

Prezentare Rezultate Financiare T1 2023 - Mai 2023 -



1. Context macroeconomic și piețe

2. Strategie și focus

3. Analiza rezultate | Optimizare marje și Creștere branduri proprii

4. Anexe detalii piețe și ESG

1. Context macroeconomic, piețe și tendințe



Context

- **Rata anuală a inflației de 14,5%** (Martie 2023 vs. Martie 2022) cf. INSSE, în trend descendent vs lunile anterioare. Este estimată de BNR să ajungă la 7% la finalul anului 2023.
- **Rata dobânzii de politică monetară 7,0%** (începând cu 11 ianuarie 2023) față de 2,50% în martie 2022.
- **Piața de distribuție FMCG și HoReCa 18 miliarde lei** în 2021, top 5 jucători reprezentând 45% din piață.
- **Piața de retail FMCG** estimată să ajungă la 130 miliarde lei în 2022 (+3,2%).
- **Piața de retail HoReCa** estimată să ajungă la 19 miliarde lei în 2023 (+12%).



Tendențe

- **Inflația și creșterea canalelor Convenience și Supermarkets din retail, respectiv a canalului HoReCa** sunt principalele motoare pentru creșterea vânzărilor.
- **Tendința de scădere în volum**, determinată de creșterile repetate de prețuri.
- **Downtrading**, în special în formatele mari de magazine și discounteri, mai ales la produse nealimentare.
- **Coșul de cumpărături** - tendința de scădere a valorii și a numărului de produse.
- **Percepție consumatori:** trăim în recesiune sau urmează o recesiune, renunțare la cheltuieli ne-esențiale, căutare oferte/discount.

Surse: Euromonitor, KeysFin, Emis

2. Strategie și Focus - Strategia AQUILA pentru Creștere Profitabilă

Abordarea M&A

Criterii cheie pentru fuziuni și achiziții

- Obiective: Distribuitori de bunuri de larg consum și producători/deținători de mărci.
- Potențial de sinergie prin portofoliu de produse și model operațional.
- Întotdeauna participare majoritară inițial, cu opțiuni de cumpărare în 3-5 ani pentru tichete de peste 50 de milioane EUR.

Creșterea mărcilor proprii

Pași cheie

- Creșterea susținută a vânzărilor (+46% în T1 2023 vs. T1 2022).
- Lansarea de produse noi (6 produse în 2023).
- Focus pe HoReCA (+31% în T1 2023)
- Creșterea prezenței în retail.

Optimizarea marjelor

Acțiuni cheie

- Vânzarea încrucișată a produselor noastre pe canale și clienți.
- Concentrarea pe segmentul produselor congelate, atât în ceea ce privește distribuția, cât și logistica.
- Creșterea prezenței în canalele cu marje mai mari (HoReCa, benzinarii).

Strategia ESG

Direcțiile strategice 2022-2026

- Mediu și schimbări climatice.
- Capitalul uman și comunitățile.
- Etică și guvernanță.

M&A Status negocieri

	Target ²	Activitate	Venituri ¹	EBITDA ¹	Stadiu negocieri
01	Target 1	Producție	EUR 35 m.	EUR 9 m.	Negociere preț
02	Target 2	Distribuție	EUR 95 m.	EUR 3 m.	Prospectare
03	Target 3	Distribuție	EUR 34 m.	EUR 2 m.	DD
04	Target 4	Producție	EUR 10 m.	EUR 1 m.	NBO
05	Target 5	Distribuție	EUR 7,5 m.	N/A	Prospectare

¹ Sursa: EMIS; * FY 2021 (RAS individual); ² Target în ordine descendentă a valorii EBITDA

Optimizarea marjelor

01

Portofoliu de produse

Optimizarea portofoliului actual, concentrându-ne pe produsele cu marje mai mari, inclusiv pe mărcile proprii.

Creșterea numărului de SKU-uri, în principal pe clienții existenți (172 produse noi până în martie 2023).

Concentrarea asupra portofoliului de produse congelate (creștere de 46% pe brandurile proprii în T1 2023).

02

Concentrarea pe canalele cu marje ridicate

Creșterea gradului de penetrare a canalului de Conveniență (+23% în T1 2023 pe benzinării și travel retail).

Creșterea pe canalul HoReCa (+31% în T1 2023) și Gastro în retailul modern, în special prin portofoliul de produse congelate și ready meals, iar în perspectivă prin adăugarea de noi tipuri de produse.

03

Digitalizare

Implementarea noului ERP este în grafic, cu un termen țintă de 2 ani și va oferi un control intern mai strict, o capacitate de raportare crescută, precum și integrări îmbunătățite cu software extern (WMS, TMS).

Extinderea soluțiilor de automatizare în distribuție și logistică în următorii 3 ani pentru a crește productivitatea, cu un impact clar pe marja de profit. Soluția pick by light extinsă cu 1.500 locații paleți în T1 2023.

Dezvoltarea platformei B2B (lansată în anul 2023) în următorii 3 ani pentru a reduce timpul de comandă și a crește productivitatea agenților.

Strategia de Sustenabilitate 2022 -2026

Priorități

Priorități Resurse Umane

- Localizarea și atragerea de resurse umane, cu accent pe egalitatea de șanse și creșterea diversității.
- Digitalizare

Alte Priorități ESG

- Planul de decarbonare 2022-2026 cu țintă -10% emisii de gaze cu efect de seră în perioada strategică, având ca referință anul 2021.
- Aducerea treptată a flotei la standard Euro 6 și înlocuirea mașinilor echipate cu motoare pe benzină și motorină cu mașini echipate cu motoare cu propulsie alternativă, pe GPL sau Hybrid.

Tendențe și Acțiuni

Tendența - deficit al forței de muncă în România cauzat de declinul demografic, de soldul negativ al migrației internaționale și de procesul de îmbătrânire demografică.

Acțiuni și efecte

- Acțiuni pentru retenția salariaților (previziunea ratei fluctuației pentru anul 2023 este în scădere cu 4,64 puncte procentuale față de rata fluctuației înregistrate în 2022).
- Menținerea și creșterea treptată a forței de muncă angajate din țări non UE (la T1 2023 avem un număr de 77 salariați care provin din zona non UE).
- Creșterea numărului de femei angajate (39,51% femei în T1 2023 față de 39,18% în 2022).

3. Analiză rezultate - Indicatori cheie de performanță în T1 2023

Venituri 562 m. RON	EBITDA 40 m. RON	Profit Net 27 m. RON
Creșterea Cifrei de Afaceri (an/ an) +20%	Creșterea EBITDA (an/an) +48%	Creșterea Profitului Net (an/an) +122%
Marja Brută +1,4 pp	Marja EBITDA +1,4 pp	Marja Profit Net +2,1 pp
Venituri Distribuție 525 m. RON	Venituri Logistică 21 m. RON	Venituri Transport 17 m. RON

Rezultate Financiare în T1 2023

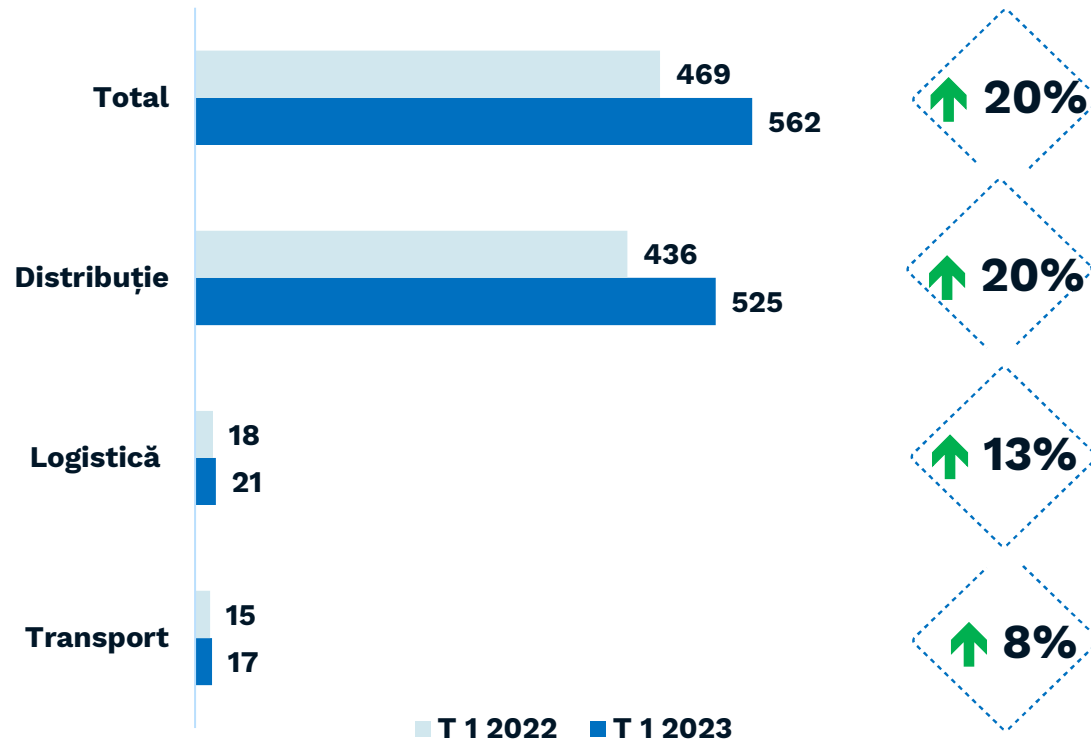
T1 2023 vs. T1 2022

- Creșterea veniturilor cu aproximativ 20% față de aceeași perioadă a anului 2022 susținută în principal de segmentul de afaceri distribuție.
- Avans cu 48% a EBITDA vs. T1 2022, până la 40,46 m. RON.
- Marja brută din vânzarea mărfurilor a crescut cu aproximativ 26 m. RON, cu o creștere a marjei de 1,4 pp influențată de mixul de produse vândute și focusul pe canale de creștere.
- Profitul net s-a dublat susținut de creșterea organică din segmentul distribuție.

m. RON	T1. 2023	T1. 2022	Variație
Venituri	561,97	469,29	20%
Costul bunurilor vândute	(407,86)	(344,52)	18%
Marja Brută	116,74	91,03	28%
EBITDA	40,46	27,30	48%
Rezultat financiar net	3,36	0,36	829%
Profit înainte de impozitare	31,36	15,06	108%
Cheltuiala cu impozitul pe profit	(4,80)	(3,09)	55%
Profitul exercițiului financiar	26,56	11,97	122%

Rezultate Segmente de Afaceri în T1 2023

Venituri din vânzări, m. RON



DISTRIBUȚIE

Creșterea veniturilor din distribuție cu 20% în T1 2023 vs. T1 2022 se datorează în principal creșterii organice și a focusului pe canalele de creștere.

LOGISTICĂ

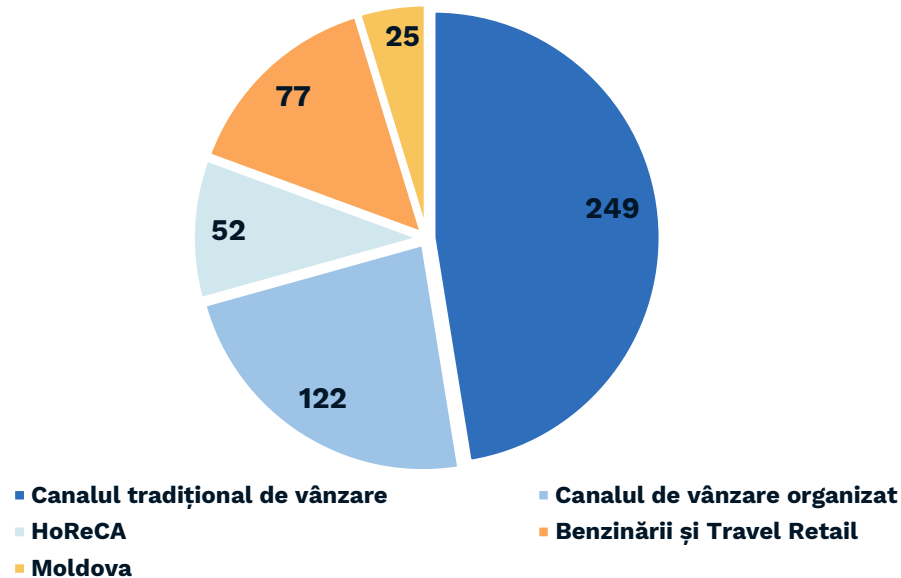
Veniturile din segmentul logistică au crescut ca urmare a indexării tarifelor.

TRANSPORT

Veniturile din servicii de transport au crescut cu 8% în urma majorării de tarife.

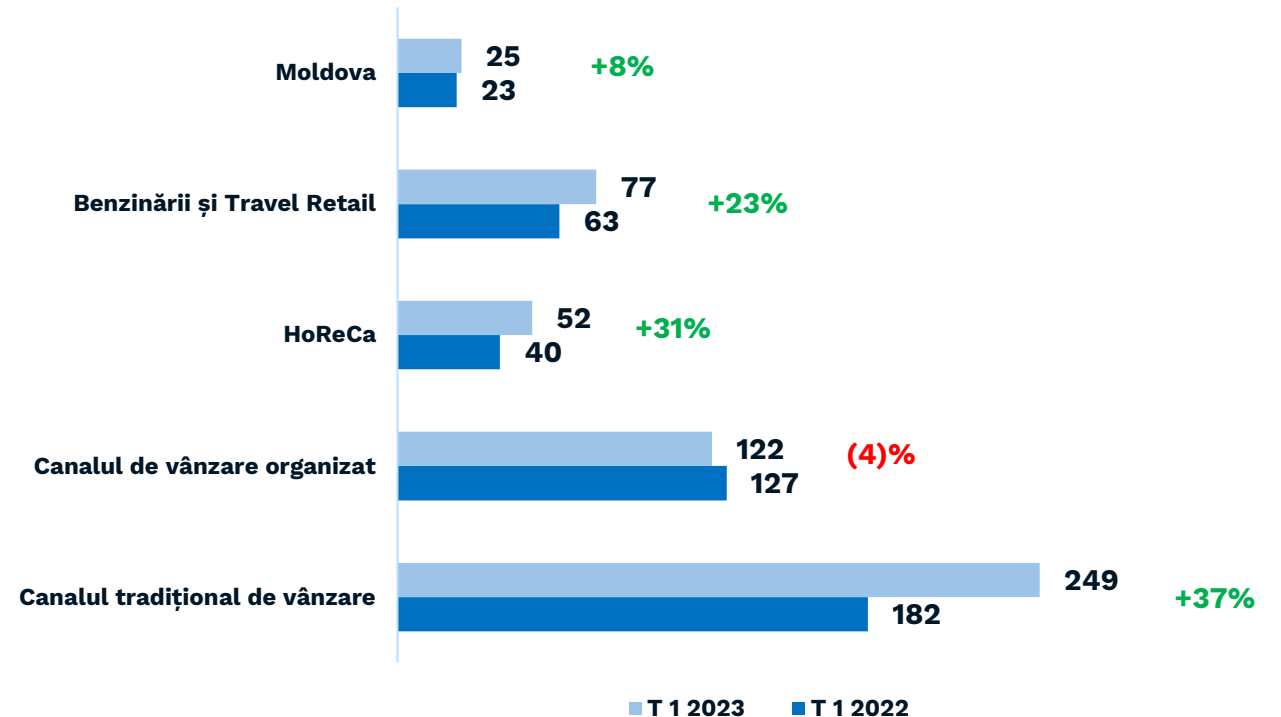
Rezultate Segmente de Afaceri în T1 2023

Venituri în funcție de canal T1 2023, m. RON



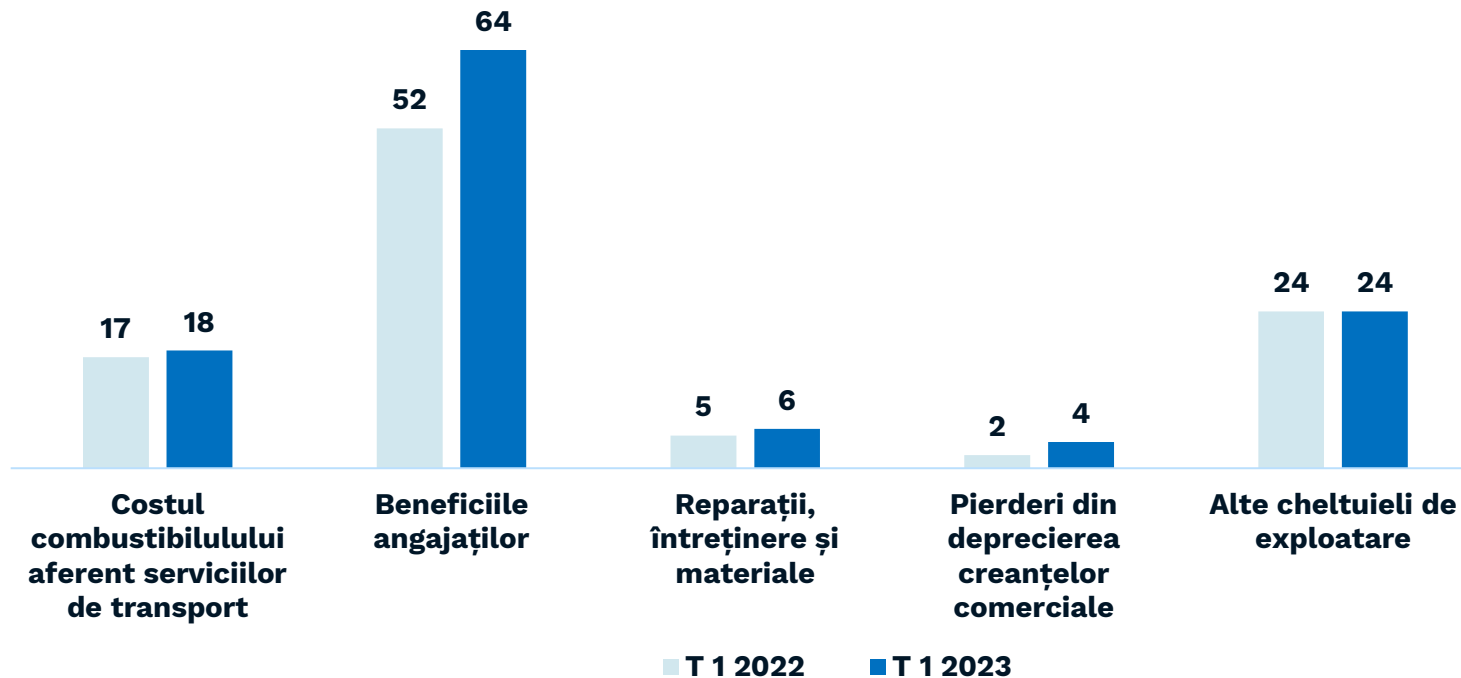
Total: 524

Venituri pe canale T1 2022 vs. T1 2023, m. RON, %



Situația costurilor în T1 2023

Cheltuieli operaționale și D&A, m. RON

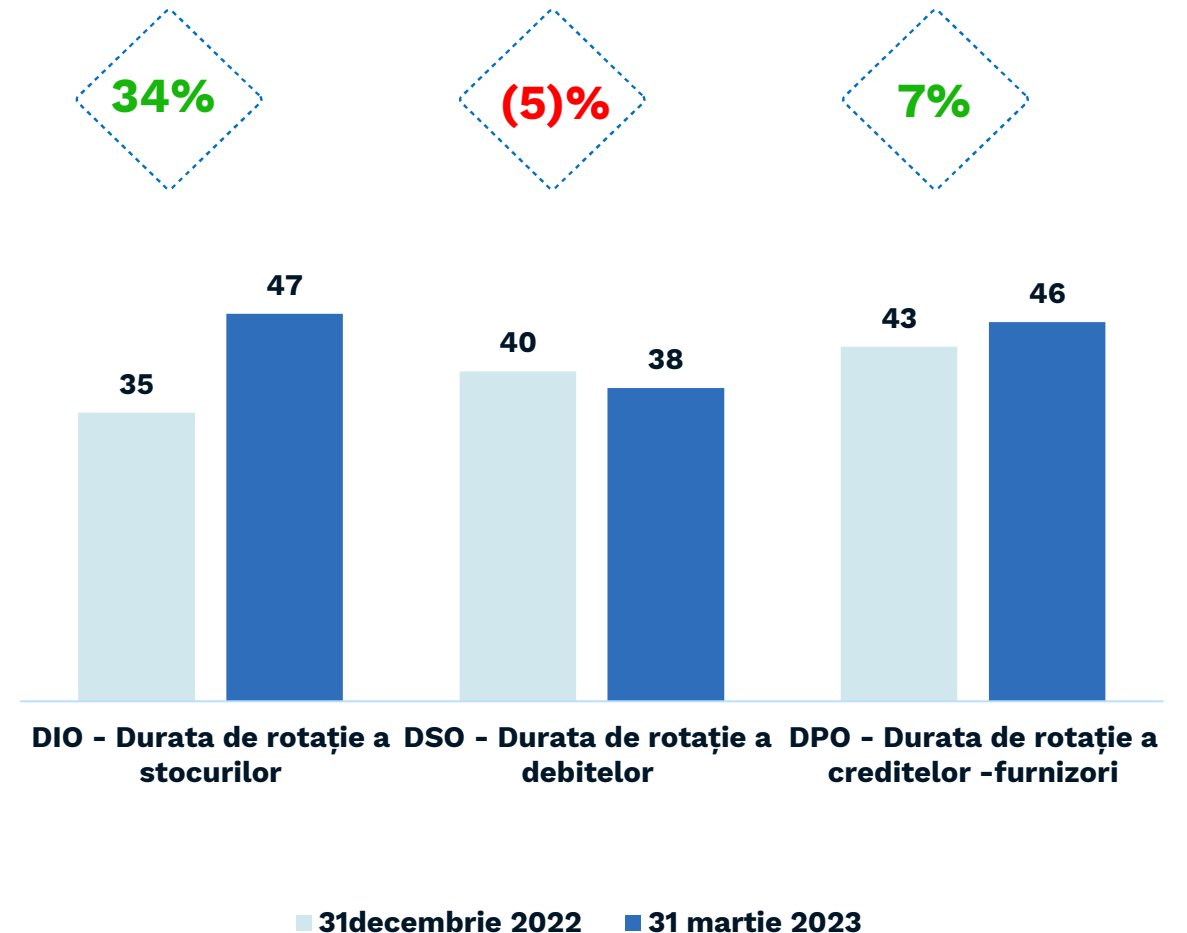


T1 2023 vs. T1 2022

- Cheltuielile operaționale înaintea amortizării au crescut cu 17 m. RON.
- Cele mai mari creșteri au fost determinate de creșterea cheltuielilor cu beneficiile angajaților cu 12 m. RON (creșterea salarială este datorată în principal creșterii costului mediu cu angajații).

Evoluție Indicatori de Lichiditate

- Durata de rotație a stocurilor (DIO) a crescut în principal datorită sezonității (pregătire stocuri sărbători și sezon HoReCa).
- Durata de rotație a debitelor (DSO) a înregistrat o scădere ca urmare a diminuării expunerii pe canalul retail organizat.
- Durata de rotație a creditelor – furnizori (DPO) a înregistrat o creștere pe fondul creșterii achizițiilor cu termen de plată.



Principalele Elemente ale Bilanțului

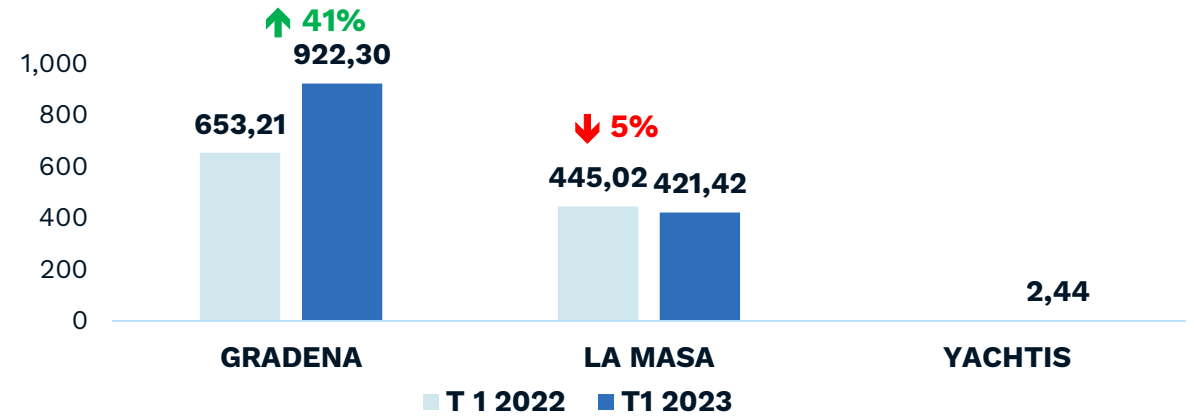
- Activele imobilizate au scăzut ușor ca urmare a amortizării, investiții noi vor fi în restul anului.
- Activele curente au crescut cu 9% (cu aprox. 54 m. RON) în principal datorită creșterii stocurilor.
- Capitalurile proprii au crescut cu 26 m. RON profitul pentru T1 2023.

RON	31-Mar-2023	31-Dec-2022	Variație
Active imobilizate	233.243.588	234.879.109	(1)%
Active corporale și necorporale	176.697.414	178.112.582	(1)%
Active curente	672.526.023	619.003.214	9%
Stocuri	211.664.220	158.430.373	34%
Creanțe comerciale	235.053.683	247.816.687	(5)%
Total Active	905.769.611	853.882.323	6%
Capitaluri proprii	510.683.257	483.821.517	6%
Datorii	395.086.354	370.060.806	7%
Total capitaluri proprii și datorii	905.769.611	853.882.323	6%

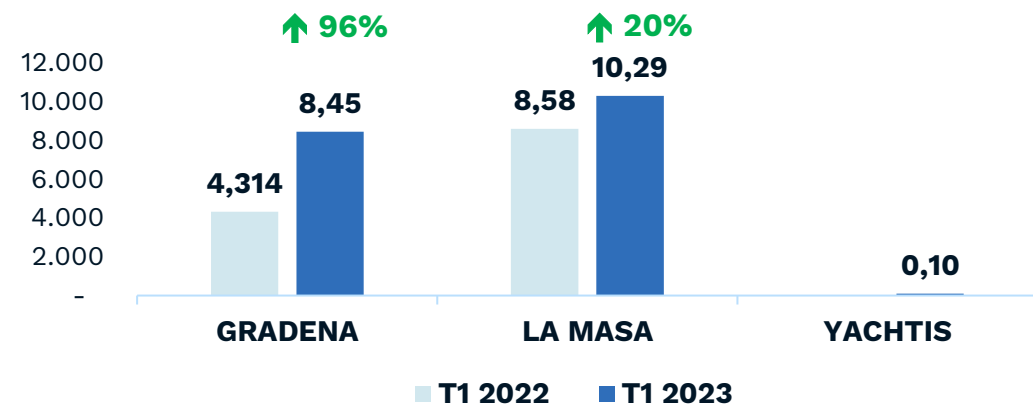
Evoluție Branduri Proprii – creștere semnificativă (+46%)

- Veniturile aferente brandurilor proprii, Gradena, La Masă și Yachtis, au avut un avans de 46% în T1 2023, până la 18,9 m. RON.
- Linia **La Masă**, brand ce în prezent cuprinde **14 tipuri de produse, este disponibilă în noi ambalaje special concepute**, gradual, din luna iulie 2022, iar produsele se găsesc și în Retail, începând cu trimestrul IV din 2022.
- Extinderea brandului **Gradena** cu produse noi în 2022, atât pentru HoReCa, cât și pentru Retail.
- Începând cu trimestrul trei 2022, **Gradena** a lansat inovații (4 articole de dipsuri congelate), care vin în întâmpinarea nevoilor consumatorilor și care acoperă ocazii noi de consum pentru **consolidarea strategiei de poziționare a brandului** pe mai multe segmente, cu o mai bună vizibilitate.

Mărcile proprii în funcție de volum T1 2022 vs. T1 2023 ('000 KG)



Mărcile proprii în funcție de valoare T1 2022 vs. T1 2023 (m. RON)

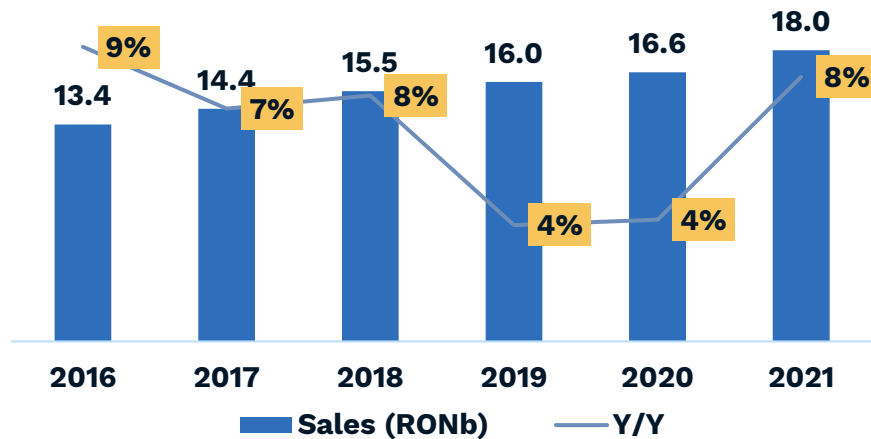




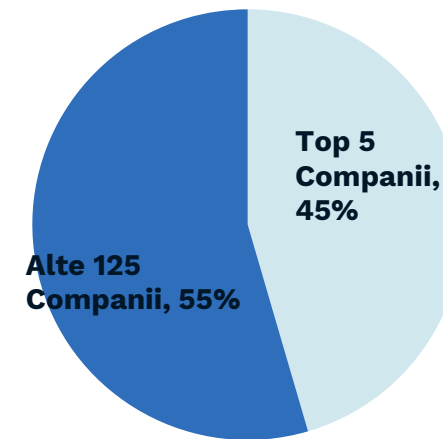
1. Context macroeconomic și piețe
2. Strategie și focus
3. Analiza rezultate | Optimizare marje și Creștere branduri proprii
- 4. Anexe detalii piețe și ESG**

Piața de distribuție FMCG și HORECA a crescut cu 34% în ultimii 5 ani, ajungând la 3,7b EUR/18b RON în 2021 (+8% an/an)

România: Piața de distribuție FMCG & HORECA

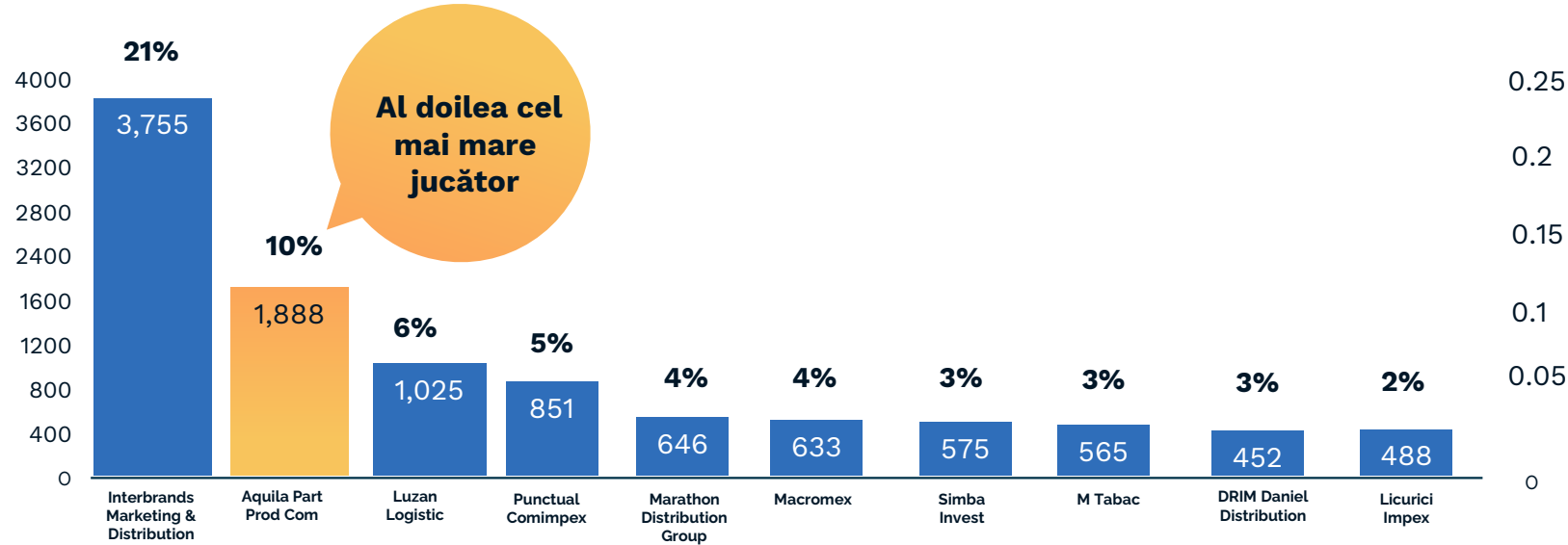


România: Concentrarea pieței de distribuție FMCG & HORECA¹



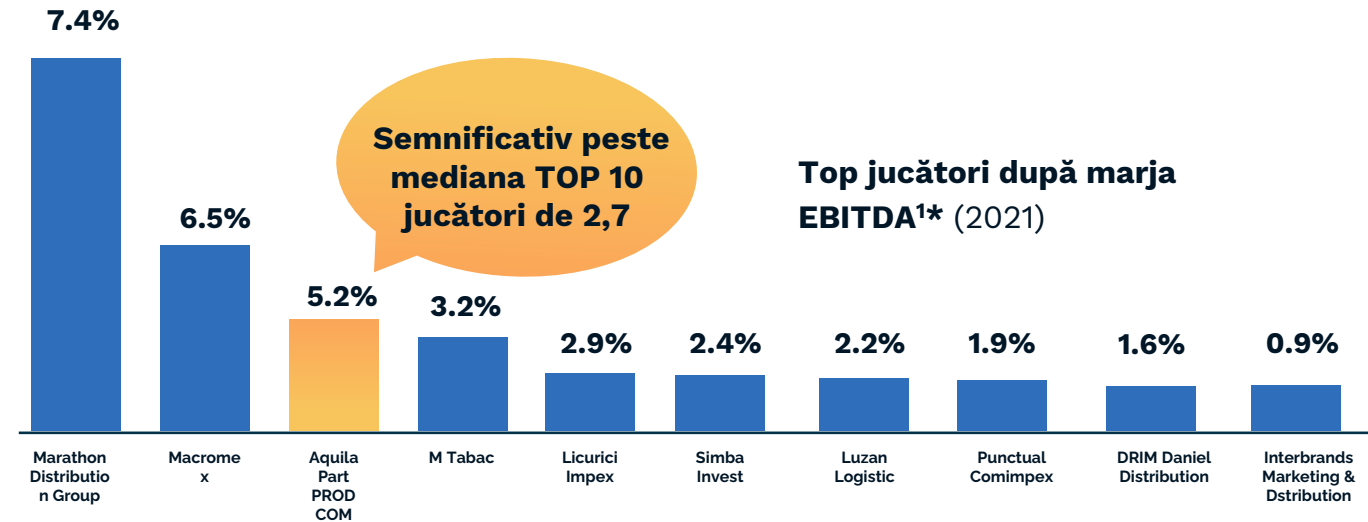
¹ Sursă: KeysFin; EMIS

Piața de distribuție FMCG și HORECA | Jucătorii de Top



Jucători de top după cota de piață 1* (2021)

Bine poziționată pentru a capta oportunitățile de creștere atât organic, cât și prin achiziții, într-o piață de distribuție fragmentată, unde primii 5 jucători, din 130 de companii în total, au o pondere de 45% în vânzări.



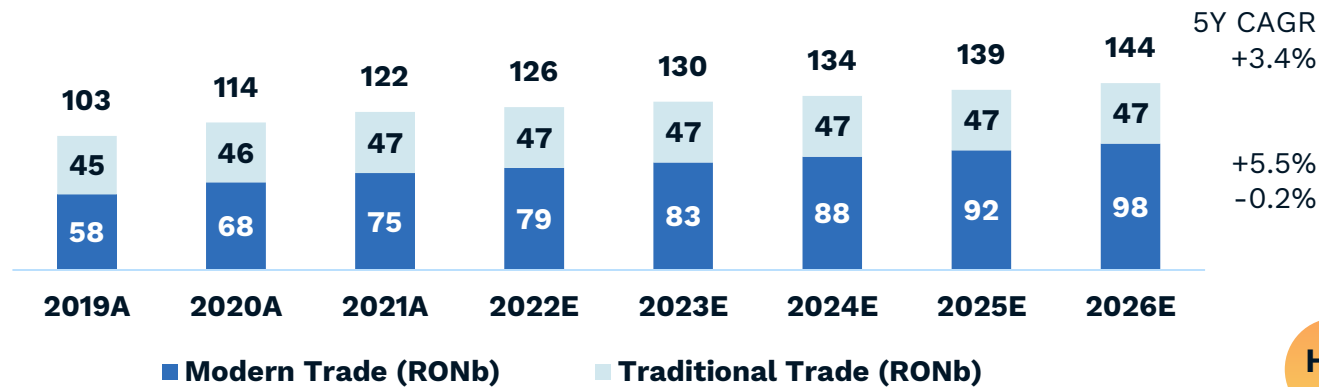
Top jucători după marja EBITDA^{1*} (2021)

¹ Sursă: KeysFin; EMIS; * RAS individual

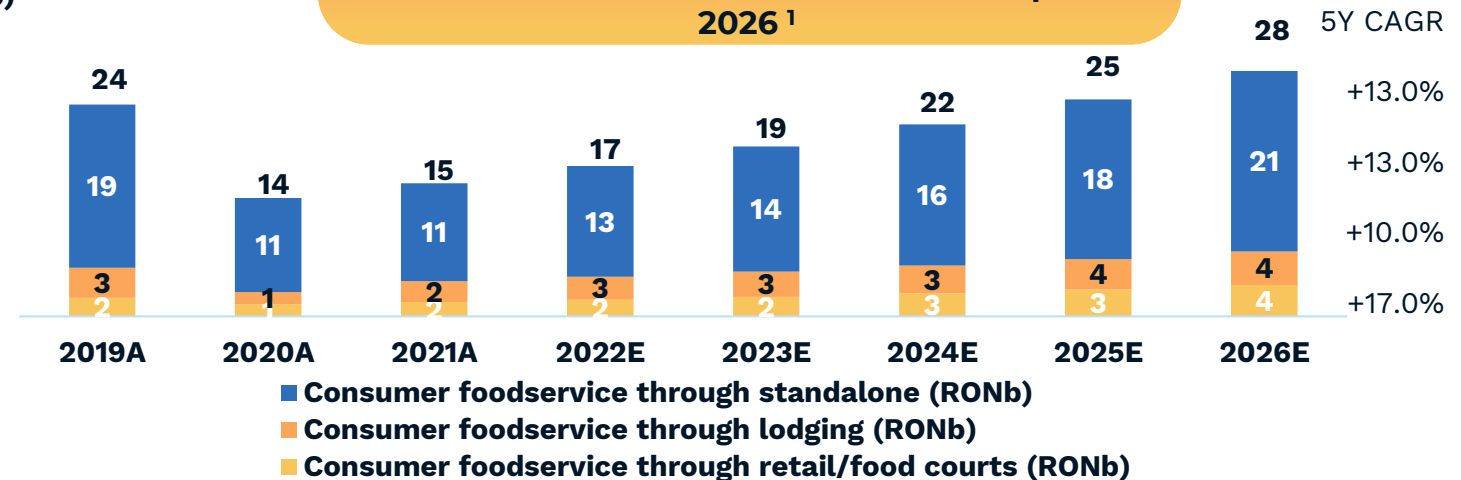
Expunerea la o piață cu adresabilitate mare | Piețele

FMCG și HoReCa se așteaptă să crească în următorii 5 ani cu o rată medie cumulată de 5%

Comerțul modern și tradițional va avansa la 5 ani CAGR de +5,5% și respectiv, -0,2% până în 2026 ¹



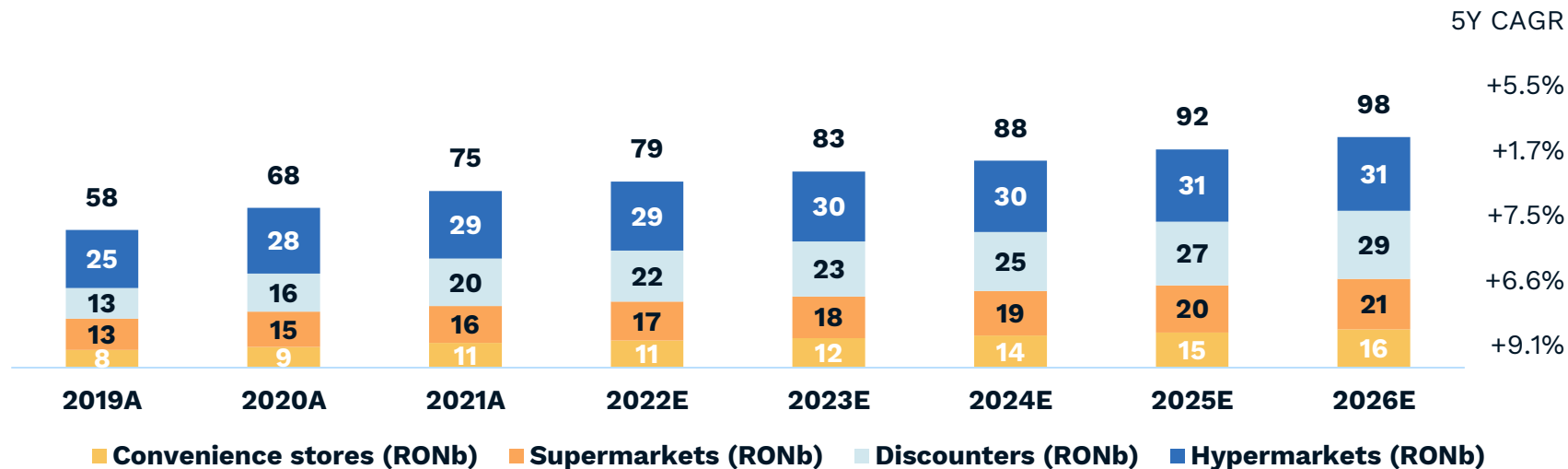
HoReCA va avansa la 5 ani CAGR de +13% până în 2026 ¹



¹ Sursă: Euromonitor Internațional

Magazinele de proximitate, discounterii și supermarket-urile se așteaptă să performeze cel mai bine în cadrul comerțului modern

Comerțul modern pe segmente ¹



¹ Sursă: Euromonitor Internațional

Strategia de Sustenabilitate 2022 -2026

Credem în dezvoltarea durabila a afacerii noastre și ne dorim să fim un exemplu în ceea ce privește responsabilitatea socială și de mediu.

Strategia de Sustenabilitate 2022-2026, cu an de referință 2021 a fost aprobată și publicată la începutul anului 2022.

Am început implementarea strategiei pe următoarele direcții:



Plan de Decarbonare 2022-2026, ce cuprinde scenarii și proiecte pentru reducerea impactului asupra mediului, analiza riscurilor și oportunităților asociate, va fi gata în prima parte a anului 2023.

Acțiuni întreprinse:

- Determinarea amprentei de carbon, Scope 1&2. A fost de asemenea finalizată determinarea amprentei de carbon Scope 3, în concordanță cu cerințele GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard.
- Analiza consumului de apă și a stresului hidric, prin metodologia World Resource Institute Aqueduct.
- Raportare CDP: Schimbări Climatice și Securitatea Apei.

Strategia ESG - Mediu

ESG Focus

Emisii de gaze cu efect de sera GHG 2021:

- Scope 1: 19471,42 eqtCO2
- Scope 2 market based: 2390,28 eqtCO2
- Scope 2 location based: 2279,11 eqtCO2
- Scope 3 deșeuri și business travel: 9966.4 eqt CO2e

53% din energia electrică consumată provine din surse regenerabile.

În 2022 am investit 220,000 euro în prima centrală fotovoltaică, 560 panouri, cu o capacitate combinată de 230 Kw.

89,7% din consumul total de apă vine din rețeaua publică și este potabilă, 10,3% provine din puțuri forate și respectă legislația în vigoare.

Am implementat **Programul de prevenire și reducere a cantității de deșeuri** generate în conformitate cu cerințele legale, precum și colectarea selectivă în spațiile de lucru.

70% din flota auto este norma Euro 6.



ESG Objective

Ținta noastră principală: -10% emisii de gaze cu efect de seră în perioada strategică, având ca referințianul 2021

Alături de acțiunile din Planul de Decarbonare vom continua și proiectele demararate în ultimii doi ani:

Aducerea treptată a flotei la standard Euro 6 și înlocuirea mașinilor echipate cu motoare pe benzină și motorină cu mașini echipate cu motoare cu propulsie alternativă, pe GPL sau Hybrid. În perioada 2021-2022 au fost achiziționate peste 65 de autovehicule echipate cu propulsive GPL sau Hybrid.

În anul 2023 previzionăm achiziționarea a peste 80 de autovehicule cu propulsive GPL sau Hybrid. În cursul aceluiași an vom achiziționa peste 100 de autovehicule echipate cu motoare Euro 6.

Investiții în:

- Soluții logistice complexe, cu sisteme de automatizare și tehnică modernă de pregătire a comenzilor;
- Roll containere;
- Extinderea automatizărilor Pick by Light și implementarea Pick by Voice;
- Rafturi mobile în depozitele de congelate;
- Sisteme ERP, TMS;
- Digitalizarea sistemelor operationale;
- Infoliatoare semiautomate;
- Iluminat tip LED;
- Echipamente cu baterii Li-Ion, inclusiv pe depozitele cold store.

Reducerea cantității de hârtie utilizată prin digitalizare, concomitent cu extinderea utilizării hârtiei reciclate.

Introducerea principiilor de sustenabilitate în procesul de achiziții.

Strategia ESG - Social

ESG Focus

Siguranța și sănătatea la locul de muncă

- Am menținut aprox. 3000 de locuri de muncă respectând legislația specifică, plata taxelor și a impozitelor.
- Locuri de munca sigure și recompensate corect, instruire periodică specifică, instrucțiuni și echipament individual de protecție (EIP).
- Menținere număr redus accidente de muncă în anul 2022 raportat la 2021.

Instruire, dezvoltare și reziliența afacerii

- Instruiri și programe de dezvoltare > +4000 ore.
- Programele interne de management pregătesc 65 de lideri pentru piața în schimbare rapidă.
- Parteneriat cu Universitatea Petrol și Gaze Ploiești pentru stagii de practică și burse.
- Creșterea numărului de femei angajate (39,51 % femei în T1 2023 față de 39,18% în 2022).
- Beneficiile extrasalariale și abonament medical clinica private.
- Contribuție directă de peste 17 milioane de lei pe an la CNAS.

Comunități

- Donații și sponsorizări în parteneriat cu Primăria Municipiului Ploiești și Fundația Comunitară Prahova.
- Voluntariat și donație > Habitat for Humanity > construirea de case pentru familii defavorizate.



ESG Obiective

În următorii 5 ani ne vom concentra eforturile pe:

Siguranța și sănătatea la locul de muncă

- Ghid intern de „Practici de lucru sigure” pentru angajați și subcontractori;
- Evaluarea riscurilor pentru toate funcțiile și dezvoltarea metodelor de control al acestora;
- Implementarea unui sistem integrat de management al sănătății, siguranței și mediului social (HS-ESMS).

Instruire, dezvoltare și reziliența afacerii

- Sistem de management al performanței care să conțină și elemente de sustenabilitate în curs de implementare;
- Creșterea numărului de participanți la cursurile de pregătire interne, diversificarea ofertei de training și a metodelor de învățare;
- Programe de pregătire continuă a liderilor;

Comunități

- Continuarea acțiunilor de donații și sponsorizări;
- Program de voluntariat pentru angajații AQUILA în sprijinul comunității locale-realizat;

Strategia ESG - Guvernare

ESG Focus

Cultura corporativă AQUILA promovează:

- Integritatea
- Buna guvernare corporativă
- Cele mai înalte standarde etice bazate pe transparență, corectitudine și echitate

Codul de etică și conduită în afaceri al companiei cuprinde:

- Valorile organizației și principiile aplicabile pentru menținerea unui mediu de lucru echitabil.
- Prevederi referitoare la respectarea cerințelor de:
 - Sănătate și siguranță la locul de muncă
 - Diversitate și angajare nediscriminatorie
 - Conflict de interese, mită, corupție, discriminare
 - Protecția mediului
 - Comunicare /reclamații;

Consiliul de Administrație este format din 5 membri, din care 3 independenți, non executivi.

Componența comitetelor de conducere:

- CA: 80% bărbați și 20% femei
- Comitetul de Audit: 50% bărbați și 50% femei
- Comitetul de Nominalizare și Remunerare: 50% bărbați și 50% femei.



ESG Obiective

Eforturile AQUILA pentru următorii 5 ani se vor concentra pe întărirea politicilor interne de guvernare corporativă, cu focus în următorul an pe:

- Elaborarea unui protocol de Securitate cibernetică și de confidențialitatea datelor
- Elaborarea unei Politici de diversitate
- Elaborarea unei Declarații de sclavie modernă
- Politica de remunerare
- Codul de siguranță rutieră
- Codul de conduită pentru furnizori
- Procedurile de reclamație – în curs de realizare

AQUILA Relația cu Investitorii

Jean Dumitrescu – Director Relații cu Investitorii

Tel: +40 723 331 942

E-mail: investor.relations@aquila.ro

Website: www.aquila.ro

