



Raport Trimestrial 2022

MAMBricolaj S.A.

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

Data Raportului: 17.05.2022

CUPRINS

<i>INFORMAȚII EMITENT</i>	3
<i>DESPRE MAMBRICOLAJ</i>	4
Scrisoare Fondator și Presedinte CA MAMBricolaj.....	4
Evenimente Importante în perioada de raportare T1 2022	5
Descriere activitate de bază	6
Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ.....	6
MAM la BVB	7
Tendințe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei	7
<i>ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE T1 2022</i>	9
Vânzările în Trimestrul 1 2022	9
Structură Vânzări pe Categoriile de produse	9
Analiza P&L T1 2022.....	10
Evoluție Indicatori cu Comparative T1 2021 si Buget T1 2022	12
Bilant T1 2022	12
Analiza Fluxului de numerar T1 2022.Indicatori Financiar	14
<i>ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2022</i>	15
<i>DECLARAȚIA CONDUCERII</i>	16

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport financiar

Tipul raportului	Raport Trimestrial – TRIM 1 pentru Anual 2022 conform Regulament ASF nr. 5/2018 ANEXA 13
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 31.03.2022

Informații emitent

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

Informații despre valorile mobiliare

Capital subscris și vărsat la 31.12.2022	846.500 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT AeRO Premium
Caracteristici cheie ale valorilor mobiliare emise de companie la 31.03.2022	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,

Sutem bucurosi sa va prezentam primul raport trimestrial din istoria noastra ca si companie listata pe Piata de capital, AeRo, prezentand rezultatele inregistrate in primele 3 luni ale anului 2022.

In raportul anual pentru anul 2021, ne-am axat pe realizările și planurile noastre de viitor care vin într-un context în care incertitudinea economică, criza energetica și creșterile semnificative ale materiilor prime și mărfurilor din ultima perioadă ca urmare a crizei geopolitice, ucrainene, încetinire economică și inflație mare.

Dar suntem increzatori ca modelul nostru de afacere, executia si eficientizarea operationala, imbantatirea proceselor decizionale la nivel de companie si retea de magazine, ne vor ajuta sa consolidam pozitia actuala a Mambricolaj și funcție de evoluția contextului macro-economic, de business să continuam pragmatic extinderea rețelei cu o nouă locație fie în București, fie în țară.

In 2022, avem avantajul de fi o companie stabila, matura, cu suficiente resurse financiare si operationale pentru a face fata incercarilor din piata dar si pentru dezvoltarea pe care ne-am propus-o in urmatorii ani.

Pentru acest an, ne-am propus impreuna cu membrii CA si echipa manageriala Mambricolaj o creșterea a cifrei de faceri în cadrul rețelei actuale de magazine cu 17% vs 2021, în valoare absolută de la 53,1 mil la 64,3 mil în condițiile unei creșteri a piete de bricolaj si de mobila/accesorii estimată actual la circa 10% vs 2021.



În T1 2022 am realizat 78.900 de tranzacții la nivel de rețea magazine (+8% vs martie 2021) si o creștere cu 8.3% a numărului de clienți cât și a bonului mediu cu 8% în raport cu anul 2021 (medie tranzactie 213 lei).

Rezultatele la T1 2022 înregistrează o creștere de 16.2% în cifra de afaceri, 14.1 mil lei față de trimestrul 1 2021, 12.4 mil lei si +2% fata de Buget T1 2022.

Sezonalitatea business-ului nostru este un aspect important de care trebuie sa tinem cont in analiza rezultatelor retailer-ului Mambricolja atat din punct de vedere operational cat si financiar. Rezultatele primului trimestru contribuie in medie cu 21% la rezultatele anuale ale rețelei Mambricolaj. Si in acest context, T1 2022 arata premise bune de realizare a creșterii promise catre investitorii nostri atat in vanzarile cat si in profitul net al companiei pentru anul 2022.

Evenimente Importante în perioada de raportare T1 2022

Primul Consiliu de Administrație al MAMBricolaj

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

Hotărâri AGEA și AGOA din data de 20.04.2022

Pe 20 aprilie 2022, au avut loc AGEA și AGOA ale MAMBRICOLAJ SA. În cadrul AGOA, cu votul „pentru” al acționarilor reprezentând 92,2657% (6.363.293) din voturile exprimate ale acționarilor, cu votul „împotrivă” al acționarilor reprezentând 7,6611% (528.361) din voturile exprimate ale acționarilor s-a aprobat distribuția 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 aceeași AGOA majoritatea acționarilor reprezentând 81,0574% (6.861.510) din totalul drepturilor de vot, au aprobat actualizarea implementării unui plan de recompensare a persoanelor cheie din Societate cu acțiuni ale Societății, prin acordarea de opțiuni, „MAM – STOCK OPTIONS PLAN”, cu scopul stimulării performanței și recompensării fidelității acestora.

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, în conformitate cu prevederile legale aplicabile, în următoarele condiții:

- a. numărul maxim ce poate fi achiziționat este de 84.650 acțiuni, reprezentând maximum 1% din capitalul social de la data aprobării acestei propuneri,
- b. 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.

În cadrul AGOA, acționarii au aprobat printre altele și situațiile financiare aferente anului 2021 precum și BVC pentru 2022.

Structura curentă acționariat Mambricolaj

La data de 31.03.2022 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:

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

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 1.000 mp suprafață de vânzare. La 31.03.2022, magazinul are un număr mediu de 47 angajați.
- **Magazin Morarilor**, localizat în partea de Est a capitalei, pe Șos. Morarilor nr. 2A. Magazinul are o suprafață de 3,570 mp din care suprafață de vânzare este de 2.100 mp. La 31.03.2022, magazinul are un număr mediu de 51 angajați.
- **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 31.03.2022, magazinul are un

număr mediu de 22 angajați. Nu operează Atelier propriu de producție ca în cazul celorlalte 2 magazine.

- **Ateliere de Producție și Prelucrare PAL** sunt integrate activității din magazinelor din Luica și Morarilor și au per total un număr de 37 de angajați
- **Divizia de Online** în continuă dezvoltare și creștere are curent 5 angajați
- **Sediul central și funcțiunile de suport** sunt susținute de un număr de 9 angajați, per total numărul de angajați la nivel de companie și T1 2022 fiind de 134.

Situația concurențială

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

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

La nivel de T1 2022 creșterea numărului de clienți a fost cu 8.3% mai mare decât în T1 2021 cu o medie a bonului pe client de 325 lei atât în magazine cât și pe online.

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 2021 este cuantificată la circa 14.5% și a fost influențată de evoluția prețului pe lanțul de aprovizionare, contextul pandemic dar și de parametrii macroeconomici, puterea de cumpărare la consumatorul final, în scădere în semestrul doi.

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

MAM la BVB

În urma operațiunii de majorare din 2021, capitalul social curent al SC MAMBricolaj SA este de 846.500 lei divizat în 8.465.000 acțiuni având o valoare nominală de 0,1 lei pe acțiune. La data acestui raport, prețul acțiunilor Mambricolaj înregistrează o perioadă de relativă volatilitate ca urmare a impactului negativ derivat din criza ucraineană/geopolitică, cea energetică și inflaționistă.

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 T1 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 de 1 digit:

- ✓ Volatilitate și riscuri semnificative economice datorate crizei ucrainene, crizei energetice și a combustibilului cât și a inflației galopante în 2022- T1 2023
- ✓ Scumpirea mărfurilor și a materiilor prime reflectată și în creșterea prețurilor începe să genereze o scădere majoră a cererii atât în rândul companiilor cât și al consumatorului final prin scăderea puterii de cumpărare

- ✓ Criza mărfurilor și materiilor prime pe lanțul de aprovizionare a dus la creșteri semnificative de prețuri pe unele categorii de produse achiziționate de către MAMBricolaj, cu peste 15-20% comparativ cu lunile precedente – impact în marja bruta realizată pe aceste produse (magazine sau pe comandă).
- ✓ Creșterea prețului la transportul de marfă intern și extern plus a cheltuielilor de logistică aferente manipulării, stocării mărfii
- ✓ Întreruperi în lanțul de aprovizionare de la furnizori și întârzieri în livrarea comenzilor de marfă necesare asigurării unui flux continuu de vânzare pe grupele/categoriile principale de produse
- ✓ Dificultatea de a găsi personal în București și în orașele mari avute în vedere de către rețeaua MAMBricolaj. Creștere semnificativă a nivelului de salarizare a personalului din magazine (peste 20% vs. 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 (peste 20% estimare BNR pentru semestrul 1, 2022) care va duce la un nou val de creșteri pe partea de mărfuri, utilități și servicii.
- ✓ Piața actuală concurențială este agresivă pe segmentul de oferte/ promoții ceea ce va diminua considerabil pe termen mediu și scurt posibilitatea de a opera creșteri de prețuri la clienții finali ai rețelei de magazine MAMBricolaj.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE T1 2022

Analiza Performanței Financiare

Vânzările în T1 2021

Cifra de afaceri realizată în cadrul rețelei de magazine în trimestrul 1 2022, a fost de 14.037 milioane de lei, în creștere cu 16,2% 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 5.36 milioane lei, +3,2% vs. T1 2021. Magazinul Morarilor inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 46.46% din cifra de afaceri realizată, înregistrând vânzări nete de 6.52 milioane lei, +1,75% vs. 2021 aceeași perioadă. Magazinul Ghencea, nou deschis la finalul lunii martie 2021 contribuie cu 10,2%, 1.45 milioane lei în cifra de afaceri realizată pe trimestrul 1 al anului 2022. De remarcat creșterea diviziei de online cu o pondere actuală în vânzările nete de 5%, 0.7 milioane lei și o creștere de 55,3% comparativ cu T1 2021.

	2021 AN	2022 AN	Evoluție %
Magazin Luica	5.201.032	5.362.460	3,21%
Magazin Morarilor	6.411.705	6.521.371	1,75%
Magazin Ghencea	14.341	1.448.824	101.28%
Online	454.073	704.412	55,31%
Total	12.081.151	14.037.067	16,2%

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 13.73 milioane de lei, +13,4% vs T1 2021.

Chiar și într-un context geopolitic complex augmentat de creșterea preturilor la marfuri și PAL, de dificultățile din lanțul de aprovizionare, de scăderea puterii de cumpărare datorate inflației galopante din ultima perioadă, Mambricolaj a depășit tinta de cifra de afaceri la T1 2022 cu 2%. Față de media estimată de creștere a pieței de bricolaj și accesorii-mobilier, estimată la maxim 10% în 2022 față de 2021, rezultatele actuale validează și mențin prognoza de planificare pentru anul 2022 – 64.9 mil de lei cifra de afaceri, adică +17% vs. 2021

Structură Vânzări pe Categoriile de produse

Pondere categorii % vanzari	T1 2021	T1 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 T1 2022, compania a investit continuu în acțiuni de marketing și oferte/promoții avantajoase și programe de loializare pentru clienții MAMBricolaj. Bugetul alocat a fost de 0.35 mil lei, în creștere cu peste 80 mii lei față de T1 2021.

Numărul de clienți în perioada a crescut cu peste 8.3% și valoarea coșului mediu pe clientul Mambricolaj s-a apreciat cu 8% contribuind la menținerea unei marje comerciale nete de 33.9% raportat 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 78.900, în creștere cu 8% față de T1 2021 și o valoare medie a coșului de 213 lei/tranzacție în creștere cu 8% față de T1 2021. De remarcat și creșterea tranzacțiilor online în perioadă, +53% 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 98.5% din clienți plătesc numerar la plată sau cu cardul, prin urmare compania nu întâmpină dificultăți cu încasările din vânzarea produselor.

Analiza P&L T1 2022

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

Veniturile din exploatare ale MAMBricolaj au crescut în T1 2022 cu 13% vs. T1 2021, ajungând la 14,037 milioane de lei. În baza de 2021 este inclusă vânzarea de utilaje uzate în valoare de 0.325 milioane lei, variația în cifra de afaceri netă fiind de 17%, de la 12.081 milioane lei la 14.037 milioane lei. Comparativ cu bugetul pe T1 2022, compania și-a îndeplinit și depășit tinta propusă de 13.7 mii lei pentru veniturile estimate la nivel de rețea existentă. Variația pozitivă raportată la nivel total venituri, Actual vs. Buget este de 0.3 mii lei.

Cheltuielile în această perioadă au crescut față de T1 2021 cu 1.5 milioane lei și sunt în valoare de 13,8 mii lei (+12% vs. 2021 din care 1.1 milioane provin din creșterea valorii marfurilor vândute în perioada, 0.2 milioane din amortizări în perioada (investiții 2021), utilități, publicitate și costuri personal Ghencea de +0.2 milioane lei. Cheltuielile financiare sunt în creștere față de T1 2021 în principal din dobânzi ca urmare a creșterii volumului de credite în perioada.

Total Cheltuieli de exploatare bugetate pentru T1 2022 (parte din prognoza declarată pentru investitori) = sunt de 13.63 milioane de lei și includ cheltuielile materiale, de marfă vândută cât și cheltuielile general administrative la nivel de rețea inclusiv salarii personal.

Deviația față de buget de 0.15 mii lei este explicată prin costul cu mărfurile vândute mai mari, 80 mii de lei ca urmare a depășirii cu 2% a țintei de vânzări cât și din creșterea de 76 mii de lei în cheltuielilor general administrative ca urmare a creșterii numărului de personal în magazin Ghencea, creșterii pretului la utilități și în alte prestări servicii operaționale și marketing.

Profitul net bugetat la nivel de rețea magazine operabile actual pentru trimestrul 1 este marginal, de circa 32 mii lei. Profitul net realizat și raportat la T1 2022 este de 152 mii lei. Comparativ și cu perioada anului precedent profitul net raportat la T1 2022 este în creștere cu 103 mii lei (T1 2021 = 48 mii lei)

Profitul operational al perioadei T1 2022 este în creștere față de buget cu 128%, 247 mii lei datorat creșterii în valoare a vânzărilor și a menținerea unei marje comerciale peste nivelul bugetat (34.9% vs 34.2%) – creștere volum dar și valori tranzacții la produse cu preturi în zona medie și premium.

Detaliere Variații în raport cu T1 2021 - comparative:

Indicatori	T1 2021	T1 2022		Evolutie	% +/-
Cifra de afaceri neta	12,081,151	14,037,006	▲	1,955,855	16%
Alte venituri din exploatare	324,820	-	▼	(324,820)	-100%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	12,405,971	14,037,006	▲	1,631,034	13%
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	221,287	128,267	▲	(93,019)	42%
Alte cheltuieli materiale	169,444	189,955	▼	20,511	-12%
b) Alte cheltuieli externe (utilitati)	76,748	149,774	▼	73,026	-95%
c) Cheltuieli privind marfurile	8,078,956	9,122,639	▼	1,043,683	-13%
Reduceri comerciale primite	230,010	167,572	▼	(62,438)	0%
Cheltuieli cu personalul	2,327,754	2,447,675	▼	119,921	-5%
a) Salarii si indemnizatii	2,277,168	2,395,159	▼	117,991	-5%
b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala	50,586	52,516	▼	1,930	-4%
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	112,733	333,310	▼	220,577	-196%
Cheltuieli (ct.6811+6813+6817+din ct 6818)	112,733	333,310	▼	220,577	-196%
Alte cheltuieli de exploatare	1,540,056	1,585,130	▼	45,074	-3%
a) Cheltuieli privind prestatiile externe	1,178,880	1,419,826	▼	240,946	-20%
b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;	97,061	43,572	▼	(53,488)	55%
c) Cheltuieli privind calamitatilesi alte evenimente similare	93,763		#		
d) Alte cheltuieli	170,353	121,732	▲	(48,621)	29%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	12,296,968	13,789,178	▼	1,492,210	-12%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:			—	-	
- Profit	109,003	247,828	▲	138,825	127%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	7,355	9,302	▲	1,947	26%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	28,692	74,187	▼	45,495	-159%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA				-	0%
- Profit	(21,337)	(64,885)	▼	(43,548)	204%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:			—	-	0%
- Profit	87,666	182,943	▲	95,277	109%
Impozitul pe profit	39,078	31,763	▲	(7,315)	-19%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:				-	
- Profit	48,588	151,180	▲	102,592	211%
Nr actiuni	1,693,000	8,465,000			
Profit net pe actiune	0.03	0.02			

EBITDA Comparat cu T1 2021

EBITDA se definește ca rezultatul operațional din care se exclud cheltuielile cu amortizarea și amortismintele. EBITDA T1 2022 este în valoare absoluta de 0.58 mil lei si reprezintă 4.14% din veniturile nete la nivel de T1 2022. EBITDA bugetat la nivel de T1 2022 este de 0.4 mil lei adica 3.1% din vanzarile 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 T1 2021 a fost de 0.2 lei adică 1.8% 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.

Indicatori economico-financiari	T1 2021	T1 2022
EBITDA	221,736	581,138
Marja EBITDA (%)	1.84%	4.14%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	34.37	20.42
Gradul de indatorare	49.3%	42.9%

Detaliere Variații în raport cu Buget T1 2022 - execuție:

EXECUTIE BUGET VENITURI SI CHELTUIELI 2022					TRIMESTRUL 1 2022	
CONT DE PROFIT SI PIERDERE					Index	Index
LEI	BUGET 2022 T1	ACTUAL T1 2022	Variatie ABS ACT T1 2022 vs BDG	% ACT 2022 vs BDG	2022 T1(B)	2021 ACT
Venituri din expl. - total	13,738,563	14,037,006	298,443	2%	100%	100%
Marja bruta	4,548,890	4,763,717	214,827	5%		
Cheltuieli administrative	4,440,129	4,515,889	75,760	-2%	32%	32%
Cheltuieli din expl. - total	13,629,803	13,789,178	159,375	-1%	99%	98%
Rezultatul din exploatare	108,760	247,827	139,067	128%	1%	2%
Rezultatul financiar	(42,271)	(64,884)	(22,614)	-53%	-0.3%	-0.5%
Rezultatul net	31,832	151,180	119,348	375%	0.2%	1.1%
EBITDA	439,424	581,137				
Numar actiuni	8465000	8465000				
Rezultat net/actiune	0.00376	0.0179				

Situația poziției financiare (bilanț trimestrial)

Structura poziției financiare

Total Active pe termen lung (imobilizate) = 14.369.596 lei, +11% vs. T1 2021

Total Active Circulante inclusiv Conturi casa si banci = 13.960.132 lei, -10% vs. T1 2021

Datorii pe termen scurt (furnizori, leasing-uri si credite TS) = 7.808.704 lei, -18% vs. T1 2021

Datorii pe termen lung = 4.272.467 lei, -4% vs. T1 2021

Capitaluri proprii = 16.248.577 lei, 13% vs. T1 2021

Grad de îndatorare = 42.9 %, -6.4% vs. T1 2021

Poziția financiară comparații

La 31.03.2022, valoarea activelor imobilizate a crescut cu 1,38 milioane lei față de T1 2021 datorită investițiilor realizate în cursul anului precedent în dotarea cu echipamente/utilaje performante a secțiilor Atelier Morarilor și Luică (1,6 mil lei) și al amenajărilor și al dotărilor IT din noul magazin Ghencea și extindere Morarilor (0.9 mil lei).

Imobilizările necorporale sunt în linie cu aceeași perioadă a anului trecut și includ fondul comercial, mărci comerciale, licențe, soluții software și alte imobilizări necorporale. Imobilizările financiare includ garanții comerciale aferente locatorilor spațiilor comerciale pentru magazinele Mambricolaj.

La 31.03.2022 activele circulante au scăzut față de T1 2021 cu 1.5 milioane. Cea mai mare contribuție în deviatie la activele circulante este reprezentată de scăderea în cuantumul de cash (-1.4 mil lei) și care la T1 2021 încă conținea aportul din prima de capital după listarea la bursă și care a fost ulterior folosit în susținerea programului de investiții pentru 2021. Creșterea în nivelul de stocuri este justificată de creșterea de volum vânzări în perioadă – valoare 7.7 mil lei, +0.5 mil vs T1 2021.

Datoriile curente la 31.03.2022 totalul datoriilor pe termen scurt în scădere față de 2021 din care cea mai mare descreștere derivă din soldul furnizorilor de marfă și servicii (circa 1.25 mil lei vs. T1 2021) – datorită negocierii termenelor de plată – și de datorii mai mici pentru plăți leasinguri.

Situația datoriilor pe termen lung a înregistrat o descreștere de 0,2 mil lei față de nivelul anului 2021 – plăți utilaje pe termen lung.

Capitalul propriu la 31.12.2022, indică o creștere de 1,8 milioane lei, +13% vs. T1 2021. În timpul exercițiului financiar al lui 2022 se vor acorda dividende acționarilor din profitul reformat al anilor 2018 și 2019 în valoare de 1.9 mil lei.

Rentabilitatea capitalului în 2021 a fost de 11%. Trendul actual la 2022 indică o rentabilitate de 15%.

Denumire indicator	31.03.2021	31.03.2022	In			
			Total	2022 vs 2021	% -/+	
2022						
A. ACTIVE IMOBILIZATE						
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	391,218	376,136	1%	- 15,082	▼	-4%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	12,350,839	13,660,332	48%	1,309,493	▲	11%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	244,388	333,128	1%	88,740	▲	36%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	12,986,445	14,369,596	51%	1,383,151	▲	11%
I.STOCURI	7,351,480	7,749,005	27%	397,524	▼	5%
II.CREANTE	2,103,017	1,554,996	5%	- 548,021	▲	-26%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	2,000,000	3,000,000	11%	1,000,000	▲	50%
IV. CASA SI CONTURI LA BANC	3,925,700	1,517,355	5%	- 2,408,345	▼	-61%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	15,380,197	13,821,356	49%	- 1,558,841	▼	-10%
C. CHELTUIELI IN AVANS	-	138,776	0%	138,776	▲	
TOTAL ACTIV	28,366,643	28,329,728	100%	- 36,915	▼	0%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1AN	9,548,950	7,808,704	28%	- 1,740,247	▲	-18%
G. DATORII:SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	4,432,169	4,272,447	15%	- 159,722	▲	-4%
J. CAPITAL SI REZERVE			0%	-	—	
I. CAPITAL, din care:			0%	-	—	
1. Capital subscris varsat (ct. 1012)	169,300	846,500	3%	677,200	▲	400%
II. PRIME DE CAPITAL	7,986,100	7,986,100	28%	-	—	0%
III. REZERVE DIN REEVALUARE	1,498,108	1,498,108	5%	-	—	0%
IV. REZERVE	8,465	101,382	0%	92,917	▲	1098%
Actiuni proprii	-	-	0%	-	—	
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii	-	-	0%	-	—	
Pierderi legate de intrumentele de capitaluri proprii	-	-	0%	-	—	
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	4,674,962	5,665,307	20%	990,345	▲	21%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	48,589	151,180	1%	102,591	▲	211%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	14,385,524	16,248,577	57%	1,863,053	▲	13%
TOTAL PASIV	28,366,643	28,329,728	100%	- 36,915	▲	0%

Analiza Fluxului de numerar

Și în T1 2022 compania menține un nivel bun al fluxului de numerar, încheind trimestrul cu un nivel de lichidități de peste 4.5 mil lei în conturile curente și depozite bancare. Indicatorii de lichiditate permit gestionarea capitalului de lucru din resursele proprii, gradul de îndatorare fiind în scădere și față de nivelul înregistrat la sfârșit de 2021.

FLUXUL DE NUMERAR/ CASHFLOW			
(RON)	T1 2021	T1 2022	Variatie
Rezultat net	56,533	151,180	94,647 ▲
Amortizare	112,733	333,310	
Variatii capital de lucru	43,713	- 114,656	
Cash net din operare	212,978	369,834	156,856 ▲
	-		
Cash net din investitii	-1,300,887	-209,421	1,091,466 ▲
Cash net din finantare	-2,665,927	-1,095,902	1,570,024 ▲
Cash net	-3,753,836	-842,059	2,911,776 ▲
Cash la inceput	6,615,005	2,359,416	
Cash la sfarsit	2,861,169	1,517,357	
Depozite	3,000,000	3,000,000	

Principalii Indicatori Economici și Financieri - Evoluție

Indicatori financieri	Dec-20	Mar-21	Dec-21	Mar-22
Profitabilitate operationala				
Gross Margin (YTD)	33%	34%	35%	34%
Net Profit Margin (YTD)	9%	0%	3%	1.1%
EBIT margin (YTD)	11%	1%	4%	2%
EBITDA Margin (YTD)	11%	2%	6%	4%
Managementul capitalului de lucru				
Active curente/Venituri	38%	31%	23%	25%
Lichiditate curenta	2.7	1.6	2.0	1.8
Lichiditate imediata	2.0	0.8	0.9	0.8
Ciclul de conversie al cash-ului (zile)	-14	-25	2	3
DI	3	3	3	3
DSO	38	53	46	50
DPO	-54	-79	-47	-49
Rotatia activelor (TAT)	1.5	1.7	2.0	2.0
Grad de indatorare (D/A)	43.4%	49.3%	40.3%	42.6%
Multiplicatorul capitalului	1.8	2.0	1.7	1.7
Rentabilitatea activelor (ROA)	13%	1%	7%	9%
Rentabilitatea capitalului (ROE)	23%	1%	11%	15%
Grad de indatorare (DTL/Capitaluri)	39.6%	30.8%	27.9%	26.3%

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2022

Datele de Buget de Venituri și Cheltuieli 2022 prezentate, împreună cu principalele ipoteze pe care compania și-a bazat previziunea au fost supuse aprobării de către Adunarea Generală a Acționarilor MAMBRICOLAJ SA din 20.04.2022.

Declaratie privind prognozele

În prezent, Societatea nu are o politică formalizată de prognoze, dar întocmește estimări lunare la nivel de magazine și la nivel de Societate. Aceste estimări sunt revizuite și actualizate periodic de către Societate, fiind adaptate în funcție de situația activității curente și a mediului în care activează. Un factor important este reprezentat de informațiile primite zilnic de la magazine, privind nivelul vânzărilor, a stocurilor și a comenzilor clienților. Complementar acestor informații, managementul companiei monitorizează constant schimbările din cadrul ecosistemului de business în care operează MAMBRICOLAJ (clienți, furnizori, tendințe prețuri pe anumite categorii de produse, mărfuri prelucrate sau comercializate în carul magazinelor), impactul schimbărilor economice, legislative sau geo-politice (cum este cazul crizei ucrainene).

Prognozele financiare sunt realizate în cadrul unei analize interne lunare, apoi revizuite la trimestru în baza bugetului inițial, aceasta analiză fiind întocmită de directorii de magazine, ulterior aprobată de echipa executivă de management. Bugetul de venituri și cheltuieli este realizat anual și execuția acestuia este realizată lunar la nivel de magazine și centre de cost. Se analizează variațiile vs. Indicator și se iau acțiuni corective la nivel operațional și strategic/tactic funcție de natura deviațiilor – context intern și de adaptare la piață, efecte macro -economice (inflație, putere de cumpărare).

Compania considera că are un plan realist de dezvoltare care, în caz de necesitate, poate fi ajustat corespunzător cu resursele disponibile. De asemenea, o criză financiară, inflaționistă ar putea determina bugete mai mici pentru gospodării, în consecință reducerea cheltuielilor alocate pentru mobilier, dotare și întreținerea locuințelor și astfel ar duce la scăderea comenzilor și reducerea veniturilor din vânzare a companiei.

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

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

Obiective cheie și Direcții de acțiune 2022

- Creștere Segment Online ca și pondere și valoare absolută în cifra de afaceri a companiei – 5.8%
- Consolidare financiară și eficiență operațională la nivel de rețea magazine Mambricolaj: 64.3 mil CA și 1.8 mil profit net
- Monetizare și Diversificare Gama produse și servicii , Creștere Productivitate
- Orientarea către client și creșterea calității personalului din magazine și management.
- Continuitate în planul de dezvoltare și expansiune rețea de magazine Mambricolaj – trimestrul 4 2022 (min 1 mil euro inclusive necesar fond de rulment pentru capital de lucru și stocuri)

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

Declaratia Conducerii

Informațiile financiare anuale prezentate în prezentul raportul trimestrial al anului 2022 nu 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 trimestrial transmis ASF a fost întocmit conform Regulamentului nr 5/Anexei 13 și reflectă informații complete despre societatea SC Mambricolaj SA la nivel de trimestru 1 2022.

Cristian GĂVAN

Presedinte Consiliu de Administratie MAMBRICOLAJ SA

Data: 17.05.2022