



Raport SEMESTRIAL 2023

MAMBricolaj S.A.

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

Data Raportului: 22.08.2023

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT.....	3
DESPRE MAMBRICOLAJ.....	4
<i>Scrisoare Fondator și Presedinte CA MAMBricolaj.....</i>	<i>4</i>
<i>Evenimente Importante în perioada de raportare S1 2023.....</i>	<i>5</i>
<i>Descriere activitate de bază.....</i>	<i>6</i>
<i>Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ.Piața concurențială.....</i>	<i>7</i>
<i>Tendințe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei.....</i>	<i>9</i>
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE S1 2023.....	10-17
<i>Vânzările în S1 2023.....</i>	<i>10</i>
<i>Structură Vânzări pe Categori de produse.....</i>	<i>10</i>
<i>Analiza P&L S1 2023.....</i>	<i>11-13</i>
<i>Bilant și Poziție Financiară S1 2023.....</i>	<i>13-16</i>
<i>Analiza Fluxului de numerar S1 2023.Indicatori Financiar.....</i>	<i>17</i>
ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ OBIECTIVE 2023.....	18
DECLARAȚIA CONDUCERII.....	20
RAPORTUL AUDITORULUI FINANCIAR, BILANT S1 2023.....	21

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport financiar

Tipul raportului	Raport Semestrial – S1 pentru Anul 2023 conform Regulament ASF nr. 5/2018 ANEXA 13
Pentru exercițiul financiar	01.01.2023 – 30.06.2023

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 30.06.2023	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 Președinte Consiliu de Administrație MAMBricolaj SA

Dragi Acționari,

2023 este un an diferit pentru toți din pricina acestui mediu inflaționist și a impredictibilității. Valoarea banilor este diferită de la o lună la alta. Evoluția pieței de consum și a sectorului în care activăm este strâns legată și de îngrijorările cetățenilor, de preocupările lor, de încrederea lor în sistemele macroeconomice și viitor.

După un prim trimestru, în care vânzările din magazine au fost aproape în linie cu anul trecut, trimestrul al doilea și implicit semestrul 1 au avut o scădere sub trendul estimat de creștere prognozat pentru 2023 și în raport cu T2 2022. Cererea a fost influențată atât de evoluția bugetelor alocate de gospodării pentru lucrărilor de reparații curente, amenajări interioare, renovări cât și de contracția sectorului de construcții în regiunea București-Ilfov și localitățile limitrofe acoperite de rețeaua curentă a magazinelor Mambricolaj.

De la începutul anului, am asistat la numeroase intrări în faliment sau insolvență a multor jucători mici din piața mobilei la comandă și care erau parte din clienții profesioniști care cumpărau frecvent gama de accesorii mobilier, unelte din magazinele Mambricolaj.

Lunile mai și iunie au contribuit semnificativ la acest recul în vânzări la T2, reflectat la nivel de rețea de magazine dar și pe divizia de online cu o diminuare semnificativă în numărul de comenzi și a numărului de produse comandate comparativ cu anul precedent în care trimestrul 2 reprezenta un vârf de vânzări prin prisma sărbătorilor pascale.

Clienții noștri sunt atenți la valoarea produsului, la beneficiile pe care acestea le aduce în viața de zi cu zi. Diferențierea este însă pe preț și conform studiilor recente GFK pe segmentul de piață pe care activăm mai mult de 50% din clienți își bazează decizia de cumpărare pe acest criteriu - și acest fapt se reflecta în structura actuală a vânzărilor: volumul tranzacțiilor a crescut cu +5.5% față de S1 2022 în timp ce valoarea bonului pe tranzacție a scăzut cu 8.8% față de S1 2022.

Produsele de valoare mai mare, cele percepute drept investiții cum sunt cele din categoria PANOURI/PAL (cu pondere tradițională de peste 28% în vânzările Mambricolaj), sunt primele tăiate de pe listă sau amânate pentru perioade mai bune din punct de vedere al stabilității financiare.

- **Cifra de afaceri la S1 2023** a scăzut cu 3.3% față de 2022 (27.7 mil lei), ajungând la 26.8 mil lei
- **Total venituri la S1 2023** 27.17 mil lei, -2.1% față de 2022 (27.7 mil lei)
- **EBITDA la S1 2023**, 4% din cifra de afaceri neta, 1.05 mil lei, -1.1% vs 2022
- **Volum tranzacții la nivel de rețea, 161.324 tranzacții, +5.5 vs. S1 2022**
- **Valoare bon pe tranzacție 166.5 lei, -8.8% vs. S1 2022 (181.5 lei)**
- **Pondere vânzări online, 6% din total cifră de afaceri la S1 2023**
- **Variația anuală în cash-ul operațional, -0.4 mil lei (S1 2023 vs S1 2022)**
- **Poziție cash în casă, bănci la sfârșit de perioadă 6 mil lei**

Pentru perioada următoare rămânem optimiști că piața amenajărilor interioare și de home deco se va revigora pe fondul interesului crescut al romanilor de a-și amenaja locuințele și va aduce un nivel de creștere al vânzărilor peste 2022 chiar dacă single-digit (1-3%).

În același timp ne uităm cu atenție la perspectivele economice pentru cea de-a doua jumătate a anului: rata de dobândă menținută la 7%, inflația în scădere dar și la riscurile încetinirii sectorului de construcții și al incertitudinii induse de schimbărilor ce vor veni în politicile fiscale.

La nivel de business, ne concentrăm în continuare pe a oferi valoare adăugată clienților noștri într-un moment în care aceștia au cea mai mare nevoie, accesibilitatea la produse de calitate dar prețuri competitive pe game și servicii considerate ca investiții pe termen lung.

Ne vom axa pe creșterea vânzărilor (prin creșterea bonului mediu pe client și a frecvenței de cumpărare), pe gestionarea eficientă a marjei comerciale și a costurilor de achiziție, pe alocarea bugetelor de marketing cu prioritate pentru campaniile promoționale la produsele cu aport material în termeni de venit și profit. De asemenea, vom continua să implementăm măsuri de reduceri ale costurilor operaționale și de eficientizare a proceselor la nivel de magazine.

Și în S1 2023, Mambricolaj a continuat programul de investiții cu focus pe re-tehnologizare ateliere producție PAL (Luică) și digitalizarea activităților pentru funcțiile suport. Valoarea investițiilor s-a cifra la 0.7 mil lei.

Lipsa predictibilității, specifică acestei perioade, ne determină să revizuim bugetele operaționale mult mai frecvent. Dacă în trecut puteam discuta de bugete stabilite anual, acum acestea sunt revizuite trimestrial și, în anumite situații, chiar lunar.

În aceste condiții, estimări viabile și pe termen lung nu pot sunt greu de făcut. Obiectivele pentru 2023 în contextul realizărilor la S1 2023 și prognoza pe T3, sunt de a crește cifra de afaceri cu minim 3% față de 2022, EBITDA de 5.5% din cifra de afaceri și un grad de îndatorare sub 48%.

Evenimente semnificative în S1 2023. Evenimente ulterioare

Răscumpărare Acțiuni și Stock Options Plan (SOP)

Până la sfârșitul lui 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 creștere a gradului de retenție la nivel de rețea de magazine.

Suținerea programului de Stock Options se va face prin răscumpărarea de către societate a propriilor acțiuni în cadrul pieței AeRo sau prin desfășurarea de oferte publice de cumpărare până în aprilie 2024. Numărul maxim ce poate fi achiziționat este de 84.650 acțiuni, reprezentând maximum 1% din capitalul social.

Prelungire plafon 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, campanii de marketing-promovare.

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

La data acestei raportări, soldul creditele pentru capital de lucru (IMM Invest) trase în cursul perioadei de raportare este de 3.499.999 lei. Soldul creditul pentru investiții este de 650.058 lei.

Consiliul de Administrație al Mambricolaj are mandat pentru contractări suplimentare de credite în limita unui plafon de 2.5 mil RON sau echivalent în valuta, creditare bancară de la instituțiile bancare și de credit, valabil pentru următoarele 12-16 luni în vederea

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

Gradul de îndatorare actual este de 47.8% raportat la capitalurile proprii și activul net sau 27% raportat la total capital angajat.

Structură curentă acționariat Mambricolaj

La data de 30.06.2023 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:

Cristian Gavan: 67,58% din capitalul social

Alți Acționari: 32,42% din capitalul social (din care 2 persoane fizice cu pondere semnificativă > 5% și persoane juridice 1.054%)

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 de magazin, situat la granița dintre bricolajul în mobilă și fabricarea de mobilă, permițând și publicului larg 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;
- Față de magazinele de mobilă standard, MAMBricolaj oferă și posibilitatea procurării de accesorii și materiale și nu numai mobilă propriu-zisă, ceea ce crește semnificativ rulajul magazinelor.

Avantajele competitive comparativ cu varianta mobilei la comandă:

- Varianta de proiectare și execuție de mobilă prin MAMBricolaj este mult mai accesibilă publicului larg, comparativ cu mobila la comandă, pentru care specialiștii sunt greu de găsit;

- Calitatea mobilei produse de micii producători particulari de mobilă nu poate fi garantată calitativ și prin garanție contractuală;
- Prețul poate fi semnificativ mai mic față de varianta mobilei la comandă;
- Clientul are la dispoziție o gamă mult mai extinsă de materiale/accesorii/culori (peste 11,000 de articole) decât în cazul mobilei la comandă;

Rețeaua MAMBricolaj (magazine și on-line) pune la dispoziția clienților o gamă largă de produse, precum accesorii pentru bucătărie, sisteme dressing, sisteme sertare, sisteme de ridicat, picioare pentru mobilier, profile aluminiu, organe asamblare, mânere, balamale, blaturi, MDF, panouri de pal, canturi, cuiere, saltele, somiere, chiuvete, console, electrocasnice, galerii, scaune, mese, vopsele sau adevizi. MAM Bricolaj deține un stoc cu peste 11.000 de produse, iar alte 8.000 sunt disponibile la comanda.

Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ

Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ

Curent, la S1 2023, rețeaua MAMBricolaj operează trei magazine și divizia de online:

- **Magazin Luica**, localizat în partea de Sud a capitalei, la adresa de pe Str. Luica nr. 180. Magazinul are o suprafață de 1.500 mp din care 500 mp suprafață de vânzare, 500 atelier producție și 500 depozit. La 30.06.2023, magazinul avea un număr efectiv de 44 angajați inclusiv secția PAL.
- **Magazin Morarilor**, localizat în partea de Est a capitalei, pe Șos. Morarilor nr. 2A. Magazinul are o suprafață de 3,570 mp din care suprafață de vânzare este de 2.100 mp. La 30.06.2023, magazinul avea un număr efectiv de 44 angajați inclusiv secția PAL.
- **Magazinul Ghencea**, localizat pe str. Prelungirea Ghencea nr. 299-301. Magazinul are o suprafață de 1.500 mp din care suprafața de vânzare este de 1.000 mp. La 30.06.2023, magazinul avea un număr efectiv de 15 angajați. Nu operează Atelier propriu de producție ca în cazul celorlalte 2 magazine.
- **Divizia de Online** în continuă dezvoltare și creștere are curent 7 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 la 30.06.2023 fiind de 119. Numărul mediu în perioada (iunie 2023) este de 121 angajați vs. 122 la nivel de an 2022.

La iunie 2023, câștigul mediu salarial brut pe economie a ajuns la 7.364 lei. Mambricolaj este aliniată cu media pieței (salar brut plus tichete de masă) = 7.315 lei

Media cheltuielilor cu salariile pe angajat evoluție

Lei	2021 12 luni	2022 sem 1	2022 9 luni	2022 12 luni	2023 sem 1	Variație 2023 vs 2022
Cheltuielile cu salariile brute ale	8,953,167	4,322,530	6,810,180	8,726,502	4,355,985	16.2%
Cheltuieli cu tichete masa	403,856	277,211	432,331	628,790	394,500	25%
Contributia unitatii - CAM	296,232	101,266	151,222	188,754	104,049	21%
TOTAL	9,653,255	4,701,007	7,393,733	9,544,046	4,854,534	17%
Numar mediu angajati	119	121	122	122	121	-1%
Medie cheltuieli salariale/angajat	81,120	39,013	60,480	78,230	40,287	18%
Productivitate/angajat	446,282	230,390	339,633	469,837	222,872	1%
% Salarii Venituri realizate	18.2%	16.9%	17.8%	16.7%	18.1%	17%

Situația concurențială

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

La nivelul semestrului 1 2023, numărul de clienți a crescut cu 3% comparativ cu S1 2022, cu o medie a bonului pe client de 361 lei (online și magazine). Scăderea medie față de S1 2022 a fost de 8.5% (361 vs.424).

Conform raportului INSSE, rata anuală a inflației în perioada iulie 2023 – iulie 2022 a fost 9,4%, în timp ce prețurile bunurilor de consum au crescut cu 0,15 % în iulie 2023 față de luna anterioară și cu 4,4% comparativ cu finalul anului trecut. Cele mai mari majorări, în perioada iulie 2023 - iulie 2022, au fost înregistrate la mărfurile alimentare (16,24%), în vreme ce prețurile mărfurilor nealimentare s-au mărit cu 4,25%, iar cele ale serviciilor cu 11,65%.

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

Eșantionul reprezentativ al companiilor considerate a fi în piața țintă a competitorilor direcți reprezintă în prezent 70% din piața concurentă (bricolaj) cu o creștere confirmată în 2022 de 10.2% comparativ cu anul precedent, și cu o valoare de piață de 501 milioane euro, ceea ce duce la 2.5% cotă de piață curentă pentru compania MAMBricolaj SA (vs. 3.1% în 2022).

La data acestui raport, creșterea pieței de bricolaj pentru 2023 este cuantificată la single digit, 2-4% vs. 2022.

Anul 2023 va fi un an atipic pentru piața de bricolaj din România cu creșteri single digit comparativ cu anul precedent, influențat de un profil al consumatorului foarte prudent cu bugetul alocat gospodăriei pe partea de amenajări și reparații, cu impact negativ în cerere și priorități de consum.

Diferențierea față de competitori va fi dată de calitatea produselor și serviciilor oferite în raport cu prețurile cât mai accesibile. În același timp disponibilitatea la raft, diversificarea, consilierea la raft, personalizarea ofertelor cât și modalitățile de finanțare prin rate rămân pârghii pentru atragerea de clienți noi și creează premisele pentru Mambricolaj de a-și consolida poziția față de eşantionul de competitori la care se raportează.

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.

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

Creșterea PIB, de 1.7% a fost sub așteptări în trimestrul doi. Economia României încetinește într-un ritm mai rapid decât așteptările. Potrivit celor mai recente date disponibile, primul semestru a fost o perioadă destul de slabă pentru consum, vânzările cu amănuntul contractându-se cu 0,5% față de trimestrul anterior.

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

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

- ✓ Dificultățile economice generate de inflație, de contextul războiului din Ucraina, de încetinirea sectorului de construcții și măsurile fiscale preconizate a fi luate de guvern în această toamnă, pot genera un efect de amplificare pe termen scurt al riscurilor la nivelul întregii economii, mai ales în condițiile vulnerabilităților deja existente.
- ✓ Scumpirea continuă mărfurilor și a materiilor prime reflectată și în creșterea prețurilor începe să genereze o scădere majoră a cererii atât în rândul companiilor cât și al consumatorului final prin scăderea puterii de cumpărare.
- ✓ Criza mărfurilor și materiilor prime pe lanțul de aprovizionare a dus la creșteri semnificative de prețuri pe unele categorii de produse achiziționate de către MAMBricolaj ceea ce se reflecta direct în marja bruta comercială realizată pe aceste produse (magazine sau pe comandă).
- ✓ Atragerea clienților pe fondul scăderii de cumpărare duce la un război al prețurilor practicate de jucătorii din piața de bricolaj și al amenajărilor interioare cu impact direct în marjele comerciale și lichiditate.
- ✓ Investiția continuă în oferte promoționale, marketing și programe de loializare clienții necesită bugete importante și disponibilitate a cash-lui pentru jucătorii mici din piață care nu dispun de finanțările marilor lanțuri de retail-DIY.
- ✓ Dificultatea de a găsi personal în București și în orașele mari avute în vedere de către rețeaua MAMBricolaj. Creștere semnificativă a nivelului de salarizare actual și a beneficiilor acordate personalului din magazine raportat la nivelul anului 2022 în raport cu scăderea productivității.
- ✓ Impredictibilitatea cererii fără soluții flexibile de gestionare a forței de muncă are impact pe termen scurt în profitabilitatea companiei și în cashflow.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE S1 2023

Analiza Performanței Financiare

Vânzările în S1 2023

Cifra de afaceri realizată în cadrul rețelei de magazine la S1 2023, a fost de 26.86 mil lei, în descreștere cu 3,3% față de anul precedent aceeași perioadă.

Magazinul Luica inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 35.5% din cifra de afaceri totală, înregistrând vânzări nete de 9.54 mil lei, -10.16% vs. S1 2022. Magazinul Morarilor inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 45.91% din cifra de afaceri realizată, înregistrând vânzări nete de 12.33 mil lei, -3.92% vs. 2022 aceeași perioadă. Magazinul Ghencea, cu 2 ani de operare a contribuit cu 12,48% în realizarea cifrei de afaceri, înregistrând vânzări nete de 3.35 mil lei, +19.71% vs. S1 2022. De remarcat creșterea diviziei de online cu o pondere actuala în vânzările nete de 6.1%, 1.63 mil lei și o creștere de 8,32% comparativ cu S1 2022.

	2023 S1	2022 S1	Evoluție %
Magazin Luica	9.541.817	10.621.618	-10,2%
Magazin Morarilor	12.329.476	12.832.960	-3.9%
Magazin Ghencea	3.351.772	2799.737	19,7%
Online	1.633.076	1.507.649	8,3%
Total	26.856.041	27.761.964	-3,3%

La nivel de buget 2022, compania a estimat o creștere a cifrei de afaceri pentru S1 2023, la 29.67 milioane de lei, o creștere de 6,8% comparativ cu S1 2022. Estimarea s-a dovedit foarte optimistă în contextul actual de business, piață și macroeconomic, execuția bugetară fiind cu 9.5% sub target.

Scăderea față de targetul de vânzări bugetat pentru S1 2023 a fost reflectat direct și în variația negativă a profitului și EBITDA realizată față de țintele bugetate. Marja comercială a fost de 34,7%, în scădere cu 0.3 margin points față de marja bugetată 35% raportată la veniturile nete. Cheltuielile operaționale au fost cu 0.5 mil mai mici față de cele bugetate.

Structură Vânzări pe Categori de produse – Evoluție S1 2023

Evoluție Pondere categorii % vanzari	S1 2022	AN 2022	S1 2023
ACCESORII BUCATARIE	8%	7.5%	7.9%
ACCESORII DRESSING	11%	10.2%	10.6%
ACCESORII MOBILA	11%	9.7%	10.7%
ELECTRICE	4%	3.4%	3.7%
FIXARE/BALAMALE	13%	12.7%	12.5%
HOME	2%	2.1%	2.7%
PANOURI	27%	29.8%	27.8%
SERTARE	7%	6.4%	6.6%
SERVICII	10%	11.9%	10.8%
UNELTE	7%	6.3%	6.7%

Mambricolaj investește periodic în acțiuni de marketing și promovare online, în campanii promoționale pe categorii de produse și servicii. cat oferte/promoții avantajoase și în programe de loializare pentru clienții săi. De la începutul anului și până acum, bugetul alocat pe aceste cheltuieli a fost de 0.6 mil lei (2.2% din cifra de afaceri), în creștere cu 0.1 mil față de S1 2022.

Numărul de clienți în perioada a crescut cu circa 3% comparativ cu anul trecut dar valoarea coșului mediu pe client a scăzut cu -

8.5% ajungând la o medie de 361 lei. Gama actuală de produse disponibile în magazinele Mambricolaj

conține 11.000 de repere și adițional 8.000 repere pe comandă. 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. Ca și trend categoria de panouri va avea scădere și în T3 dar potențialul de creștere va fi pe clasa de unelte și categoria home deco, constant în creștere în cadrul rețelei.

Numărul de tranzacții înregistrat la S1 a fost de 161.324 cu o valoare medie a coșului de 166 lei/tranzacție în scădere cu 8,8% față de aceeași perioadă a lui 2022. Volumul tranzacțiilor online în perioadă, -2% vs. S1 2022 dar cu o creștere a bonului mediu cu 10.5% (217 lei).

Baza de clienți a MAMBricolaj este formată în majoritate din clienți de retail (B2C) și profesioniști în domeniu. Conform analizelor și estimărilor companiei, aproximativ 58% dintre clienți sunt utilizatorii finali, în timp ce între 42% sunt consultanți de mobilă/profesioniști/meșteri. 96% dintre clienți plătesc numerar la plată sau cu cardul direct la achiziția mărfurilor din magazine.

Situația Rezultatului Global

Situațiile financiare individuale aferente bilanțului la semestrul 1 2023 au fost auditate de către compania Quota Audit Srl, membru al Camerei Auditorilor Financiar din Romania prin reprezentant legal auditor certificat Nazarie Iosif înregistrat în Registrul Public Electronic cu nr AF 858.

Veniturile din exploatare ale MAMBricolaj au scăzut în S1 2023 cu 2% vs. S1 2022, ajungând la 27.17 mil de lei. În baza anului 2023 este inclusă vânzarea unui utilaj din Atelier Luică în valoare de 0.31 milioane lei, variația în cifra de afaceri netă fiind de -3.3%, de la 27.76 mil lei la 26,86 mil lei actual.

Cheltuielile de exploatare din această perioadă au scăzut față de 2022 cu 0.2 mil lei și sunt în valoare absolută de 26.81 mil lei - din care 0.35 mil lei provin din descreșterea valorii mărfurilor vândute în perioadă și a cheltuielilor cu serviciile și prestațiile externe, provizioane, 0.3 mil lei și care sunt compensate parțial de creșterile salariale (ca efect al actualizării la inflație și bonusuri), 0.15 mil lei, a cheltuielilor de marketing și promovare 0.1 mil lei și amortizare 0.2 mil (utilaj vândut Luica).

Cheltuielile financiare, dobânzile sunt în creștere +0.069 mil față de S1 2022 datorită creșterii de rată variabilă la dobânzi (ROBOR) cat și ca urmare a creșterii volumului de credite trase în perioada de raportare (5.1 mil lei vs. 2.4 mil lei la S1 2022). Gradul de îndatorare raportat la proporția total datorii din total activ a scăzut la 47.6% (vs. 50% în S1 2022).

Cheltuieli de exploatare bugetate pentru S1 2023 (parte din prognoza declarată pentru investitori) sunt de 28.61 mil de lei și includ cheltuielile materiale, de marfă vândută, utilități, servicii logistică cât și cheltuielile general administrative la nivel de rețea inclusiv salarii personal și indemnizații membri CA.

Deviația pozitivă în cheltuieli față de buget de 1.9 mil lei este explicată de variația negativă față de ținta de vânzări S1 Buget (29,6 mil vs. 27.16 mil realizat) respectiv 1.5 mil lei (economii în costurile variabile ale vânzării) dar și din economii de 0.4 mil în costurile fixe, general administrative, respectiv salarii și servicii.

Profitul operațional al perioadei S1 2023 este de 0.35 mil lei în descreștere cu 0.39 mil lei, -52% față de realizat S1 2022, cifrat la 0.74 mil lei. La nivel de companie începând cu luna mai s-au luat măsuri de reduceri de cheltuieli și număr angajați pe magazine pentru a eficientiza activitatea și a crește lichiditatea pe termen scurt și în corelare cu scăderea vânzărilor și a cererii pe sectorul în care activăm.

Rata de profitabilitate netă actuală este de 1.3%.

Profitul net la S1 2023 este de 0.2 mil lei, în descreștere cu 0.29 mil lei comparativ cu iunie 2022. Scăderea în profitul net realizat nu are la bază elemente nerecurente în perioada de raportare, și se explică în primul rând de descreșterea vânzărilor la S1 2023 comparativ cu S1 2022. Rata neta = 0.8%.

Detaliere Variații P&L detaliat în raport cu comparative:

Indicatori	SEM 2022	SEM 2023		Evolutie	% +/-
Cifra de afaceri neta	27,761,964	26,856,041	▼	(905,923)	-3%
Productia vanduta	1,836,770	1,825,454	▼	(11,316)	-1%
Venituri din vanzarea marfurilor	26,923,103	26,004,770	▼	(918,333)	-3%
Reduceri comerciale acordate	997,909	974,183	▲	(23,726)	-2%
Alte venituri din exploatare - vanzare MF	-	313,451	▲	313,451	
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	27,761,964	27,169,492	▼	(592,472)	-2%
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	341,104	339,429	▲	(1,675)	0%
Alte cheltuieli materiale	75,084	54,724	▲	(20,360)	27%
b) Cheltuieli cu utilitățile	261,679	296,591	▼	34,912	-13%
c) Cheltuieli privind marfurile	17,696,166	17,365,118	▲	(331,048)	2%
Reduceri comerciale primite	213,709	159,631	▼	(54,078)	0%
Cheltuieli cu personalul	4,700,108	4,854,534	▼	154,426	-3%
a) Salarii si indemnizatii	4,615,459	4,686,135	▼	70,676	-2%
b) Cheltuieli cu asigurările si protectia sociala	84,649	168,399	▼	83,750	-99%
Ajustari de valoare privind imobilizarile corporale si necorporale	672,502	695,815	▼	23,313	-3%
Cheltuieli amortizare si amortismente	672,502	695,815	▼	23,313	-3%
Alte cheltuieli de exploatare	3,484,835	3,368,859	▲	(115,976)	3%
a) Cheltuieli privind prestatiile externe	3,146,171	2,925,688	▲	(220,483)	7%
b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;	111,663	93,506	▲	(18,157)	16%
c) Cheltuieli privind vanzarea de MF		204,639	▼		
d) Alte cheltuieli	227,001	145,027	▲	(81,974)	36%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	27,017,769	26,815,440	▲	(202,329)	1%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:					
- Profit	744,195	354,051	▼	(390,144)	-52%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	17,775	151,277	▲	133,502	751%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	181,159	251,045	▼	69,886	-39%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA				-	0%
- Profit	(163,384)	(99,769)	▲	63,615	-39%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:					
- Profit	580,811	254,283	▼	(326,528)	-56%
Impozitul pe profit	84,269	53,874	▲	(30,395)	-36%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:					
- Profit	496,542	200,409	▼	(296,133)	-60%
Nr actiuni	8,465,000	8,465,000			
Profit net pe actiune	0.06	0.02			

EBITDA S1 2023

Indicatori economico-financiar	S1 2022	S1 2023
EBITDA	1,416,697	1,049,866
Marja EBITDA (%)	5.10%	3.91%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	49.79	36.89
Gradul de indatorare	50.0%	47.6%

EBITDA se definește ca rezultatul operațional din care se exclud cheltuielile cu amortizarea și amortismentele, vânzările de active, elementele nerecurente și activitatea financiară. EBITDA la S1 2023 este în valoare absolută de 1.049 mil lei și reprezintă 3.91% din veniturile nete la nivel de perioadă. EBITDA bugetat la nivel de S1 2023 este de 1.7 mil lei adică 5.6% din vânzări. EBITDA

pentru iunie 2022 a fost de 1,41 mil lei adică 5.1% din veniturile nete, scăderea actuală fiind în directă corelare cu scăderea în vânzări.

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

Evoluție Trimestrială Indicatori 2023

Indicatori Evoluție	T1 2022	S2 2022		Evoluție	% +/-	T1 2023	S2 2023		Evoluție	% +/-
Cifra de afaceri neta	14,037,006	27,761,964	▲	13,724,958	98%	13,945,194	26,856,041	▲	12,910,846	93%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	14,037,006	27,761,964	▲	13,724,958	98%	13,945,194	27,169,492	▲	13,224,297	95%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	13,789,178	27,017,769	▼	13,228,591	96%	13,833,397	26,815,440	▼	12,982,043	94%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:										
- Profit/(Pierdere)	247,828	744,195	▲	496,367	200%	111,798	354,051	▲	242,254	217%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	9,302	17,775	▲	8,473	91%	67,584	151,277	▲	83,693	124%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	74,187	181,159	▼	106,972	144%	107,043	251,045	▼	144,003	135%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA										
- Profit/(Pierdere)	(64,885)	(163,384)	▼	(98,499)	152%	(39,459)	(99,769)	▼	(60,310)	153%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:										
- Profit	182,943	580,811	▲	397,868	217%	72,339	254,283	▲	181,944	252%
Impozitul pe profit	31,763	84,269	▼	52,506	165%	14,468	53,874	▼	39,406	272%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:										
- Profit	151,180	496,542	▲	345,362	228%	57,871	200,409	▲	142,538	246%
Nr actiuni	8,465,000	8,465,000				8,465,000	8,465,000			
Profit net pe actiune	0.02	0.06				0.01	0.02			

Situația poziției financiare (S1 2023)**Structura poziției financiare**

Total Active pe termen lung (imobilizate) = 14.054.285 lei, -5% vs. S1 2022 și -1% vs. Dec 2022

Total Active Circulante inclusiv Conturi casa și bănci = 15.443.734 lei, +7% vs. S1 2022 și -1% vs. Dec 2022

Datorii pe termen scurt (furnizori, leasing-uri și credite TS) = 8.022.198 lei, -29% vs. S1 2022 și -6% vs.

Dec

Datorii pe termen lung = 6.012.599 lei, +75% vs. S1 2022 și +3% vs. Dec 2022

Capitaluri proprii = 15.764.191 lei, +7% vs. S1 2022 și +1% vs. Dec 2022

Grad de îndatorare = 47.6 %, -2.4% la S1 2022 și în linie cu final 2022

Poziția financiară comparații

La 30.06.2023, valoarea activelor imobilizate a scăzut cu 1%, -0.14 mil lei față de 2022. În această perioadă cea mai importantă investiție este în utilaj Atelier Luică, achiziționat în cursul lunii iunie, în valoare de 0.65 mil lei și care a fost pus în funcțiune în luna iulie. Durata de amortizare va fi setată să acopere 1 milion de tăieri PAL adică 4 ani raportat la volumele actuale. Rata de amortizare lunară este în linie cu decembrie 2022.

Imobilizările necorporale sunt în scădere cu 50 mii lei față de perioada 2022 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. Nu sunt mișcări materiale în perioadă.

La 30.06.2023 activele circulante au scăzut față de decembrie 2022 cu 0.15 mil lei datorită descreșterii în cash-ul disponibil, peste 1.1 mil lei ca parte a investiției în stocuri +0.5 mil dar și a creșterii nivelului de creanțe în sold la sfârșitul perioadei +0.45 mil lei. Creșterea nivelului de stocuri la valoarea de 8.6 mil lei se datorează atât creșterii achizițiilor de produse pe zona home deco și diversificarea ofertei către clienți dar și pe rotația mai lentă a produselor aflate pe stoc din zona panouri/PAL.

Datoriile curente la 30.06.2023, totalul datoriilor pe termen scurt este în scădere față de decembrie 2022, cu 0.4 mil lei din cauza accelerării plăților către furnizori la final de perioadă. Elementele incluse în totalul datoriilor curente sunt: rate credite și overdraft, 1.4 mil lei, leasing financiar utilaje atelier Morarilor și Luica, panouri fotovoltaice Ghencea și plata în rate teren și clădire Ghencea, 1.3 mil lei, datorii curente furnizori scadente în perioada următoare, 4.4 mil lei și taxe de plătit la stat, 0.45 mil lei.

Datoriile pe termen lung , mai mare de 1 an au înregistrat o creștere de 0.15 mil lei față de nivelul decembrie 2022 – și sunt constituite de soldul datorat în următorii 2-3 ani pentru leasing-urile utilaje și panouri fotovoltaice contractate, ratele viitoare de plată pentru teren și magazin Ghencea cat și creditele de rambursat pentru IMM Invest (fie pentru capital de lucru 36 de luni, fie pentru investiții, 60 de luni).

Total datorii la 30.06.2023, 14 mil lei în scădere față de începutul anului cu 0.3 mil lei și față de S1 2022, cu 0.65 mil lei.

Capitalul propriu la 30.06.2023, indică o creștere de 1.13 mil lei vs. S1 2022 în perioadă, și de 0.2 mil vs. început de an financiar. Compania nu va acorda dividende acționarilor în perioada următoare, profitul fiind reinvestit pentru dezvoltarea business-ului. Rentabilitatea capitalului angajat la decembrie 2022, 11%. Curent se situează la 5%.

Activul net la 30.06.2023, 15.46 mil lei în linie cu decembrie 2022 și în variație cu +6.1% față de iunie 2022. Solvabilitatea generală în linie cu decembrie 2022 – 47.6%.

Detaliere Structura Creanțe și Datorii

CREANTE	Sold la 30.06.2023	Termen de lichiditate	
		sub 1 an	peste 1 an
Total în Lei, din care:	770,159	707,493	62,666
Clienti B2B	355,229	355,229	0
Alte creante cu buget stat	96,624	33,958	62,666
TVA neexigibila	42,087	42,087	
Furnizori debitori Stocuri	28,992	28,992	
Furnizori debitori Servicii	34,722	34,722	
Alti debitori	114,141	114,141	
Dobanzi de incasat	46,397	46,397	
Avansuri personal	51,968	51,968	

DATORII	Sold la 30.06.2023	Termen de exigibilitate		
		sub 1 an	1-5 ani	peste 5 ani
Total Lei, din care:	13,993,905	8,022,198	5,971,707	
furnizori interni	3,823,505	3,823,505		
furnizori externi euro	216,849	206,765	10,084	
efecte de plata	399,087	399,087		
facturi nesoite	28,582	28,582		
contributii asigurari	33,847	33,847		
datorii personal	177,216	177,216		
datorii buget stat	247,933	247,933		
clienti creditor	399,899	399,899		
alte impozite	309	309		
leasinguri	3,537,992	1,270,585	2,267,407	
credite	5,128,585	1,434,370	3,694,215	
dividende	101	101		

Poziția financiară comparații vs. 31.12.2022

Denumire indicator	31.12.2022	30.06.2023	In			% +/-
			Total	2023 vs 2022		
			2023			
A. ACTIVE IMOBILIZATE						
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	294,696	244,426	1%	(50,270)	▼	-17%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	13,555,787	13,465,252	45%	(90,535)	▼	-1%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	344,607	344,607	1%	-	—	0%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,195,090	14,054,285	47%	(140,805)	▼	-1%
B. ACTIVE CIRCULANTE						
I. STOCURI	8,149,391	8,671,292	29%	521,901	▼	6%
II. CREANTE	279,845	741,168	2%	461,323	▼	165%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	10%	-	—	0%
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	4,162,421	3,031,275	10%	(1,131,146)	▼	-27%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	15,591,657	15,443,734	52%	(147,923)	▼	-1%
C. CHELTUIELI IN AVANS	135,052	300,970	1%	165,918	▼	123%
TOTAL ACTIV	29,921,799	29,798,989	100%	(122,810)	▼	0%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	8,497,528	8,022,198	27%	(475,330)	▲	-6%
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	5,860,488	6,012,599	20%	152,111	▼	3%
J. CAPITAL SI REZERVE						
I. CAPITAL, din care:						
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	101,382	101,382	0%		—	0%
Actiuni proprii						
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii						
Pierderi legate de instrumentele de capitaluri proprii						
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	3,765,308	5,131,693	17%	1,366,385	▲	36%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	1,366,385	200,409	1%	(1,165,976)	▼	-85%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	15,563,783	15,764,191	53%	200,408	▲	1%
TOTAL PASIV	29,921,799	29,798,989	100%	(122,810)	▼	0%

Poziția financiară comparații vs. S1 2022

Denumire indicator	In					% +/-
	30.06.2022	30.06.2023	Total 2023	2023 vs 2022		
A. ACTIVE IMOBILIZATE						
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	388,002	244,426	1%	(143,576)	▼	-37%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	14,138,127	13,465,252	45%	(672,875)	▼	-5%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	333,128	344,607	1%	11,479	▲	3%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,859,257	14,054,285	47%	(804,972)	▼	-5%
B. ACTIVE CIRCULANTE						
I. STOCURI	7,295,507	8,671,292	29%	1,375,785	▼	19%
II. CREANTE	1,733,964	741,168	2%	(992,796)	▲	-57%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	10%	-	—	0%
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	2,364,607	3,031,275	10%	666,668	▲	28%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	14,394,078	15,443,734	52%	1,049,656	▲	7%
C. CHELTUIELI IN AVANS	122,915	300,970	1%	178,055	▼	145%
TOTAL ACTIV	29,376,250	29,798,989	100%	422,739	▲	1%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	11,239,660	8,022,198	27%	(3,217,462)	▲	-29%
G. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	3,442,650	6,012,599	20%	2,569,949	▼	75%
J. CAPITAL SI REZERVE						
I. CAPITAL, din care:						
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	101,382	101,382	0%	-	—	0%
Actiuni proprii						
Castiguri legate de instrumentele de capitaluri proprii						
Pierderi legate de instrumentele de capitaluri proprii						
V. PROFITUL SAU PIERDEREA REPORTAT	3,765,308	5,131,693	17%	1,366,385	▲	36%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	496,542	200,409	1%	(296,133)	▼	-60%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	14,693,940	15,764,191	53%	1,070,251	▲	7%
TOTAL PASIV	29,376,250	29,798,989	100%	422,739	▲	1%

Comparatii cu inceputul de an	31.12.2021	30.06.2022	Evolutie	31.12.2022	30.06.2023	Evolutie	
A. ACTIVE IMOBILIZATE							
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,582,800	14,859,257	276,457	▲	14,195,090	14,054,285	(140,805) ▼
B. ACTIVE CIRCULANTE							
I. STOCURI	6,712,390	7,295,507	583,117	▼	8,149,391	8,671,292	521,901 ▼
II. CREANTE	1,475,964	1,733,964	258,000	▼	279,845	741,168	461,323 ▼
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	-	—	3,000,000	3,000,000	- —
IV. CASA SI CONTURI LA BANCII	2,359,416	2,364,607	5,191	▲	4,162,421	3,031,275	(1,131,146) ▼
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	13,547,770	14,394,078	846,308	▲	15,591,657	15,443,734	(147,923) ▼
C. CHELTUIELI IN AVANS	103,623	122,915	19,292	▼	135,052	300,970	165,918 ▼
TOTAL ACTIV	28,234,193	29,376,250	1,142,057	▲	29,921,799	29,798,989	(122,810) ▼
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	8,502,334	11,239,660	2,737,326	▼	8,497,528	8,022,198	(475,330) ▲
E. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	3,634,461	3,442,650	(191,811)	▲	5,860,488	6,012,599	152,111 ▼
F. CAPITALURI PROPRII - TOTAL	16,097,398	14,693,940	(1,403,458)	▼	15,563,783	15,764,191	200,408 ▲
TOTAL PASIV	28,234,193	29,376,250	1,142,057	▲	29,921,799	29,798,989	(122,810) ▼
ACTIV NET PE ACTIUNE	9.5	1.7	(7.8)	▼	1.8	1.9	0 ▲

Fluxurile de Trezorerie

Și în S1 2023 compania menține un nivel bun al fluxului de numerar, încheind semestrul cu un nivel de lichidități de peste 6 mil lei în conturile curente și depozite bancare. Resursele existente și robustețea indicatorilor de lichiditate permit în continuare gestionarea adecvată a necesarului capitalului de lucru. Măsurile de control, eficientizare a cheltuielilor de operare cât și a celor de personal au scopul de crește lichiditatea companiei în această perioadă de scădere a veniturilor pe magazine și incertitudine macroeconomică.

SITUATIA FLUXURILOR DE TREZORERIE			
Situația fluxurilor de numerar	2023 SEM 1	AN 2022	2022 SEM 1
Fluxuri de numerar din activități de exploatare:			
Profit net	200,409	1,366,385	496,543
Profit din exploatare înainte de variația capitalului circulant	1,111,537	3,314,714	1,351,158
Variația soldurilor conturilor de stocuri	(525,512)	(1,333,907)	(492,991)
Variația soldurilor conturilor de creanțe comerciale și alte creanțe din exploatare	(603,748)	1,146,786	(294,585)
Variația soldurilor conturilor de datorii comerciale și alte datorii din exploatare	(448,227)	(556,944)	(620,142)
Numerar generat din operațiuni	(465,951)	2,570,649	(56,560)
Numerar net din activități de exploatare	(727,462)	2,177,910	(279,690)
Numerar net din activități de investiție	(554,947)	(383,351)	(270,406)
Numerar net din activități de finanțare	151,262	8,447	555,287
Creșterea netă a numerarului și echivalentelor de numerar	(1,131,146)	1,803,006	5,191
Numerar și echivalente de numerar la începutul exercitiului financiar	4,162,421	2,359,416	2,359,416
Numerar și echivalente de numerar la sfârșitul exercitiului financiar	3,031,275	4,162,421	2,364,607
DEPOZITE BANCARE	3,000,000	3,000,000	3,000,000

Principalii Indicatori Economici și Financieri - Evoluție

Indicatori financieri	Dec-21	Dec-22	Jun-23
Profitabilitate operațională			
Gross Margin (YTD)	35%	34%	34%
Net Profit Margin (YTD)	3%	2.4%	0.7%
EBIT margin (YTD)	4%	3%	1%
EBITDA Margin (YTD)	6%	6%	4%
Managementul capitalului de lucru			
Active curente/Venituri	23%	26%	27%
Lichiditate curentă	2.0	1.6	1.7
Lichiditate imediată	0.9	0.7	0.7
Ciclul de conversie al cash-ului (zile)	-1	11	22
DI	0	0.04	2.36
DSO	46	51	58
DPO	-47	-40	-39
Rotatie activelor (TAT)	2.0	2.0	1.9
Grad de îndatorare (D/A)	40%	48.0%	47.6%
Multipliatorul capitalului	1.7	1.9	1.8
Rentabilitatea activelor (ROA)	7%	6%	3%
Rentabilitatea capitalului (ROE)	11%	11%	5%

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA

Lipsa predictibilității, specifică acestei perioade, ne determină să revizuim bugetele operaționale mult mai frecvent. Dacă în trecut puteam discuta de bugete stabilite anual, acum acestea sunt revizuite trimestrial și în anumite situații, chiar lunar.

În aceste condiții, estimări viabile și pe termen lung sunt greu de făcut. Obiectivele pentru 2023 în contextul realizărilor la S1 2023 și prognoza pe T3, sunt de a crește cifra de afaceri cu minim 3% față de 2022, EBITDA de 5.5% din cifra de afaceri și un grad de îndatorare sub 48%.

Declaratie privind prognozele

În prezent, Societatea întocmește estimări lunare la nivel de magazine și la nivel de Societate. Aceste estimări sunt revizuite și actualizate periodic de către management, 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).

Execuția bugetară 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.

Prognozele financiare sunt realizate în cadrul unei analize interne operaționale săptămânale și lunar în ședințele de evaluare performanță și indicatori la nivel de management magazine, funcțional și Consiliu de Administrație.

Având în vedere contextul dificil de piață curent în care activăm, incertitudinea macroeconomică și schimbările fiscale preconizate de guvern, va fi dificil de anticipat evoluția de piață, impactul cuantificabil pe o perioadă medie/lungă de timp. Estimăm că segmentul de piață pe care activăm noi, cel legat de amenajări interioare, accesorii mobilier, finisaje și renovări, va fi însă mai puțin afectat și ne vom putea realiza obiectivele propuse pentru a doua jumătate a anului 2023.

Extinderea rețelei de magazine și investițiile în noi locații rămâne în prioritate pe termen mediu dar în corelare și abordare precaută cu volatilității mediului și contextul de business.

Obiectivele pentru anul financiar 2023 au drept scop menținerea competitivității companiei și a cotei de piață în cadrul sectorului de business în care activează.

Obiective cheie și Direcții de acțiune S2 2023

- Creștere Segment Online ca și pondere și valoare absolută în cifra de afaceri a companiei, +10% versus S2 2022 reprezentând 6.7% din total vânzări
- Consolidare financiară și eficiență operațională la nivel de rețea magazine Mambricolaj materializată printr-o creștere a cifrei de afaceri +6.3% vs S2 2022 cu o creștere a profitabilității nete și atingerea unui EBITDA de 5.5% raportat la cifra de afaceri
- Monetizare și Diversificare Gama produse și servicii, Creștere Productivitate pe angajați

- Control și reducere cheltuieli operaționale la nivel de magazine prin eficientizare și automatizare procese, digitalizare, re-organizari de activități
- Orientarea către servirea clienților și creșterea calității profesionale a personalului din magazine și la nivel de management operațional
- Întărirea echipei de management prin recrutări de poziții cheie (Director Operațional/ Retail)
- Creșterea ratei de conversie vizitatori -clienți la nivel de magazine prin creșterea nivelului de consiliere în magazine
- Creșterea bonului mediu pe tranzacție prin campanii de marketing susținute pe categoriile de produse în cerere curentă, campanii axate pe performanța produselor atât în online cat și la nivel de fiecare magazine – oferte personalizate și prețuri competitive.
- Atingerea unui volum minim de 330.000 tranzacții.

Declarația Conducerii

Informațiile financiare la 30.06.2023 prezentate în prezentul raport semestrial, S1, al anului 2023 sunt auditate și întocmite în conformitate cu Reglementările Contabile prevăzute în OMFP 1802/2014. Aceste situații financiare reflecta situația actuală, conformă și reală a activelor și pasivelor societății, poziția financiară și contul de profit și pierdere al societății.

Raportul semestrial la S1 2023 transmis ASF a fost întocmit conform Regulamentului nr 5/Anexei 13 și reflecta informații complete pe baza de continuitate și evenimente ulterioare acestui raport despre societatea SC Mambricolaj SA la nivel de semestru 1 al anului financiar 2023.

Cristian GĂVAN

Președinte Consiliu de Administrație MAMBRICOLAJ SA

Data: 22.08.2023