



Către

AUTORITATEA DE SUPRAVEGHERE FINANCIARĂ

Sectorul Instrumente și Investiții Financiare,

fax: 021- 659.60.51

BURSA DE VALORI BUCUREȘTI S.A. – sistem multilateral de tranzacționare

Fax: 021- 256.92.76

RAPORT CURENT 37/2022

conform Legii nr. 24/2017 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață și Regulamentului ASF nr. 5/2018 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață și Codul BVB – operator de sistem

Data raportului:	15.11.2022
Denumirea emitentului:	MAMBRICOLAJ S.A.
Simbol	MAM
Sediul social:	București, Str. Serii Nr. 6, Sector 2
Adresa de corespondență (punct de lucru)	București, Șos. Morarilor, nr 2A, Sector 2
Nr. telefon/ fax:	0740 40 98 13
Cod unic înregistrare:	27933834
Nr. ordine în Registrul Comerțului:	J40/599/2011
Capital social subscris și vărsat:	846.500 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare emise:	Sistemul multilateral de tranzacționare

Evenimente importante de raportat: Disponibilitate Raport financiar la Trimestrul 3 2022

Președintele Consiliului de administrație al MAMBRICOLAJ S.A. informează toate partile interesate despre disponibilitatea Raportului la T3 2022, care conține situațiile financiare pentru trimestrul 3 al anului 2022.

Raportul financiar la Trimestrul 3 2022 poate fi accesat direct la link-ul: <https://webshop.mam-bricolaj.ro/page/investitor>, precum și la link-ul de mai jos.

Presedinte Consiliu de Administratie,
Gavan Cristian



Raport TRIMESTRUL III 2022

MAMBricolaj S.A.

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

Data Raportului: 15.11.2022

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	3
DESPRE MAMBRICOLAJ	4
<i>Scrisoare Fondator și Presedinte CA MAMBricolaj</i>	4
<i>Evenimente Importante în perioada de raportare T3 2022</i>	5
<i>Descriere activitate de bază</i>	6
<i>Rețeaua de Magazine MAMBRICOLAJ</i>	6
<i>Tendențe, elemente sau factori de incertitudine care pot afecta activitatea companiei</i>	8
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE T3 2022	9-16
<i>Vânzările în T3 2022</i>	9
<i>Structură Vânzări pe Categoriile de produse</i>	9
<i>Analiza P&L T3 2022</i>	10-12
<i>Bilant și Poziție Financiară T3 2022</i>	12-14
<i>Analiza Fluxului de numerar T3 2022.Indicatori Financiar</i>	15-16
ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ/ PROGNOZA 2022	17
DECLARAȚIA CONDUCERII	18

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport financiar

Tipul raportului	Raport Trimestrial – T3 pentru Anual 2022 conform Regulament ASF nr. 5/2018 ANEXA 13
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 30.09.2022

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 Președinte CA MAMBricolaj

Dragi Acționari,

Perioada dificilă actuală, în care criza energiei s-a suprapus peste cea a creșterii prețurilor, ne-a determinat să ne adaptăm din mers planurile pentru a veni atât în întâmpinarea clienților, cât și a angajaților MamBricolaj. După un prim semestru cu o creștere de peste 11% versus 2021, rezultatele trimestrului al treilea poartă amprenta contextului volatil pe care îl traversăm și care prezintă incertitudini pentru perioada următoare.

Chiar și într-un astfel de climat, am reușit să menținem performanțele companiei la un nivel satisfăcător. Creșterile record pe care le-am înregistrat în trimestrele și anii anteriori double-digit în vânzări s-au temperat, dar printr-un management eficace și răspuns prompt la dificultăți, păstrăm reziliența companiei pentru a livra performanțele de lichiditate, profitabilitate și vânzări în concordanță cu marile provocări economice existente.

Deși puterea de cumpărare a românilor este în scădere din cauza inflației, coșul mediu de cumpărături al acestora este mai mare față de anul precedent în cadrul rețelei de magazine MamBricolaj (+2.6% raportat la număr de clienți unici). Pe segmentul de piață pe care activăm noi, cel legat de amenajări interioare, finisaje și renovări, estimăm că va fi însă mai puțin afectat decât sectorul construcțiilor și ne vom putea pastra creșterea actuală de minim 8% pentru 2022 în comparație cu anul trecut – nevoile și dorința de a aloca bugetul gospodăriilor pentru astfel de proiecte există.

La noua luni, continuăm să înregistrăm rezultate bune la nivelul rețelei și încheiem cu o creștere în venituri de 8.21%, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Un factor important de creștere a fost diversificarea gamelor noastre de produse, atât online, cât și în magazinele fizice.

Pentru perioada următoare, deși volumul tranzacțiilor comerciale pe ultimul trimestru a fost până acum în conformitate cu așteptările noastre și în directă corelare cu scăderea frecvenței de cumpărare pe client, specifică lunilor de vară, ne uităm cu atenție la perspectivele economice mai incerte pentru cea de-a doua jumătate a anului. Prin urmare, ne concentrăm pe a oferi valoare adăugată clienților noștri într-un moment în care aceștia au cea mai mare nevoie. Ne vom axa pe creșterea vânzărilor (prin creșterea bonului mediu pe client și fidelizare) și a cotei de piață, gestionarea eficientă a marjei noastre comerciale și alinierea costurilor operaționale și a stocurilor noastre la contextual actual al pieței.

La momentul prezent avem suficiente resurse financiare și capacități organizaționale pentru a face față provocărilor iernii lui 2022, care se anunță a fi cea mai dificilă perioadă economică prin care va trece economia românească de la precedenta criză economică.

Inflația, creșterea costurilor de creditare, accentuarea blocajului financiar și scăderea semnificativă a consumului vor pune o presiune fără precedent pe performanța firmelor românești. Dar rămânem în continuare încrezători, prudenți și deschiși la oportunitățile ce pot stimula creșterea afacerii noastre inclusiv pe zona de investiții și M&A.

Tendențele actuale de consum, cât și riscul geopolitic, economic, inflaționist și de preț pot influența și impacta rezultatele prognozate ale societății pentru trimestrul 4 al anului 2022 cât și atingerea rezultatelor globale propuse pentru acest an.



În cele 9 luni de raportare pentru 2022 am realizat 232.764 (+4.1% vs. 2021) ca și volum de tranzacții la nivel de rețea magazine pe un număr de clienți în creștere de la un an la altul, 116.803 (+5.4% vs. 2021). Valoarea bonului mediu pe client a înregistrat o creștere de 2.6% vs. 2021 (355 lei/client) și de 4.1% raportată la coșul mediu pe tranzacție (178 lei/tranzacție).

Raportat la cifra de afaceri, rezultatele la 9 luni 2022 înregistrează o creștere de 8.21% față de 2021 aceeași perioadă, de la 38,36 mil la 41,52 mil lei.

Evenimente Importante în perioada de raportare T3 2022

Distribuire Dividende către acționarii societății

În cadrul AGOA din aprilie 20,2022, 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 a fost distribuit în totalitate acționarilor în data de 30 septembrie a anului current prin Depozitarul Central.

De asemenea, 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.

Susținerea 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 cat 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.

La data acestei raportări, soldul creditele pentru capital de lucru (IMM Invest) trase în cursul perioadei este de 3.499.894 lei. Creditul pentru investiții nu a fost utilizat.

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

Investitia a fost finanțată prin Raiffeisen leasing în proporție de 70% din valoare. Instalația fotovoltaică de pe acoperișul clădirii magazinului Ghencea, va susține aproximativ 20% din necesarul mediu de consum anual al magazinului.

Structură curentă acționariat Mambricolaj

La data de 30.09.2022 structura acționariatului este deținută de persoane fizice și juridice:

- **Cristian Gavan:** 67,54% din capitalul social
- **Alți Acționari:** 32,46% 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 și are ca efect reducerea costurilor fixe pe mp de vânzare;
- 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 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;
- 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 si divizia de online:

- **Magazin Luica**, localizat in 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 40 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 suprafața de vânzare este de 1.000 mp. La data acestui raport, magazinul are un număr efectiv de 24 angajați. Nu operează Atelier propriu de producție ca în cazul celorlalte 2 magazine.
- **Divizia de Online** in continua dezvoltare si creștere are curent 5 angajați
- **Sediul central si funcțiunile de suport** sunt susținute de un număr de 10 angajați, per total numărul efectiv de angajați la nivel de companie si la data prezentului raport fiind de 124. Numărul mediu în perioada este de 122 angajați vs. 128 la T3 2021.

Media cheltuielilor cu salariile pe angajat evoluție

Evolutie Numar Angajati si Fond salarii			
Lei	2022 sem 1	2022 9 luni	Variatie
Cheltuielile cu salariile brute ale	4,322,530	6,810,180	58%
Cheltuieli cu tichete masa	277,211	432,331	56%
Contributia unitatii - CAM	101,266	151,222	
TOTAL	4,701,007	7,393,733	57%
Numar mediu angajati	121	122	1%
Medie cheltuieli salariale/angajat	39,013	60,480	55%
Productivitate/angajat	230,390	339,633	47%
% Salarii Venituri realizate	16.9%	17.8%	

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 9 luni 2022, numărul de clienți a crescut cu 5.4% comparativ cu aceeași perioadă a anului 2021 (de la 110.000 la 116.803), cu o medie a bonului pe client de 355 lei (online si magazine). Creșterea medie față de 2021 a fost de 2.6%.

Conform raportului INSSE si BNR la T3, rata medie de inflație a fost de 15.9% cu o creștere accelerată a prețului la gaze +70% si de peste 16.6% pe zona de produse ne-alimentare și servicii.

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 single digit, 6-8% vs. 2021. Din datele de prospectare și rapoartele de analiză, preconizăm că cererea se va concentra pe soluțiile de consum energetic si pe extinderea programelor de support tehnic.

Inflația și puterea de cumpărare scăzută a consumatorului final își vor pune amprenta pe bugetul alocat gospodăriilor pe partea de amenajări și reparații, cu impact negative în cerere și priorități de consum.

Performanța actuala la noua luni a rețelei MAMBricolaj vine să consolideze poziția companiei față de eșantionul de competitori față de care se poziționează și să-și mențină 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 tranzactioneaza 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 T3 mai multe tendințe cu impact asupra evoluției industriei, afectata ca si volum cerere, marje de profitabilitate si puterea de cumparare a clientului final.

Trendul actual indica o decelerare a ratei de creștere din ultimii 3 ani si asteptarile sunt ca pe bricolaj si segmente de business specifice creșterea fata de 2022 să se diminueze substanțial:

- ✓ Dificultățile economice generate de inflație, de contextul războiului din Ucraina, de problemele din China, se pot răspândi de-a lungul lanțurilor comerciale, putând genera un efect de amplificare a riscurilor la nivelul întregii economii, mai ales în condițiile vulnerabilităților deja existente
- ✓ Problemele de lichiditate se acutizează pe măsură ce economia frânează. Asistăm deja, în această perioadă, la o încetinire economică în multe domenii, de la construcții la comerț, industrie și servicii, fapt confirmat și de estimările BNR care converg către o stagnare economică în T3 și T4.
- ✓ Scumpirea continua 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 20-35% comparativ anul precedent ceea ce se reflecta direct în marja bruta comercială 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 și beneficii acordate personalului din magazine raportat de la S1 2022 la T3 2022 (investiție în marjă, aproximativ 1% la nivel de EBITDA perioada) 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 15.9% anualizat la septembrie 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 semnificative de prețuri la clienții finali ai rețelei de magazine MAMBricolaj.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE T3 2022

Analiza Performanței Financiare

Vânzările în T3 2022

Cifra de afaceri realizată în cadrul rețelei de magazine la 9 luni 2022, a fost de 41,520 milioane de lei, în creștere cu 8,21% față de anul precedent aceeași perioadă. Magazinul Luica inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 37.3% din cifra de afaceri totală, înregistrând vânzări nete de 15.53 milioane lei, +1,7% vs. 9 luni 2021. Magazinul Morarilor inclusiv Atelier producție a contribuit cu o pondere de 46.72% din cifra de afaceri realizată, înregistrând vânzări nete de 19.39 milioane lei, 0,7% vs. 2021 aceeași perioadă. Magazinul Ghencea, nou deschis la finalul lunii martie 2021 contribuie cu 10,2%, 4.24 milioane lei în cifra de afaceri realizată pentru 9 luni ale anului 2022. De remarcat creșterea diviziei de online cu o pondere actuala în vânzările nete de 5.77%, 2.34 milioane lei și o creștere de 56,6% comparativ cu 9 luni 2021.

	2022 T3 – 9luni	2021 T3 – 9luni	Evoluție %
Magazin Luica	15.531.655	15.269.794	1,7%
Magazin Morarilor	19.398.586	19.259.220	0,7%
Magazin Ghencea	4.242.197	2.339.882	81,3%
Online	2.347.667	1.499.318	56,6%
Total	41.520.105	38.368.214	8,2%

La T3 cifra de afaceri realizată a fost de 13.76 mil lei în linie cu 2021.

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 44.6 milioane de lei, +16,2% comparativ cu 2021. Estimarea este foarte optimistă în contextul actual de piață și economic care a erodat cererea și frecvența de cumpărare a clienților din sectorul DIY. Principalii competitori ai MamBricolaj pe segmentul de business în care activează au raportat în perioada creșteri de un digit față de 2021 și situate într-un interval de 6-8%

La nouă luni Mambricolaj a înregistrat o creștere în linie cu piața și competitorii direcți, 8.2% vs. 2021 aceeași perioadă dar sub targetul de vânzări prognozată la începutul anului când nu se putea estima plauzibil impactul crizei economice actuale (-3mil lei sub buget ca variație negativă din lunile aprilie, iulie-septembrie).

Structură Vânzări pe Categoriile de produse – Evoluție T3

Evoluție Pondere categorii % vanzari	S1 2022	T3 2022
ACCESORII BUCATARIE	8%	7.5%
ACCESORII DRESSING	11%	10.2%
ACCESORII MOBILA	11%	9.7%
ELECTRICE	4%	3.4%
FIXARE/BALAMALE	13%	12.7%
HOME	2%	2.1%
PANOURI	27%	29.8%
SERTARE	7%	6.4%
SERVICII	10%	11.9%
UNELTE	7%	6.3%

În T3 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 1.09 mil lei (2.6% din cifra de afaceri), în creștere cu peste 211 mii lei față de 9 luni 2021.

Numărul de clienți în perioada a crescut cu 6% și valoarea coșului mediu pe clientul Mambricolaj s-a apreciat cu 2.6% contribuind la menținerea unei marje comerciale nete de 34.5% 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 232.764 cu o valoare medie a coșului de 178,2 lei/tranzacție în creștere cu 4,1% față de aceeași perioadă a lui 2021. De remarcat și creșterea tranzacțiilor online în perioadă, +39% vs. 2021 aceeași perioadă coroborată cu o creștere a bonului mediu la 207 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 54% dintre clienți sunt utilizatorii finali, în timp ce între 46% sunt consultanți de mobilă/profesioniști/meșteri. Peste 99% din clienți plătesc numerar la plată sau cu cardul, prin urmare compania nu întâmpină dificultăți cu încasările din vânzarea produselor.

Analiza P&L T3 – 9 Luni 2022

Situațiile financiare individuale ne-auditate aferente trimestrului 3 2022 sunt întocmite în concordanță cu legislația financiar contabilă în vigoare și cerințele stipulate în OMFP 1802/2015 și a Reglementărilor financiar-contabile ulterioare.

Veniturile din exploatare ale MAMBricolaj au crescut în T3 2022 cu 7% vs. T3 2021, ajungând la 41,52 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 8.2%, de la 38,36 milioane lei la 41,52 milioane lei.

Cheltuielile în această perioadă (9 luni) au crescut față de aceeași perioadă 2021 cu 3.2 milioane lei și sunt în valoare de 40,506 mil lei (+9% vs. 2021 din care 2.11 milioane provin din creșterea valorii mărfurilor vândute în perioada, 0.85 milioane din amortizări în perioada (investiții 2021), utilități, publicitate și costuri anualizate personal Ghencea de +0.13 milioane lei.

Cheltuielile financiare sunt în creștere semnificativă, +0.156 milioane față de 2021 în principal din creșterea rata variabilă la dobânzi (ROBOR) cât și ca urmare a creșterii volumului de credite trase în perioada de raportare (3.9 mil lei vs. 3.4 mil lei la 2021). Gradul de îndatorare la 9 luni a crescut la 48.6% vs. 45.8% în 2021 aceeași perioadă.

Cheltuieli de exploatare bugetate pentru primele 9 luni ale lui 2022 (parte din prognoza declarată pentru investitori) = sunt de 43.46 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 3 mil este explicată prin costul cu mărfurile vândute mai mici, 2,2 milioane de lei ca urmare a vânzărilor mai mici în perioadă cât și din descreșterea de 0,8 mil de lei în cheltuielilor general administrative provenită din fondul de salarii (număr angajați mai mic decât cel bugetat, bonusuri) și a cheltuielilor de publicitate promovare corelate cu veniturile din vânzări realizate.

Profitul net bugetat la nivel de rețea magazine operabile actual la nivel de septembrie cumulat este în linie cu cel realizat. Profitul net realizat și raportat la septembrie 2022 este de 650 mii lei. Comparativ și cu perioada anului precedent profitul net raportat la 9 luni 2022 este aproximativ în linie dacă luăm în considerare ajustarea discreționară/nerecurrentă în baza de 2021 pentru corecția cheltuielilor logistice aferente perioadei 2020-2021, în valoare de 556 mii lei (9 luni 2021 fără corecție = 699 mii, 9 luni 2021 cu includerea corecției de cheltuieli logistice = 1.255 mii lei)

Profitul operațional al perioadei la septembrie 2022 este în linie cu bugetul deși veniturile au fost sub buget, atât peste nivelul bugetat (34.5% vs. 34.3%) dar și a diminuării costurilor fixe la nivel de rețea. Și față de septembrie 2021, profitul operațional fără ajustări nerecurente egalizează performanța actuală.

Profitul operațional realizat curent la 9 luni este de 1.014 mii lei.

Detaliere Variații P&L detaliat în raport cu Septembrie 2021 - comparative:

Indicatori	9 LUNI 2021	9 LUNI 2022		Evolutie	% +/-
Cifra de afaceri neta	38,363,904	41,520,108	▲	3,156,204	8%
Productia vanduta	2,464,278	2,829,740	▲	365,462	15%
Venituri din vanzarea marfurilor	37,373,112	40,194,177	▲	2,821,064	8%
Reduceri comerciale acordate	1,473,487	1,503,809	▲	30,322	2%
Alte venituri din exploatare	471,948	-	▼	(471,948)	-100%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	38,835,852	41,520,108	▲	2,684,256	7%
a) Cheltuieli cu materiile prime si materialele consumabile	380,667	361,079	▲	(19,587)	5%
Alte cheltuieli materiale	84,681	112,785	▼	28,104	-33%
<i>b) Alte cheltuieli externe</i>	<i>262,143</i>	<i>397,098</i>	<i>▼</i>	<i>134,954</i>	<i>-51%</i>
<i>c) Cheltuieli privind marfurile</i>	<i>24,370,995</i>	<i>26,480,256</i>	<i>▼</i>	<i>2,109,261</i>	<i>-9%</i>
Reduceri comerciale primite	364,275	282,586	▼	(81,689)	0%
Cheltuieli cu personalul	7,252,782	7,393,733	▼	140,950	-2%
<i>a) Salarii si indemnizatii</i>	<i>7,096,667</i>	<i>7,242,511</i>	<i>▼</i>	<i>145,843</i>	<i>-2%</i>
<i>b) Cheltuieli cu asigurarile si protectia sociala</i>	<i>156,115</i>	<i>151,222</i>	<i>▲</i>	<i>(4,893)</i>	<i>3%</i>
Ajustari de valoare privind imobiliarile corporale si necorporale	603,609	1,012,920	▼	409,311	-68%
Cheltuieli amortizare si amortismente	603,609	1,012,920	▼	409,311	-68%
Alte cheltuieli de exploatare	4,720,955	5,031,144	▼	310,189	-7%
<i>a) Cheltuieli privind prestatiile externe</i>	<i>4,216,916</i>	<i>4,434,761</i>	<i>▼</i>	<i>217,845</i>	<i>-5%</i>
<i>b) Cheltuieli cu alte impozite, taxe si varsaminte asimilate;</i>	<i>182,243</i>	<i>163,316</i>	<i>▲</i>	<i>(18,927)</i>	<i>10%</i>
<i>c) Cheltuieli privind calamitatile si alte evenimente similare</i>					
<i>d) Alte cheltuieli</i>	<i>321,796</i>	<i>433,067</i>	<i>▼</i>	<i>111,271</i>	<i>-35%</i>
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	37,311,558	40,506,429	▼	3,194,871	-9%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:					
- Profit	1,524,294	1,013,679	▼	(510,615)	-33%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	41,577	56,409	▲	14,832	36%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	127,039	283,369	▼	156,330	-123%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA				-	0%
- Profit	(85,462)	(226,960)	▼	(141,498)	166%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:					
- Profit	1,438,832	786,719	▼	(652,113)	-45%
Impozitul pe profit	183,433	136,161	▲	(47,272)	-26%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:					
- Profit	1,255,399	650,558	▼	(604,841)	-48%

Nota – element nerecurrent în baza 2021 = 556 mii lei, profit net 2021 fără element nerecurrent = 699 mii lei

EBITDA Comparat cu T3 cumulat 2021

EBITDA se definește ca rezultatul operațional din care se exclud cheltuielile cu amortizarea și amortismentele. EBITDA la 9 luni 2022 este în valoare absoluta de 2,027 mil lei si reprezintă 4.88% din

veniturile nete la nivel de perioadă. EBITDA bugetat la nivel de S1 2022 este de 2,056 mil lei adică 4.6% din vânzările nete la T3.

EBITDA operațional ia în calcul doar activitatea de exploatare, excluzând cheltuiala cu amortizarea, vânzările de active, elementele nerecurente și activitatea financiară. EBITDA Operațional Normalizat pentru septembrie 2021 a fost de 1,97 mil lei adică 5.1% 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 parametrii bun/performați comparativ la media pieței de bricolaj/retail. Trendul actual coroborat cu creșterea vânzărilor și a încasărilor în lunile septembrie și octombrie au dus la scădere a gradului de îndatorare sub nivelul lui 2021, respectiv 45%.

EBITDA și EBITDA Operațional Normalizat 2022 vs. 2021

Indicatori	9 LUNI 2021	9 LUNI 2022	Indicatori	9 LUNI 2021	9 LUNI 2022
economico-financiar			economico-financiar		
EBITDA	2,127,903	2,026,599	EBITDA Normalizat	1,977,409	2,026,599
Marja EBITDA (%)	5.55%	4.88%	Marja EBITDA (%)	5.15%	4.88%
Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	74.78	71.22	Acoperirea cheltuielilor de dobanzi prin EBITDA	69.49	71.22
Gradul de indatorare	45.8%	48.6%	Gradul de indatorare	45.8%	48.6%

Evoluție Indicatori 2022 – Cumulat Septembrie 2022 vs. S1 2022

Indicatori Evoluție	S1 2022	9 LUNI 2022		Evoluție	% +/-
Cifra de afaceri neta	27,761,964	41,520,108	▲	13,758,144	50%
VENITURI DIN EXPLOATARE - TOTAL	27,761,964	41,520,108	▲	13,758,144	50%
CHELTUIELI DE EXPLOATARE - TOTAL	27,017,769	40,506,429	▼	13,488,660	-50%
PROFITUL SAU PIERDEREA DIN EXPLOATARE:					
- Profit	744,195	1,013,679	▲	269,484	36%
VENITURI FINANCIARE - TOTAL	17,775	56,409	▲	38,634	217%
CHELTUIELI FINANCIARE - TOTAL	181,159	283,369	▼	102,210	-56%
PROFITUL SAU PIERDEREA FINANCIARA				-	0%
- Profit	(163,384)	(226,960)	▼	(63,576)	39%
PROFITUL SAU PIERDEREA BRUTA:					
- Profit	580,811	786,719	▲	205,908	35%
Impozitul pe profit	84,269	136,161	▼	51,892	62%
PROFITUL SAU PIERDEREA NET(A) AL EXERCITIULUI FINANCIAR:					
- Profit	496,542	650,558	▲	154,016	31%
Nr actiuni	8,465,000	8,465,000			
Profit net pe actiune	0.06	0.08			

Situația poziției financiare (T3 2022)

Structura poziției financiare

Total Active pe termen lung (imobilizate) = 14.521.786 lei, în linie cu T3 2021

Total Active Circulante inclusiv Conturi casa și bănci = 14.295.150 lei, +1% vs. T3 2021

Datorii pe termen scurt (furnizori, leasing-uri și credite TS) = 9.379.491 lei, -12% vs. T3 2021

Datorii pe termen lung = 4.681.278 lei, +92% vs. T3 2021

Capitaluri proprii = 14.847.957 lei, -5% vs. T3 2021

Grad de îndatorare = 48.6 %, +2.8% vs. T3 2021

Poziția financiară comparații

La 30.09.2022, valoarea activelor imobilizate a rămas constantă față de T3 2021. În această perioadă cea mai importantă investiție este în panourile fotovoltaice la magazinul Ghencea, în valoare de 150.000 euro și care va prelua 20% din consumul de energie mediu anual al magazinului.

Rata de amortizare lunară a înregistrat o creștere semnificativă 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 135 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 locațiilor spațiilor comerciale pentru magazinele MamBricolaj.

La 30.09.2022 activele circulante au crescut față de T3 2021 cu 0.17 milioane. Cea mai mare contribuție în creșterea la activele circulante este reprezentată de creșterea în cuantumul de cash (+1.13 mil lei).

Creșterea nivelului de stocuri la cost de achiziție la 8.06 mil lei este justificată de creșterea volumului de vânzări în perioada trimestrului 4 cât și pentru a asigura disponibilitatea produselor la raft.

Datoriile curente la 30.09.2022 totalul datoriilor pe termen scurt în descreștere față de septembrie 2021, -1,3 mil lei, din care cea mai mare descreștere derivă din structura creditelor IMM Invest utilizate în perioada cât și a soldului furnizorilor de marfă și servicii (circa 0.6 mil lei) – datorită negocierii termenelor de plată extinse pentru achizițiile în perioadă.

Situația datoriilor pe termen lung a înregistrat o creștere de 2,4 mil lei față de nivelul septembrie 2021 – reprezentând plăți leasing utilaje și panouri fotovoltaice pe termen lung dar și o rebalansare în perioadă pe structura de credite folosite (IMM Invest pentru capital de lucru cu rambursare în 36 de luni și cost de finanțare competitiv).

Per total situația datoriilor la T3 2022 este cu 0,9 mil lei în creștere vs. T3 2021 în condițiile curente de creșteri de prețuri și ROBOR.

Capitalul propriu la 30.09.2022, indică o descreștere de 0,77 milioane lei în perioadă, -5% vs. T3 2021. În septembrie 2022 s-au acordat dividende acționarilor din profitul reportat al anilor 2018 și 2019 în valoare de 1.9 mil lei. Rentabilitatea capitalului angajat la septembrie 2022 este de 13% (constant și față de S1 2022) vs.11% la decembrie 2021.

Detaliere Structura Creanțe și Datorii

CREANTE - Lei	Sold la sfarsitul T3 2022	Termen de lichiditate		
		sub 1 an	peste 1 an	
	1 = 2 + 3	2	3	
Total, din care:	287,428	287,428	0	
Clienti retail	39,686	39,686	0	
Alte creante cu asig sanatate/concedii med	165,974	165,974	0	
TVA neexigibila	59,661	59,661	0	
Furnizori debitori Stocuri	20,987	20,987	0	
Furnizori avans imobilizari	1,120	1,120		
DATORII - Lei	Sold la sfarsitul T3 2022	Termen de exigibilitate		
		sub 1 an	1-5 ani	peste 5 ani
	1 = 2 + 3 + 4	2	3	4
Total, din care:	14,060,769	9,379,490.7	4,681,277.9	0
furnizori interni	3,043,512	3,043,512	0	0
furnizori externi euro	476,261	476,261	0	0
efecte de plata la furnizori	1,132,269	1,132,269	0	
contributii asigurari sociale	219,682	219,682	0	0
datorii in legatura cu personalul	207,080	207,080	0	0
datorii cu bugetul statului	445,541	445,541	0	0
TVA neexigibila	0	0	0	0
clienti creditori - avansuri comenzi	106,419	106,419	0	0
alte impozite	486	486	0	0
leasinguri	4,364,360	1,270,585	3,093,775	0
credite	3,930,691	2,343,188	1,587,503	0
dividende	134,468	134,468	0	

Poziția financiară comparații vs. 31.12.2021

Comparații cu inceputul de an	31.12.2021	30.09.2022	Evolutie
A. ACTIVE IMOBILIZATE			
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,582,800	14,521,786	(61,014) ▼
I.STOCURI	6,712,390	8,064,475	1,352,085 ▼
II.CREANTE	1,475,964	194,595	(1,281,369) ▲
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	- —
IV. CASA SI CONTURI LA BANCI	2,359,416	3,036,081	676,665 ▲
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	13,547,770	14,295,150	747,380 ▲
C. CHELTUIELI IN AVANS	103,623	91,788	(11,835) ▲
TOTAL ACTIV	28,234,193	28,908,725	674,532 ▲
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1 AN	8,502,334	9,379,491	877,157 ▼
E. DATORII:SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	3,634,461	4,681,278	1,046,817 ▼
F. CAPITALURI PROPRII - TOTAL	16,097,398	14,847,956	(1,249,442) ▼
TOTAL PASIV	28,234,193	28,908,725	674,532 ▲

Poziția financiară comparații vs. 30.09.2021

Denumire indicator	In				
	30.09.2021	30.09.2022	Total 2022	2022 vs 2021	% -/+
A. ACTIVE IMOBILIZATE					
I. IMOBILIZARI NECORPORALE	504,735	369,424	1%	- 135,311	▼ -27%
II. IMOBILIZARI CORPORALE	13,665,139	13,819,235	48%	154,095	▲ 1%
III. IMOBILIZARI FINANCIARE	333,128	333,128	1%	-	— 0%
ACTIVE IMOBILIZATE - TOTAL	14,503,002	14,521,786	50%	18,784	▲ 0%
I.STOCURI	7,510,208	8,064,475	28%	554,267	▼ 7%
II.CREANTE	1,701,802	194,595	1%	- 1,507,207	▼ -89%
III. INVESTITII PE TERMEN SCURT	3,000,000	3,000,000	10%	-	— 0%
IV. CASA SI CONTURI LA BANCI	1,906,189	3,036,081	11%	1,129,892	▲ 59%
ACTIVE CIRCULANTE - TOTAL	14,118,199	14,295,150	49%	176,952	▼ 1%
C. CHELTUIELI IN AVANS	126,985	91,788	0%	- 35,197	▲ -28%
TOTAL ACTIV	28,748,186	28,908,725	100%	160,539	▼ 1%
D. DATORII: SUMELE CARE TREBUIE PLATITE < 1AN	10,719,387	9,379,491	32%	- 1,339,896	▲ -12%
G. DATORII:SUMELE CARE TREBUIE PLATITE > 1 AN	2,436,465	4,681,278	16%	2,244,813	▼ 92%
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	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	3,997,762	3,765,308	13%	- 232,454	▼ -6%
VI. PROFITUL SAU PIERDEREA EXERCITIULUI FINANCIAR	1,255,399	650,558	2%	- 604,841	▼ -48%
CAPITALURI PROPRII - TOTAL	15,592,334	14,847,956	51%	- 744,378	▼ -5%
TOTAL PASIV	28,748,186	28,908,725	100%	160,539	▲ 1%

Analiza Fluxului de numerar

Și în T3 2022 compania menține un nivel bun al fluxului de numerar, încheind trimestrul 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 adecvata a necesarului capitalului de lucru și de asigurare a mărfurilor la raft în gama și raportul calitate – preț cerute de către clienții MamBricolaj.

Variatia Fluxului de numerar 12 luni				Variatia Fluxului de numerar 9 luni			
(RON)	9 Luni 2021	9 Luni 2022	Variatie	(RON)	Final 2021	9 Luni 2022	Variatie
Rezultat net	1,255,399	526,128	-729,271	Rezultat net	1,801,355	526,128	-1,275,227
Amortizare	603,609	1,009,690		Amortizare	970,242	1,009,690	
Capital de lucru	- 2,839,639	- 883,693		Capital de lucru	- 2,621,458	- 883,693	
Cash din operare	-980,631	652,125	1,632,756 ▲	Cash din operare	150,139	652,125	501,986 ▲
Cash din investitii	-3,276,456	-743,620	2,532,836 ▲	Cash din investitii	-2,056,240	-743,620	1,312,620 ▲
Cash din finantare	-1,395,474	768,160	2,163,634 ▲	Cash din finantare	-2,349,589	768,160	3,117,749 ▲
Cash net	-5,652,561	676,665	6,329,226 ▲	Cash net	-4,255,689	676,665	4,932,354 ▲
Cash la inceput	6,615,005	2,359,416		Cash la inceput	6,615,005	2,359,416	
Cash la sfarsit	962,444	3,036,081		Cash la sfarsit	2,359,316	3,036,081	
Depozite	3,000,000	3,000,000		Depozite	3,000,000	3,000,000	

Principalii Indicatori Economici și Financieri - Evoluție

Indicatori financieri	Dec-20	Jun-21	Dec-21	Jun-22	Sep-22
Profitabilitate operationala					
Gross Margin (YTD)	33%	34%	35%	35%	34%
Net Profit Margin (YTD)	9%	2%	3%	2%	2%
EBIT margin (YTD)	11%	2%	4%	3%	2%
EBITDA Margin (YTD)	11%	4%	6%	5%	5%
Managementul capitalului de lucru					
Active curente/Venituri	38%	28%	23%	24%	25%
Lichiditate curenta	2.7	1.7	2.0	1.9	1.5
Lichiditate imediata	2.0	0.8	0.9	0.9	0.6
Ciclul de conversie al cash-ului (zile)	-14	-14	2	8	14
DI	3	0	3	1	0.3
DSO	38	53	46	47	52
DPO	-54	-67	-47	-41	-39
Rotatia activelor (TAT)	1.5	1.9	2.0	2.0	1.9
Grad de indatorare (D/A)	43.4%	45.7%	40.3%	48.1%	48%
Multiplicatorul capitalului	1.8	1.8	1.7	1.9	1.9
Rentabilitatea activelor (ROA)	13%	7%	7%	7%	5%
Rentabilitatea capitalului (ROE)	23%	14%	11%	13%	13%
Grad de indatorare (DTL/Capitaluri)	24.9%	18.5%	22.3%	23.2%	24.0%

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-economi, 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.

Având în vedere situația internațională, cu războiul din Ucraina, dar și inflația accelerată coroborată cu criza energetică și creșterile de prețuri, credem că piața de construcții, mai ales cea de construcții noi, va fi afectată semnificativ până la sfârșitul acestui an, dar mai ales anul viitor. 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 menține ritmul actual de creștere pentru trimestrul 4 și anul 2022.

La momentul acestui raport, conducerea companiei consideră că are un plan realist de consolidare a poziției de piață pentru 2022 și care, în caz de necesitate, poate fi adaptat și ajustat corespunzător cu resursele financiare și operaționale disponibile. Extinderea rețelei de magazine și investițiile în noi locații rămân în prioritate dar în corelare și abordare precaută cu volatilității mediului și contextului de criză, stagnare economică în care activăm.

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

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 calitativă a gamei de produse și servicii clienți, Creștere Productivitate pe angajat și mp vanzare
- Orientarea către client și creșterea calității și a retenției personalului din magazine și management.
- Continuitate în planul de dezvoltare și expansiune rețea de magazine Mambricolaj, explorare oportunități de M&A funcție de contextul actual de piață și resurse disponibile

Declarația Conducerii

Informațiile financiare la 30.09.2022 prezentate în prezentul raport trimestrial, T3, al anului 2022 sunt ne-auditate și sunt 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 trimestrial la T3 2022 transmis ASF a fost întocmit conform Regulamentului nr 5/Anexei 13 și reflecta informații complete despre societatea SC Mambricolaj SA la nivel de 9 luni ale anului financiar 2022.

Cristian GĂVAN

Președinte Consiliu de Administrație MAMBRICOLAJ SA

Data: 15.11.2022