



AQUILA

Focus on Excellence

Prezentare Rezultate Financiare S1 2022

- *30 August 2022* -

AQUILA Astăzi

Repere ale companiei

Peste 1,600

Flotă de vehicule

67,000 puncte de
vânzare

Rețea care reprezintă 90%
din universul de retail

24

Facilități de depozitare în
Romania și Rep. Moldova

Peste 25 de ani

Parteneriate cu jucători de top
din cat. bunurilor de consum

Aspecte cheie

- Liderul de piață în domeniul soluțiilor integrate de distribuție și logistică din România
- Soluții complementare de logistică și transport pentru piețele din România și Republica Moldova pe întreaga gamă de temperaturi
- Parteneriate pe termen lung care asigură prezența în piață cu branduri puternice
 - Unilever (28 de ani)
 - Ferrero (23 de ani)
 - Mars (23 de ani)

Un grup consacrat, cu peste 28 de ani de experiență în ecosistemul de retail

AQUILA – Model de Afaceri Integrat

DISTRIBUȚIE

Comerț Tradițional **58,000**



Puncte de vânzare
47,000



Farmacii
2,000



Sub-distribuitori
5,000



En-grosiști
4,000

Comerț Organizat **4,500+**



Comerț Modern
2,500+



Benzinării
1,400+



Proximitate
400+

Food Service **5,000+**



HoReCa
5,000

LOGISTICĂ



Depozitare



Descărcare
și încărcare
marfă



Pregătire și
sortare marfă



Cross-Docking



Înaltă
securitate



Logistică
retur



Managementul
stocurilor



Managementul
paleților



Etichetare



Ambalare și
Co-ambalare

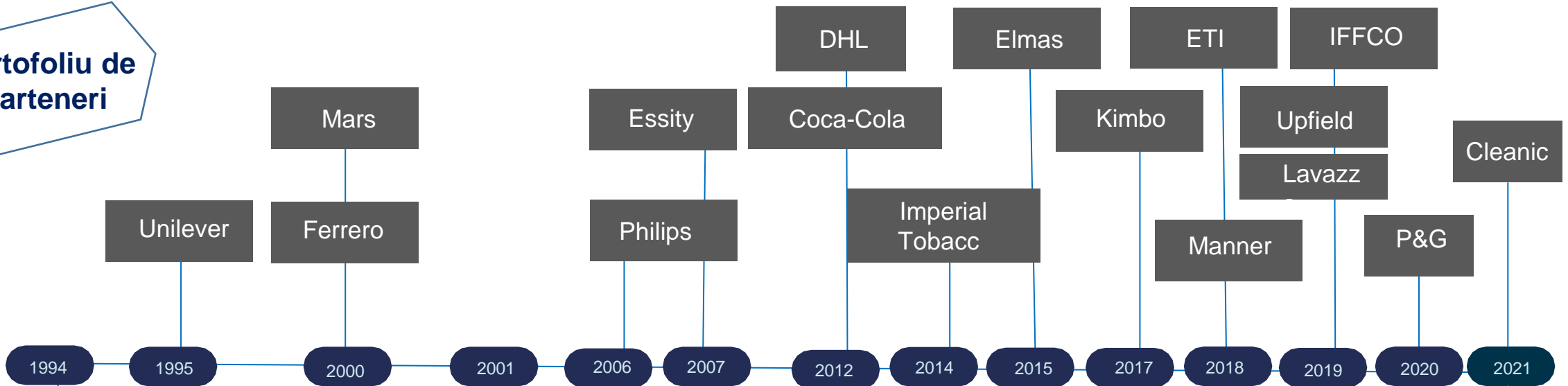
Realizăm servicii pentru toate cele 3 categorii de temperaturi: ambiental, refrigerat și congelat

TRANSPORT

Activitate complementară care ne permite întărirea legăturilor și o mai bună servire a furnizorilor noștri, cu focus pe aducerea mărfurilor de la fabricile din Europa în România.

28 Ani de Parteneriate de Încredere

Portofoliu de parteneri



Romania



Moldova

Dezvoltare operațională



Divizia Benzinării



Divizia Food Service



Parcul Logistic Dragomirești

Achiziția AGRIRO M

Trigor AVD

Partenerii AQUILA

Branduri pentru care distribuim produse



Companii cărora le distribuim produse



Produse de curățenie, îngrijire corporală, ciocolată și alte dulciuri, cafea, mancare pentru animale de companie, etc

Indicatori cheie de performanță S1 2022

Venituri RON 961 mil	EBITDA adj. RON 61 mil	Profit Net RON 32 mil
Creșterea cifrei de afaceri (an/an) 10%	Marja EBITDA 6,2%	ROIC*/ROIWC** 18%/38%
Venituri Distribuție RON 894 mil	Venituri Logistică RON 32 mil	Venituri Transport RON 33 mil

**Return on Invested Capital unde Capitalul investit = Total active - Numerar și echivalente - Datorii comerciale - Alte datorii curente care nu sunt purtătoare de dobândă*

*** Rentabilitatea capitalului circulant investit, unde capitalul circulant investit = active circulante, cu excepția numerarului și a echivalentelor de numerar - pasive circulante, cu excepția datoriilor și a leasingului.*

Indicatori de performanță care dovedesc eficiența strategiei noastre orientate spre profit

Rezultate Financiare S1 2022

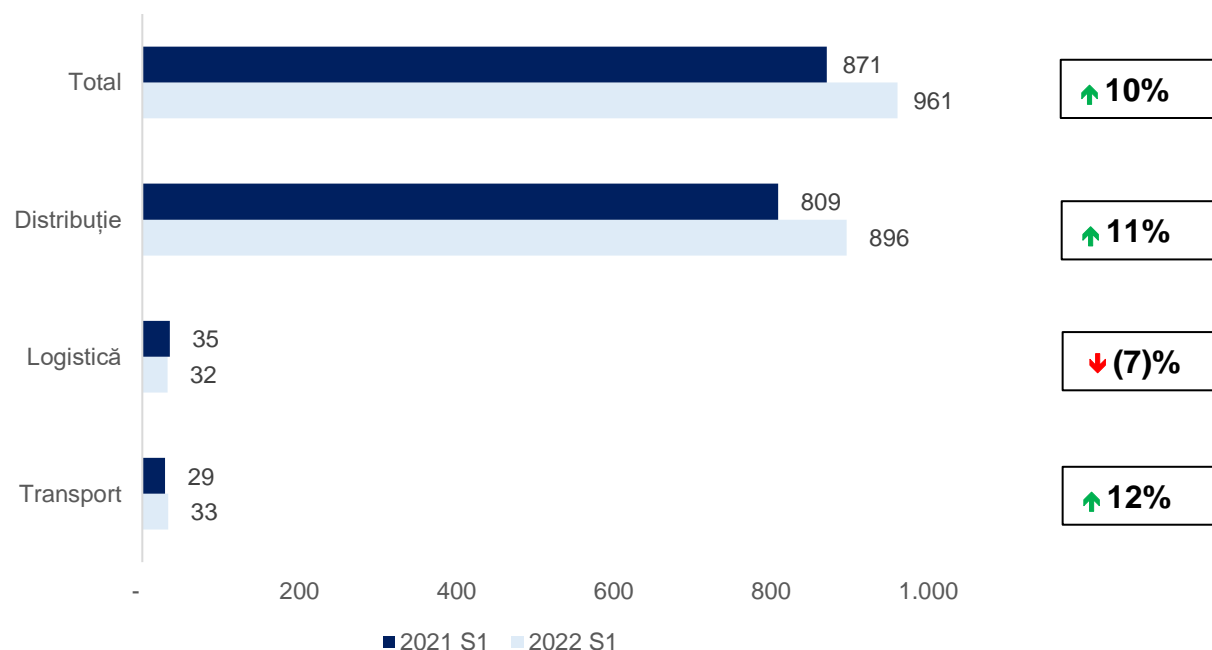
S1 2022 vs. S1 2021

- **Creșterea veniturilor cu 10%** susținută în principal de segmentul distribuție și de achiziția companiei Trigor AVD.
- **EBITDA a crescut cu 18%** versus S1 2021, până la 59 mil. RON.
- **Marja brută din vânzarea mărfurilor** a avansat cu 2,4pp, ajungând la 22%, influențată de mixul de produse vândute și focusul pe canale cu creștere.
- **Profitul Net** a crescut cu **74%** față de aceeași perioadă a anului trecut, până la **32 mil. RON**.

mil. RON	S1 2022	S1 2021	Variație
Venituri	961	871	10%
Costul bunurilor vândute	(699)	(650)	8%
Marja Brută	197	158	24%
EBITDA	59	50	18%
Rezultat financiar net	3	(5)	(152)%
Profit înainte de impozitare	37	21	73%
Cheltuiala cu impozitul pe profit	(5)	(3)	66%
Profitul exercițiului financiar	32	19	74%

Rezultate Segmente de Afaceri

Venituri din vânzări, mil. RON



DISTRIBUȚIE

Creșterea veniturilor cu 11% vs. S1 2021, susținută de creșterea organică, creșterea în HoReCa și GS cu 14%, cât și de achiziția companiei Trigor.

LOGISTICĂ

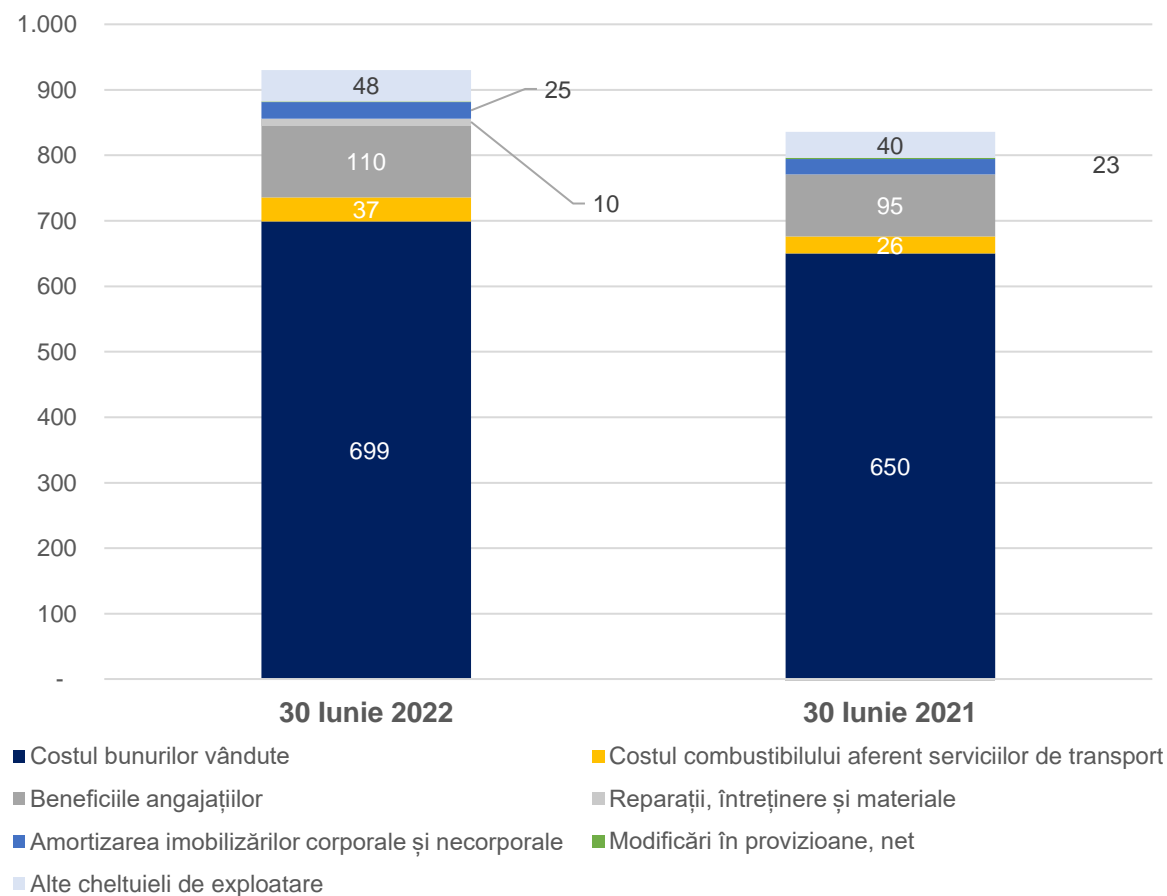
Scăderea veniturilor cu 7% vs. S1 2021 ca urmare a numărului redus de volume.

TRANSPORT

Creșterea veniturilor cu 12% în S1 2022 vs. S1 2021 datorită majorării tarifelor.

Situația Costurilor în S1 2022

Cheltuieli operaționale și D&A, mil. RON



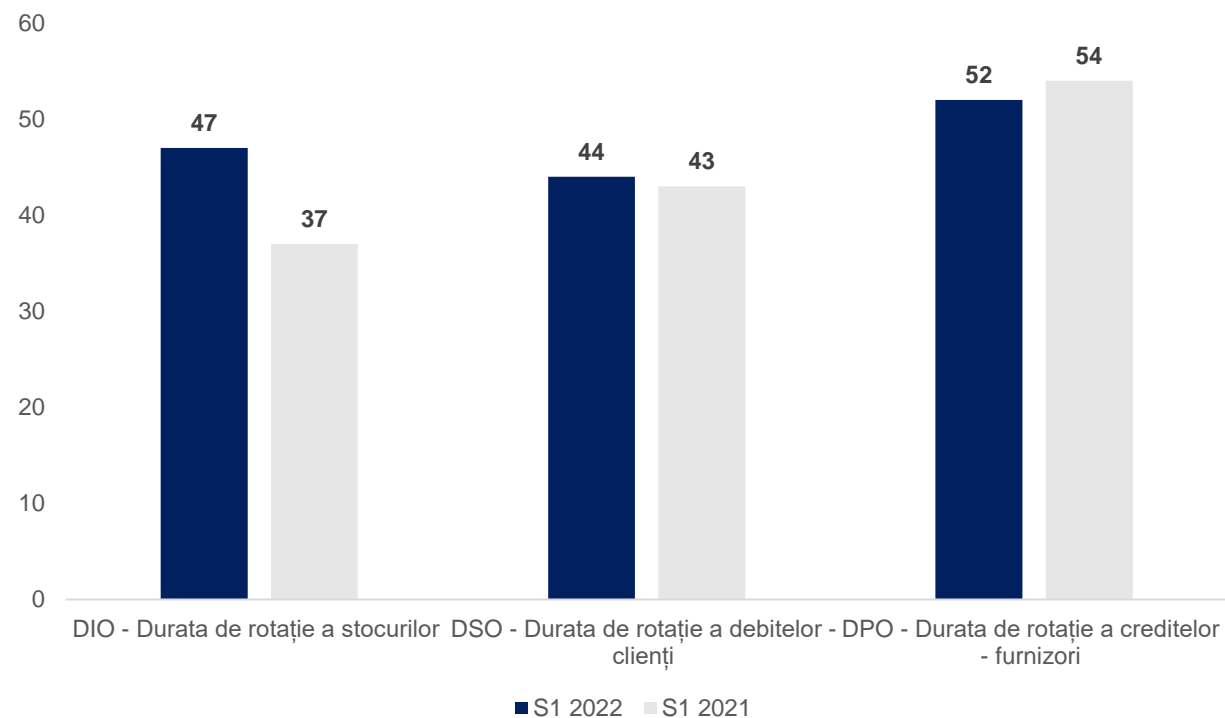
S1 2022 vs. S1 2021

Cheltuielile operaționale înaintea amortizării au crescut cu 34 mil. RON în principal determinate de:

- Creșterea costului combustibilului și a serviciilor de transport cu 11 mil. RON.
- Creșterea cheltuielilor cu beneficiile angajaților cu 15 mil. RON ca urmare a consolidării cu Trigor.

Indicatori de Lichiditate

- **Durata de rotație a stocurilor (DIO)** a crescut în principal datorită creșterilor de stocuri pentru startul sezonului de HoReCa, a securizării necesarului de stoc pentru celelalte linii de business și canale.
- **Durata de rotație a debitelor – clienți (DSO)** la un nivel similar vs. S1 2021
- **Durata de rotație a creditelor – furnizori (DPO)** s-a înregistrat o diminuare a numărului de zile, datorate în special plății mai rapide a facturilor de mărfuri pentru obținerea unor discounturi financiare și creșterea profitabilității.



Principalele Elemente ale Bilanțului

RON	30 Iun 2022	31 Dec 2021	Variație
Active imobilizate	180.834.856	194.192.599	(7%)
Active corporale și necorporale	109.108.423	118.377.273	(8%)
Active curente	594.807.861	637.036.868	(7%)
Stocuri	183.673.604	133.654.414	37%
Creanțe comerciale	233.109.186	220.942.310	6%
Total Active	775.642.717	831.229.467	(7%)
Capitaluri proprii	462.819.668	483.388.818	(4%)
Datorii	312.823.049	347.840.649	(10%)
Total capitaluri proprii și datorii	775.642.717	831.229.467	(7%)

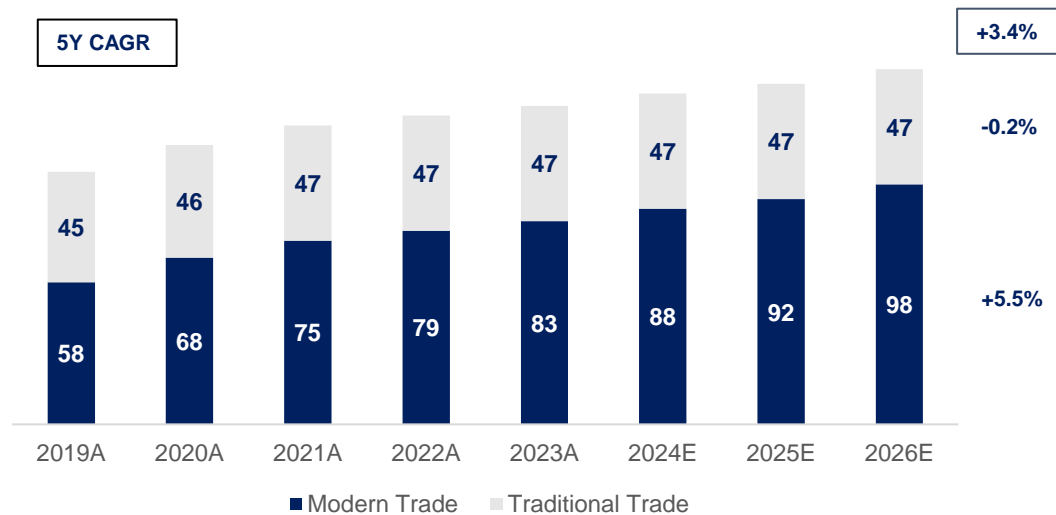
30 iunie 2022 vs. 31 decembrie 2021

- **Activele imobilizate au scăzut cu 7% (cu aprox. 14 mil. RON) pe fondul amortizării.**
- **Activele curente au scăzut cu 7% (cu aprox. 42 mil. RON) în principal datorită reducerii investițiilor pe termen scurt.**
- **Datoriile pe termen lung au scăzut cu 26%, de la 39 mil. RON la 29 mil. RON în special datorită rambursărilor aferente contractelor de leasing. Contractele de leasing se referă în special la mașini (autoturisme pentru forța de vânzări, dube și camioane pentru distribuție și servicii de transport, respectiv echipamente de depozitare).**
- **Datoriile pe termen scurt scăzut cu 8% în principal datorită reducerilor datoriilor comerciale.**

Perspective Piața din România

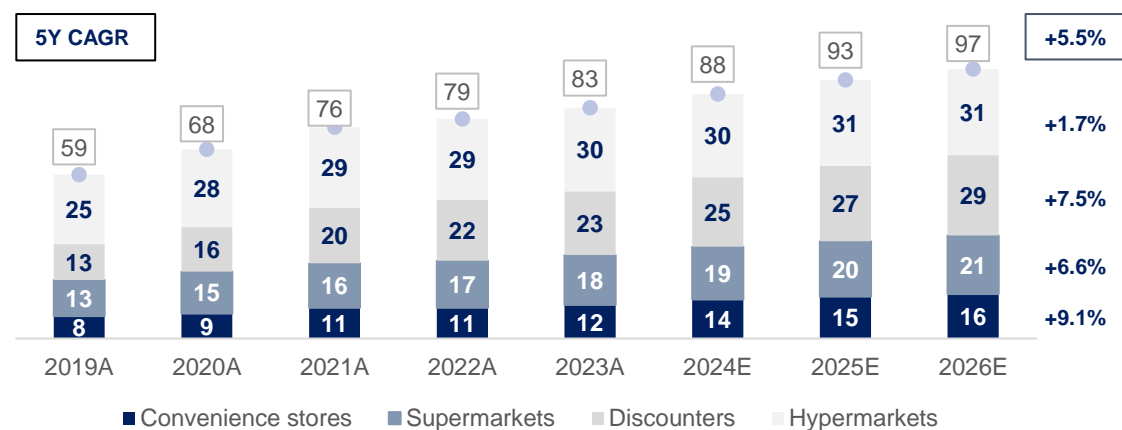
- Piața românească de bunuri de consum a ajuns la **24,8 mld. euro** în **2021** (+7% an/an),
- Se preconizează că va crește cu o rată medie anuală de **3%** până în **2026**, din care comerțul modern (+5% CAGR) și cel tradițional (-0,2% CAGR).

România – Piața FMCG, mld RON



Sursa: Euromonitor

România – Comerț Modern, mld RON



Sursa: Euromonitor

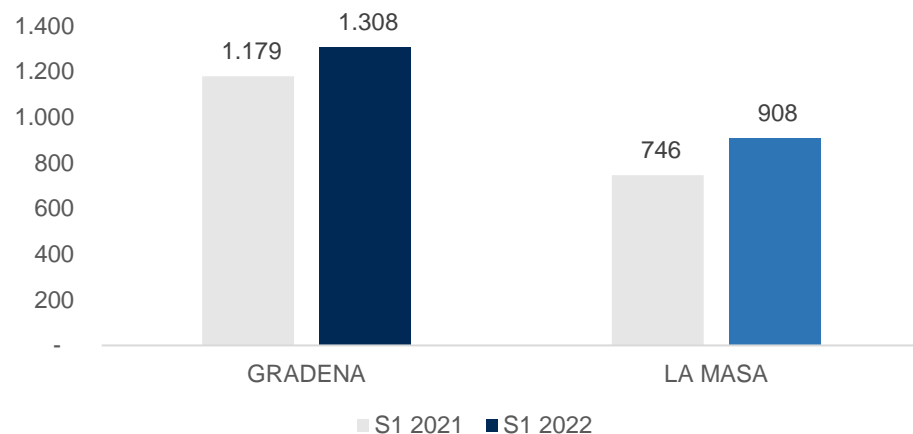
România – Comerț Tradițional, mld RON



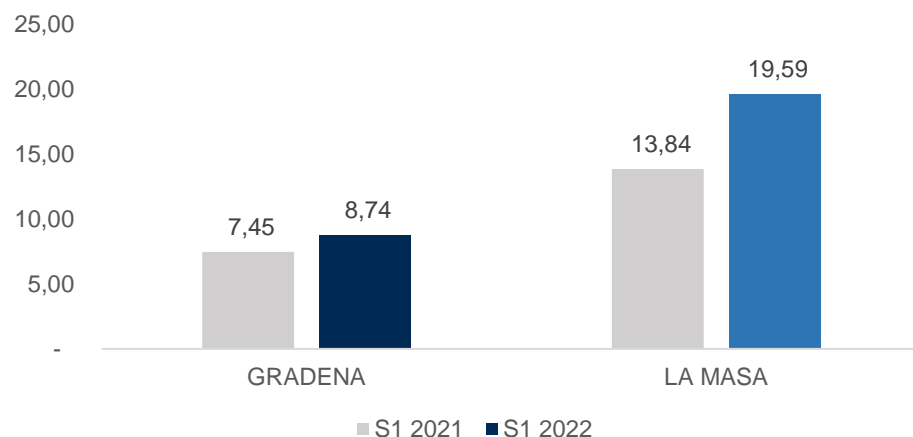
Sursa: Euromonitor

Evoluție branduri proprii

Mărcile proprii în funcție de volum S1 2022 vs. de S1 2021 ('000 KG)



Mărcile proprii în funcție de valoare S1 2022 vs. S1 2021 (mil. lei)



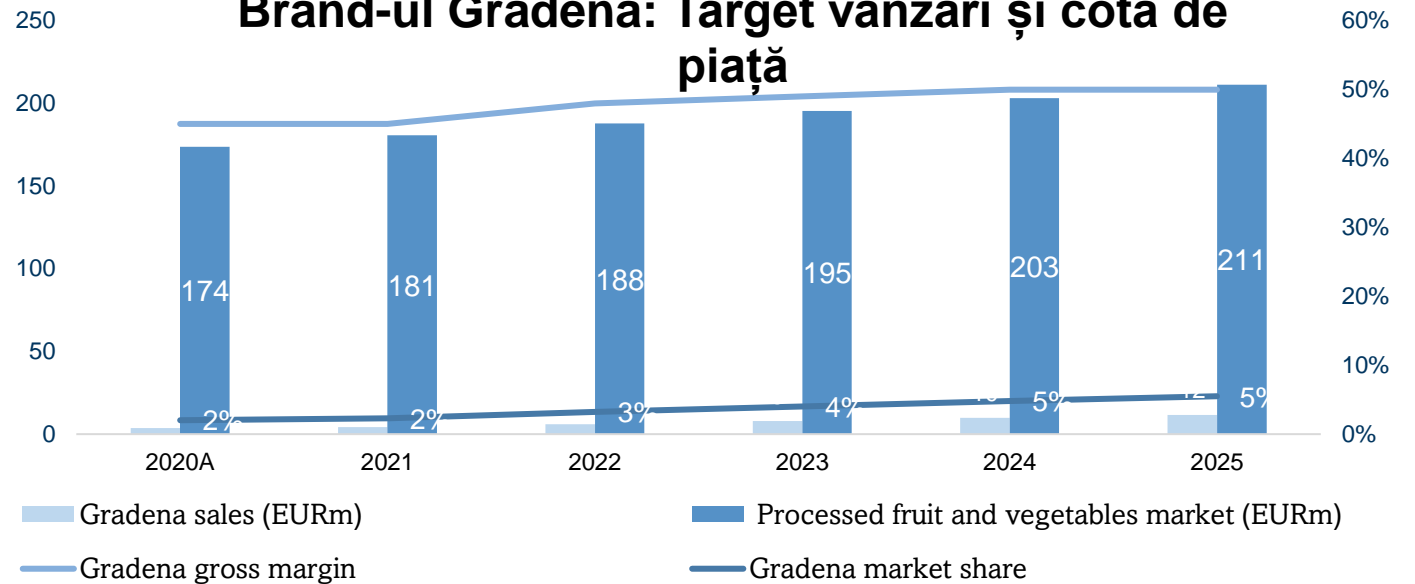
- Creștere de **33% a cifrei de afaceri** pe segmentul brandurilor proprii și de **15,11% în volum** în S1 2022 vs S1 2021.
- **Avans de 41,5%** al veniturilor generate de brand-ul La Masă în S1 2022 vs S1 2021 și **avans de 17,4%** al veniturilor generate de brand-ul Gradena în aceeași perioadă.
- Linia **LaMasă**, brand ce în prezent cuprinde **14 tipuri de produse**, este disponibilă în noi ambalaje special concepute, gradual, din luna iulie, iar produsele se vor găsi și în **Retail**, începând cu trimestrul IV al acestui an.
- Extinderea brandului **Gradena** cu **3 noi produse**: *Amestec Chinezesc*, *Amestec European* și *Amestec 4 Anotimpuri*.
- Începând cu trimestrul trei, **Gradena** va lansa inovații, 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.

Evoluție brand propriu Gradena

Obiectivele mărcilor proprii

- Angajamentul de a crește penetrarea mărcii propria Gradena pentru a atinge o cotă de piață de 5%.
- Planificarea dezvoltării în continuare a ofertei de produse.

Brand-ul Gradena: Target vânzări și cotă de piață



Strategie AQUILA pentru Creștere Profitabilă

Abordarea M&A

Criteria cheie pentru fuziuni și achiziții:

- Obiective: Distribuitori de bunuri de larg consum și producători de mărci
- Potențial de sinergie prin cifra de afaceri și/sau marja EBITDA
- Întotdeauna participare majoritară inițial, cu opțiune de cumpărare în 3-5 ani pentru spoturi de peste 50 de milioane EUR

Optimizarea marjelor

Acțiuni cheie:

- Vânzarea încrucișată a produselor noastre și exploatarea noii piețe de produse FMCG.
- Concentrarea pe segmentul produselor congelate, atât în ceea ce privește distribuția, cât și logistica
- Creșterea prezenței în canalele cu marje mai mari

Creșterea mărcilor proprii

Pași cheie:

- Creșterea susținută a volumelor
- Expunere mai mare la HORECA
- Ținta de 5% din cota de piață pentru brandul Gradena

Strategia ESG

Direcțiile strategice 2022-2026:

- Mediu și schimbări climatice
- Capitalul uman și comunitățile
- Etică și guvernare

Optimizarea marjelor

Portofoliu de produse

- Optimizarea portofoliului actual, concentrându-ne pe produsele cu marje mai mari, inclusiv pe mărcile proprii
- Creșterea numărului de SKU-uri
- Concentrarea asupra portofoliului de produse congelate
- Adăugarea de servicii suplimentare:
 - transport
 - logistică, cu accent pe logistica produselor congelate

Concentrarea pe canalele cu marje ridicate

- Creșterea gradului de penetrare a canalului de Conveniență
- Concentrarea pe canalul Gastro, profitând de capacitatea mărcilor proprii
- Extinderea expunerii la lanțurile de farmacii și de bricolaj

Digitalizare

- Implementarea noului ERP, cu un termen țintă de 2 ani, va oferi un control intern mai strict și o capacitate de raportare superioară, precum și integrare mai bună cu software specializat (WMS, TMS)
- Extinderea Pick by Light în logistică în următorii 3 ani pentru a crește productivitatea, precizia de picking, cu un impact clar pe marja de profit
- Dezvoltarea continuă a platformei B2B în următorii 3 ani pentru a reduce timpul de comandă și a crește productivitatea agenților.

Concluzii

- **Performanta curenta:** rezultate financiare foarte bune datorate cresterii veniturilor din distributie, inclusiv vanzarile de branduri proprii si a marjei brute, cu o crestere de 18% a EBITDA
- **Strategie:** Mentinerea focusului pe M&A, Optimizarea marjelor si Dezvoltarea brandurilor proprii



Contact Relația cu Investitorii:

Jean Dumitrescu – Director Relații cu
Investitorii

+40 723 331 943

investor.relations@aquila.ro

Website: www.aquila.ro