va continua să crească și în semestrul al doilea din perspectiva cifrei de afaceri pe fondul inflației cu impact direct în creșterea prețurilor la raft și cu reducerea consumului la nivel de target client. Focusul pieței se va concentra pe soluțiile de consum energetic și pe extinderea programelor de suport tehnic și asistență tehnică.

Sezonalitatea business-ului nostru este un aspect important de care trebuie să ținem cont în analiza rezultatelor atât din punct de vedere operational cât și financiar. Rezultatele primului semestru contribuie în medie cu 52% la rezultatele anuale ale rețelei Mambricolaj.

În Semestrul 1 2022 am realizat 130.846 de tranzacții la nivel de rețea magazine (+5,2% vs. iunie 2021) și o creștere cu 1.5% a numărului de clienți cât și a bonului mediu cu 5.4% în raport cu anul 2021 (medie tranzacție S1 2022, 212,4 lei).

Rezultatele la S1 2022 înregistrează o creștere de 11.2% în cifra de afaceri față de semestrul 1 2021, de la 24,98 mil la 27,7 mil lei.

Evenimente Importante în perioada de raportare S1 2022

Primul Consiliu de Administrație al MAMBricolaj

În cadrul Adunării Generale Ordinare a Actionarilor (AGOA), din 20 aprilie 2022, s-a votat trecerea de la conducerea prin administrator unic la un Consiliu de Administrație format din trei membri. Cristian Găvan, fondatorul și acționarul majoritar al companiei, a fost ales președinte al Consiliului de Administrație al MAMBricolaj. Ceilalți doi administratori aleși pentru a conduce compania sunt Mihaela Humelnicu și Romeo Iacob, profesioniști cu experiență relevantă în managementul unor societăți și sectorul de retail.

Hotărâri AGEA și AGOA din data de 20.04.2022

De asemenea, în cadrul AGOA s-a aprobat distribuirea sumei de 1.900.000 lei din profitul nerepartizat al anilor 2018-2019 și fixarea unui dividend brut/acțiune de 0,2246 lei. Acest dividend va fi distribuit acționarilor în luna septembrie 2022.

În 2022 compania va implementa un plan de recompensare a persoanelor cheie din Societate cu acțiuni ale Societății, prin acordarea de opțiuni, „MAM – STOCK OPTIONS PLAN”, cu scopul recompensării fidelității acestora și creșterea a gradului de retenție la nivel de rețea de magazine.

Sustinerea programului de Stock Options se va face prin răscumpărarea de către societate a propriilor acțiuni în cadrul pieței AeRo sau prin desfășurarea de oferte publice de cumpărare până în iunie 2023, în următoarele condiții:

- numărul maxim ce poate fi achiziționat este de 84.650 acțiuni, reprezentând maximum 1% din capitalul social,
- prețul pe acțiune plătit va fi situat între un preț minim egal cu valoarea nominală și un preț maxim egal cu valoarea cea mai mică dintre (i) 7,5 lei pe acțiune.
- exercitarea opțiunilor de către salariații, perioada iulie-septembrie 2023

Contractarea de credite IMM Invest conform aprobării Consiliului de Administrație

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

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

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

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

Structură curentă acționariat Mambricolaj

La data de 30.06.2022 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:

- **Cristian Gavan:** 67,4584% din capitalul social
- **Alți Acționari:** 32,5416% din capitalul social (din care 2 persoane fizice cu pondere semnificativă > 5% și persoane juridice 0.5032%)

Descriere activitate de bază

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

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

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

Avantajele competitive comparativ cu magazinele clasice de mobilă:

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

Avantajele competitive comparativ cu varianta mobilei la comandă:

- Varianta de proiectare și execuție de mobilă prin MAMBricolaj este mult mai accesibilă publicului larg, comparativ cu mobila la comandă, pentru care specialiștii sunt greu de găsit;
- Calitatea mobilei produse de micii producători particulari de mobilă nu poate fi garantată, lucrările fiind de cele mai multe ori făcute la „negru”, ceea ce face imposibil ca respectivii clienți să se poată adresa autorităților în situații de calitate slabă a mobilei fabricate;
- Prețul poate fi semnificativ mai mic față de varianta mobilei la comandă;
- Clientul are la dispoziție o gamă mult mai extinsă de materiale/accesorii/culori (peste 11,000 de articole) decât în cazul mobilei la comandă;
- Execuția proiectului este mult mai rapidă în cazul MAMBricolaj comparativ cu mobila la comandă.

Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ

Curent, în 2022, rețeaua MAMBricolaj operează trei magazine și divizia de online:

- **Magazin Luica**, localizat în partea de Sud a capitalei, la adresa de pe Str. Luica nr. 180. Magazinul are o suprafață de 1.500 mp din care 500 mp suprafață de vânzare, 500 atelier producție și 500 depozit. La data acestui raport, magazinul are un număr efectiv de 44 angajați inclusiv secția PAL.
- **Magazin Morarilor**, localizat în partea de Est a capitalei, pe Șos. Morarilor nr. 2A. Magazinul are o suprafață de 3,570 mp din care suprafață de vânzare este de 2.100 mp. La data acestui raport, magazinul are un număr efectiv de 45 angajați inclusiv secția PAL.
- **Magazinul Ghencea**, localizat pe str. Prelungirea Ghencea nr. 299-301. Magazinul are o suprafață de 1.500 mp din care suprafață de vânzare este de 1.000 mp. La data acestui raport, magazinul are

un număr efectiv de 19 angajați. Nu operează Atelier propriu de producție ca în cazul celorlalte 2 magazine.

- **Divizia de Online** în continua dezvoltare și creștere are curent 5 angajați
- **Sediul central și funcțiunile de suport** sunt susținute de un număr de 9 angajați, per total numărul efectiv de angajați la nivel de companie și la data prezentului raport fiind de 122. Numărul mediu în perioada este de 121 angajați vs. 128 în S1 2021.
- **Media cheltuielilor cu salariile pe angajat +2% vs. 2021, Productivitatea +17% vs. S1 2021**

Situația concurențială

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

La nivel de S1 2022 creșterea numărului de clienți a fost cu 1.5% mai mare decât în T1 2021 cu o medie a bonului pe client de 424 lei (online și magazine). Creșterea medie față de 2021 a fost de 5.2%. Conform raportului semestrial de inflație și al indicilor prețurilor de consum, rata medie de creștere a prețurilor de consum a fost de 10.1% din care media pe zona de produse ne-alimentare și servicii de circa 8.33%.

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

La data acestui raport, creșterea pieței de bricolaj pentru 2022 este cuantificată la circa 10%. Din datele de prospectare și rapoartele de analiză, preconizăm că cererea se va concentra pe soluțiile de consum energetic și pe extinderea programelor de suport tehnic. Inflația și puterea de cumpărare scăzută a consumatorului final își vor pune amprenta pe trendul descendent în volumul de vânzări estimat pentru semestrul al doilea.

Performanța din 2021 a MAMBricolaj, +34% creștere în cifra de afaceri față de 2020 vine să consolideze poziția companiei față de eșantionul de competitori față de care se poziționează și să-și crească cota de piață la aproximativ 3.1% din valoarea acestui eșantion.

MAMBricolaj la BVB

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

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

La nivelul pieței de bricolaj și de amenajări interioare pot fi observate la nivel de S1 mai multe tendințe cu impact asupra evoluției industriei, afectată ca și volum cerere, marje de profitabilitate și puterea de cumpărare a clientului final. Trendul actual indică o decelerare a ratei de creștere din ultimii 3 ani și așteptările sunt ca pe bricolaj și segmente de business specifice creșterea față de 2021 să se diminueze substanțial:

- ✓ Volatilitate și riscuri semnificative economice datorate crizei ucrainene, crizei energetice și a combustibilului cât și a inflației galopante
- ✓ Scumpirea mărfurilor și a materiilor prime reflectată și în creșterea prețurilor începe să genereze o scădere majoră a cererii atât în rândul companiilor cât și al consumatorului final prin scăderea puterii de cumpărare

- ✓ Criza mărfurilor și materiilor prime pe lanțul de aprovizionare a dus la creșteri semnificative de prețuri pe unele categorii de produse achiziționate de către MAMBricolaj, cu peste 20% comparativ cu lunile precedente – impact în marja brută realizată pe aceste produse (magazine sau pe comandă).
- ✓ Creșterea prețului la transportul de marfă intern și extern plus a cheltuielilor de logistică aferente manipulării, stocării mărfii
- ✓ Dificultatea de a găsi personal în București și în orașele mari avute în vedere de către rețeaua MAMBricolaj. Creștere semnificativă a nivelului de salarizare a personalului din magazine (peste 20% vs. 2021) pentru a susține atât nivelul de retenție adecvat cât și de a atrage oameni noi/ sau lucrători din Asia, necesari pentru a susține dezvoltarea rețelei și deschiderea de noi locații.
- ✓ Accelerarea procesului inflaționist (BNR anunță un nivel de 15% anualizat la iunie 2022) ceea ce va duce la un nou val de creșteri pe partea de mărfuri, utilități și servicii pe termen mediu și scurt.
- ✓ Piața actuală concurențială (magazine și online) este dinamică pe segmentul de oferte/ promoții și reduceri de prețuri ceea ce va diminua considerabil pe termen mediu și scurt posibilitatea de a opera creșteri de prețuri la clienții finali ai rețelei de magazine MAMBricolaj.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE S1 2022

Analiza Performanței Financiare

Vânzările în S1 2022

Cifra de afaceri realizată în cadrul rețelei de magazine în semestrul 1 2022, a fost de 27,761 milioane de lei, în creștere cu 11,2% față de anul precedent aceeași perioadă. Magazinul Luica inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 38.2% din cifra de afaceri totală, înregistrând vânzări nete de 10.62 milioane lei, +4,7% vs. S1 2021. Magazinul Morarilor inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 46.2% din cifra de afaceri realizată, înregistrând vânzări nete de 12.83 milioane lei, 0,48% vs. 2021 aceeași perioadă. Magazinul Ghencea, nou deschis la finalul lunii martie 2021 contribuie cu 10,2%, 2.8 milioane lei în cifra de afaceri realizată pe semestrul 1 al anului 2022. De remarcat creșterea diviziei de online cu o pondere actuala în vanzările nete de 5.2%, 1.5 milioane lei si o creștere de 66,6% comparativ cu S1 2021.

	2022 SEM 1	2021 SEM 1	Evoluție %
Magazin Luica	10.621.618	10.143.594	4,71%
Magazin Morarilor	12.832.478	12.770.148	0,48%
Magazin Ghencea	2.799.825	1.132.350	247,26%
Online	1.508.041	937.925	66,61%
Total	27.761.961	24.984.017	11,21%

La nivel de buget 2022, compania a estimat o creștere a cifrei de afaceri, la nivel de rețea de pe cele 3 magazine operabile plus divizia de online, de 28.5 milioane de lei, +14,07% vs. S1 2021.

Chiar si într-un context geopolitic complex augmentat de creșterea preturilor la marfuri si PAL, de dificultățile din lanțul de aprovizionare, de scăderea puterii de cumpărare datorate inflației galopante din ultima perioada, Mambricolaj a depășit ținta de cifra de afaceri la T1 2022 cu 2% inclusiv pe lunile mai si iunie cu 1.5%, luna aprilie fiind în scădere față de așteptările inițiale bazate pe istoricul de cifre și date și comportamentul clienților, alocarea de bugete în perioadă.

Structură Vânzări pe Categoriile de produse

Pondere categorii % vanzari	S1 2021	S1 2022
ACCESORII BUCATARIE	9%	8%
ACCESORII DRESSING	11%	11%
ACCESORII MOBILA	12%	11%
ELECTRICE	3%	4%
FIXARE/BALAMALE	14%	13%
HOME	3%	2%
PANOURI	25%	27%
SERTARE	7%	7%
SERVICII	9%	10%
UNELTE	7%	7%

În S1 2022, compania a investit continuu în acțiuni de marketing și oferte/promoții avantajoase și programe de loializare pentru clienți MAMBricolaj. Bugetul alocat a fost de 0.66 mil lei (2.4% din cifra de afaceri), în creștere cu peste 107 mii lei față de S1 2021.

Numărul de clienți în perioada a crescut cu 1.5% și valoarea coșului mediu pe clientul Mambricolaj s-a apreciat cu 5.2% contribuind la menținerea unei marje comerciale nete de 34.8% raportată la vânzări.

Gama actuală de produse conține în jur de 11.000 de repere.

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

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

Numărul de tranzacții înregistrat în perioadă a fost de 130.846, în creștere cu 5.2% față de S1 2021 și o valoare medie a coșului de 213 lei/tranzacție în creștere cu 5,4% față de S1 2021. De remarcat și creșterea tranzacțiilor online în perioadă, +66% vs. 2021 aceeași perioadă.

Baza de clienți a MAMBricolaj este formată în majoritate din clienți de retail (B2C) și profesioniști în domeniu. Conform analizelor și estimărilor companiei, aproximativ 52% dintre clienți sunt utilizatorii finali, în timp ce între 48% sunt consultanți de mobilă/profesioniști/meșteri. Peste 98.8% din clienți plătesc numerar la plată sau cu cardul, prin urmare compania nu întâmpină dificultăți cu încasările din vânzarea produselor.

Analiza P&L S1 2022

Situațiile financiare individuale auditate aferente semestrului 1 2022 sunt întocmite în concordanță cu legislația financiar contabilă în vigoare și cerințelor stipulate în OMFP 1802/2015 și a reglementărilor financiar-contabile ulterioare.

Veniturile din exploatare ale MAMBricolaj au crescut în S1 2022 cu 9% vs. S1 2021, ajungând la 27,762 milioane de lei. În baza de 2021 este inclusă vânzarea de utilaje uzate în valoare de 0.471 milioane lei, variația în cifra de afaceri netă fiind de 11.2%, de la 24,984 milioane lei la 27,762 milioane lei.

Cheltuielile în această perioadă au crescut față de S1 2021 cu 2.17 milioane lei și sunt în valoare de 27,01 mil lei (+9% vs. 2021 din care 1.2 milioane provin din creșterea valorii marfurilor vândute în perioada, 0.377 milioane din amortizări în perioada (investiții 2021), utilități, publicitate și costuri personal. Ghencea de +0.59 milioane lei.

Cheltuielile financiare sunt în creștere, +0.12 milioane față de S1 2021 în principal din dobânzi ca urmare a creșterii volumului de credite în perioada dar și a ROBOR-ului pentru rata variabilă.

Total Cheltuieli de exploatare bugetate pentru S1 2022 (parte din prognoza declarată pentru investitori) = sunt de 28.05 milioane de lei și includ cheltuielile materiale, de marfă vândută cât și cheltuielile general administrative la nivel de rețea inclusiv salarii personal.

Deviația pozitivă față de buget de 0.9 mil este explicată prin costul cu mărfurile vândute mai mici, 0,8 milioane de lei cât și din descreșterea de 0,17 mil de lei în cheltuielilor general administrative ca urmare în principal a descreșterii numărului de personal în magazine.

Profitul net bugetat la nivel de rețea magazine operabile actual pentru semestrul 1 este de 344 mii lei. Profitul net realizat și raportat la S1 2022 este de 496 mii lei. Comparativ și cu perioada anului precedent profitul net raportat la S1 2022 este aproximativ în linie (S1 2021 = 504 mii lei)

Profitul operațional al perioadei S1 2022 este în creștere față de buget cu 34,5%, 744 mii lei datorat creșterii marje comerciale peste nivelul bugetat (34.8% vs. 34.2%) dar și a diminuării costurilor fixe la nivel de rețea.

Profitul operațional pentru S1 2021 este de 614,5 mii lei.

EBITDA Comparat cu S1 2021

EBITDA se definește ca rezultatul operațional din care se exclud cheltuielile cu amortizarea și amortismentele. EBITDA S1 2022 este în valoare absolută de 1.416 mil lei și reprezintă 5.1% din veniturile nete la nivel de S1 2022. EBITDA bugetat la nivel de S1 2022 este de 1.21 mil lei adică 4.1% din vânzările nete.

EBITDA operațional ia în calcul doar activitatea de exploatare, excluzând cheltuiala cu amortizarea, vânzările de active, elementele nerecurente și activitatea financiară. EBITDA Operațional pentru S1 2021 a fost de 0.52 lei adică 2.3% din veniturile nete realizate la nivel de magazine în 2021.

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

Detaliere Variații în raport cu S1 2021 - comparative:

Indicatori	SEM 2021	SEM 2022		Evolutie	% +/-
Cifra de afaceri neta	24,984,017	27,761,964	▲	2,777,947	11%
Productia vanduta	1,654,068	1,836,770	▲	182,702	11%
Venituri din vanzarea marfurilor	24,262,521	26,923,103	▲	2,660,582	11%
Reduceri comerciale acordate	932,573	997,909	▲	65,336	7%
Alte venituri din exploatare	471,948	-	▼	(471,948)	-100%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	25,455,965	27,761,964	▲	2,305,999	9%
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	376,264	341,104	▼	(35,160)	9%
Alte cheltuieli materiale	124,680	75,084	▲	(49,596)	40%
b) Alte cheltuieli externe	163,398	261,679	▼	98,281	-60%
c) Cheltuieli privind marfurile	16,513,463	17,696,166	▼	1,182,703	-7%
Reduceri comerciale primite	318,178	213,709	▼	(104,469)	0%
Cheltuieli cu personalul	4,873,337	4,700,108	▲	(173,229)	4%
a) Salarii si indemnizatii	4,720,874	4,615,459	▲	(105,415)	2%
b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala	152,463	84,649	▲	(67,814)	44%
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	295,400	672,502	▼	377,102	-128%
Cheltuieli amortizare si amortismente	295,400	672,502	▼	377,102	-128%
Alte cheltuieli de exploatare	2,813,059	3,484,835	▼	671,776	-24%
a) Cheltuieli privind prestatiile externe	2,580,946	3,146,171	▼	565,225	-22%
b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;	141,358	111,663	▼	(29,695)	21%
c) Cheltuieli privind calamitatilesi alte evenimente similare					
d) Alte cheltuieli	90,755	227,001	▼	136,246	-150%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	24,841,424	27,017,769	▼	2,176,345	-9%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:					
- Profit	614,541	744,195	▲	129,654	21%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	20,061	17,775	▼	(2,286)	-11%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	56,248	181,159	▼	124,911	-222%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA				-	0%
- Profit	(36,187)	(163,384)		(127,197)	351%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:					
- Profit	578,354	580,811	▲	2,457	0%
Impozitul pe profit	73,823	84,269	▼	10,446	14%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:					
- Profit	504,531	496,542	—	(7,989)	-2%
Nr actiuni	8,465,000	8,465,000			
Profit net pe actiune	0.06	0.06			

EBITDA Evoluție

Indicatori economico-financiari	S1 2021	S1 2022
EBITDA	909,942	1,416,697
Marja EBITDA (%)	3.64%	5.10%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	31.98	49.79
Gradul de îndatorare	47.8%	50.0%

Situația poziției financiare (bilanț semestrial)

Structura poziției financiare

Total Active pe termen lung (imobilizate) = 14.859.257 lei, +6% vs. S1 2021

Total Active Circulante inclusiv Conturi casa și bănci = 14.394.078 lei, +3% vs. S1 2021

Datorii pe termen scurt (furnizori, leasing-uri și credite TS) = 11.239.660 lei, +4% vs. S1 2021

Datorii pe termen lung = 3.442.650 lei, +33% vs. S1 2021

Capitaluri proprii = 29.376.250 lei, +4% vs. S1 2021

Grad de îndatorare = 50.2 %, +2% vs. S1 2021

Poziția financiară comparații

La 30.06.2022, valoarea activelor imobilizate a crescut cu 0,8 milioane lei față de S1 2021 datorită investițiilor realizate în cursul anului precedent în dotarea cu echipamente/utilaje performante a secțiilor Atelier Morarilor și Luică și al amenajărilor și al dotărilor IT din noul magazin Ghencea și extindere Morarilor.

Imobilizările necorporale sunt în scădere cu 94 mii lei față de perioada a anului trecut și includ fondul comercial, mărci comerciale, licențe, soluții software și alte imobilizări necorporale. Imobilizările financiare includ garanții comerciale aferente locurilor spațiilor comerciale pentru magazinele Mambricolaj.

La 30.06.2022 activele circulante au crescut față de S1 2021 cu 0.38 milioane. Cea mai mare contribuție în deviatie la activele circulante este reprezentată de creșterea în cuantumul de cash (+0.4 mil lei). Menținerea nivelului de stocuri la 7.3 mil lei este justificată de creșterea volumului de vânzări în perioada cât și de creșterea în prețul de achiziție al mărfurilor vs. 2021.

Datoriile curente la 30.06.2022 totalul datoriilor pe termen scurt în creștere față de iunie 2021 din care cea mai mare descreștere derivă din soldul furnizorilor de marfă și servicii (circa 0.4 mil lei) – datorită negocierii termenelor de plată extinse pentru achizițiile în perioadă.

Situația datoriilor pe termen lung a înregistrat o creștere de 0,8 mil lei față de nivelul iunie 2021 – plăți leasing utilaje și panouri fotovoltaice pe termen lung.

Capitalul propriu la 30.06.2022, indică o creștere de 1,1 milioane lei, +4% vs. T1 2021. În septembrie 2022 se vor acorda dividende acționarilor din profitul reportat al anilor 2018 și 2019 în valoare de 1.9 mil lei. Rentabilitatea capitalului angajat la iunie 2022 este de 13% vs. 11% la decembrie 2021.

Denumire indicator	In					% +/-
	30.06.2021	30.06.2022	Total	2022 vs 2021	2022	
A. ACTIVE IMOBILIZATE						
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	482,580	388,002	1%	-	94,578	▼ -20%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	13,327,091	14,138,127	48%		811,036	▲ 6%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	244,388	333,128	1%		88,740	▲ 36%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,054,059	14,859,257	51%		805,198	▲ 6%
I. STOCURI	7,405,749	7,295,507	25%	-	110,242	▲ -1%
II. CREANTE	1,733,953	1,733,964	6%		11	— 0%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	10%		-	— 0%
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	1,873,510	2,364,607	8%		491,097	▲ 26%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	14,013,212	14,394,078	49%		380,866	▲ 3%
C. CHELTUIELI IN AVANS	179,277	122,915	0%	-	56,362	▲ -31%
TOTAL ACTIV	28,246,548	29,376,250	100%		1,129,702	▲ 4%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	10,776,723	11,239,660	38%		462,937	▼ 4%
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	2,628,359	3,442,650	12%		814,291	▼ 31%
J. CAPITAL SI REZERVE			0%		-	—
I. CAPITAL, din care:			0%		-	—
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	846,500	846,500	3%		-	— 0%
II. PRIME DE CAPITAL	7,986,100	7,986,100	27%		-	— 0%
III. REZERVE DIN REEVALUARE	1,498,108	1,498,108	5%		-	— 0%
IV. REZERVE	8,465	101,382	0%		92,917	▲ 1098%
Actiuni proprii	-	-	0%		-	—
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-	0%		-	—
Pierderi legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-	0%		-	—
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	3,997,762	3,765,308	13%	-	232,454	▼ -6%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	504,531	496,542	2%	-	7,989	▼ -2%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	14,841,466	14,693,940	50%	-	147,526	▼ -1%
TOTAL PASIV	28,246,548	29,376,250	100%		1,129,702	▲ 4%

Poziția financiară comparații vs. 31.12.2021

Comparatii cu inceputul de an	31.12.2021	30.06.2022	Evolutie
A. ACTIVE IMOBILIZATE			
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,582,800	14,859,257	276,457 ▲
I. STOCURI	6,712,390	7,295,507	583,117 ▼
II. CREANTE	1,475,964	1,733,964	258,000 ▲
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	- —
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	2,359,416	2,364,607	5,191 ▲
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	13,547,770	14,394,078	846,308 ▼
C. CHELTUIELI IN AVANS	103,623	122,915	19,292 ▲
TOTAL ACTIV	28,234,193	29,376,250	1,142,057 ▼
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	8,502,334	11,239,660	2,737,326 ▼
E. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	3,634,461	3,442,650	(191,811) ▲
F. CAPITALURI PROPRII - TOTAL	16,097,398	14,693,940	(1,403,458) ▼
TOTAL PASIV	28,234,193	29,376,250	1,142,057 ▲

Analiza Fluxului de numerar

Și în S1 2022 compania menține un nivel bun al fluxului de numerar, încheind semestrul cu un nivel de lichidități de peste 5.3 mil lei în conturile curente și depozite bancare. Indicatorii de lichiditate permit gestionarea adecvata a necesarului capitalului de lucru și a asigurării mărfurilor la raft în gama și raportul calitate – preț cerute de către clienții MamBricolaj.

Variatia Fluxului de numerar 12 luni				Variatia Fluxului de numerar 6 luni			
(RON)	S1 2021	S1 2022	Variatie	(RON)	Final 2021	S1 2022	Variatie
Rezultat net	504,531	496,542	-7,989	Rezultat net	1,801,355	496,542	-1,304,813
Amortizare	295,400	672,502		Amortizare	970,242	672,502	
Variatii capital de lucru	- 335,390	529,530		Variatii capital de lucru	-2,621,458	-1,448,734	
Cash net din operare	464,541	1,698,574	1,234,033 ▲	Cash net din operare	150,139	-279,690	-429,830 ▼
Cash net din investitii	-2,288,546	-209,421	2,079,125 ▲	Cash net din investitii	-2,056,240	-270,406	1,785,833 ▲
Cash net din finantare	-2,917,490	-1,483,962	1,433,527 ▲	Cash net din finantare	-2,349,589	-383,906	1,965,683 ▲
Cash net	-4,741,495	5,191	4,746,686 ▲	Cash net	-4,255,689	-934,002	3,321,687 ▲
Cash la inceput	6,615,005	2,359,416		Cash la inceput	6,615,005	2,359,416	
Cash la sfarsit	1,873,510	2,364,607		Cash la sfarsit	2,359,316	2,364,607	
Depozite	3,000,000	3,000,000		Depozite	3,000,000	3,000,000	

Principalii Indicatori Economici și Financieri - Evoluție

	12	6	12	6
Indicatori financiari	Dec-20	Jun-21	Dec-21	Jun-22
Profitabilitate operationala				
Gross Margin (YTD)	33%	34%	35%	35%
Net Profit Margin (YTD)	9%	2%	3%	2%
EBIT margin (YTD)	11%	2%	4%	3%
EBITDA Margin (YTD)	11%	4%	6%	5%
Managementul capitalului de lucru				
Active curente/Venituri	38%	28%	23%	24%
Lichiditate curenta	2.7	1.7	2.0	1.9
Lichiditate imediata	2.0	0.8	0.9	0.9
Ciclul de conversie al cash-ului (zile)	-14	-14	2	8
DI	3	0	3	1
DSO	38	53	46	47
DPO	-54	-67	-47	-41
Rotatia activelor (TAT)	1.5	1.9	2.0	2.0
Grad de indatorare (D/A)	43.4%	46%	40.3%	48%
Multiplicatorul capitalului	1.8	1.8	1.7	1.9
Rentabilitatea activelor (ROA)	13%	7%	7%	7%
Rentabilitatea capitalului (ROE)	23%	14%	11%	13%
Grad de indatorare (DTL/Capitaluri)	24.9%	18.5%	22.3%	23.2%

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2022

Declaratie privind prognozele

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

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

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

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

La momentul acestui raport, conducerea companiei consideră că are un plan realist de dezvoltare pentru 2022 și care, în caz de necesitate, poate fi adaptat și ajustat corespunzător cu resursele disponibile.

O criză financiară, inflaționistă determină bugete mai mici pentru gospodărie, și în consecință reducerea cheltuielilor alocate pentru mobilier, dotări și întreținerea locuințelor cu impact direct în scăderea comenzilor și reducerea veniturilor din vânzare a companiei.

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

Tendențele actuale de piață cât și riscul geopolitic, economic, inflaționist și de preț pot influența și impacta rezultatele prognozate ale societății pentru semestrul 2 al anului 2022.

Obiective cheie și Direcții de acțiune 2022-2023

- Creștere Segment Online ca și pondere și valoare absolută în cifra de afaceri a companiei
- Consolidare financiară și eficiență operațională la nivel de rețea magazine Mambricolaj
- Monetizare și Diversificare Gama produse și servicii, Creștere Productivitate pe angajat și mp vanzare
- Orientarea către client și creșterea calității personalului din magazine și management.
- Continuitate în planul de dezvoltare și expansiune rețea de magazine Mambricolaj

Declarația Conducerii

Informațiile financiare la 30.06.2022 prezentate în prezentul raport semestrial al anului 2022 sunt auditate și sunt întocmite în conformitate cu Reglementările Contabile prevăzute în OMFP 1802/2014. Aceste situații financiare reflectă situația actuală, conformă și reală a activelor și pasivelor societății, poziția financiară și contul de profit și pierdere al societății.

Raportul semestrial la 2022 transmis ASF a fost întocmit conform Regulamentului nr 5/Anexei 13 și reflectă informații complete despre societatea SC Mambricolaj SA la nivel de semestrul 1 2022.

Cristian GĂVAN

Presedinte Consiliu de Administratie MAMBRICOLAJ SA

Data: 18.08.2022