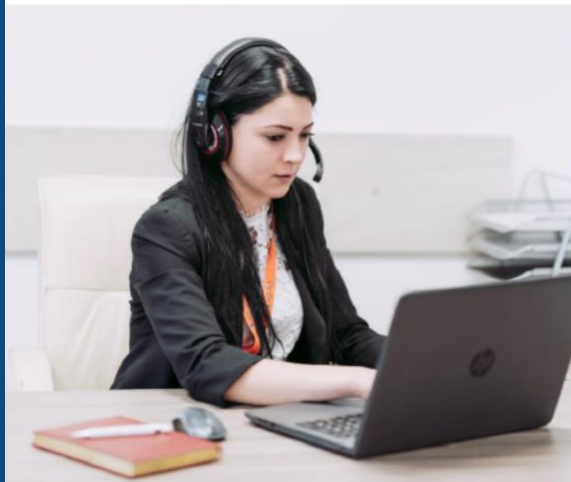
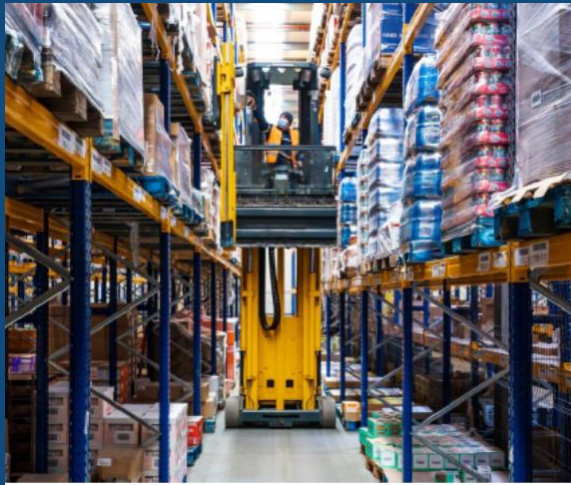


Prezentare  
Rezultate  
Financiare  
9 Iuni 2022  
Noiembrie 2022





# AQUILA

Focus on Excellence

- 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 inflației 13,1%** (Sept 2022 vs. Dec 2021) cf. INSSE
- **Rata dobânzii de politică monetară 6,75%** față de 5,5% în septembrie
- **Piața de distribuție FMCG și HoReCa 18 miliarde lei** în 2021, top 5 jucători reprezentând 45% din piață
- **Piața de retail FMCG 122 miliarde lei în 2021**, estimată să ajungă la 126 miliarde lei în 2022 (+3,3%)
- **Piața de retail HoReCa 15 miliarde lei în 2021**, estimată să ajungă la 17 miliarde lei în 2022 (+13%)
- **Comerțul modern** – peste 600 de noi magazine deschise în 2022

Surse:Euromonitor, KeysFin, Emis

## Tendențe

- **Inflația** este principalul motor pentru creșterea vânzărilor
- **Creșterea frecvenței de cumpărare**, coroborată și cu expansiunea comerțului modern în magazine de proximitate
- **Downtrading**, în special în formatele mari de magazine și discounteri, mai mult la produse nealimentare
- **Coșul de cumpărături** - tendința de scădere a valorii și a numărului de produse
- **Canale:** segmentele **Supermarkets și Convenience** cresc cel mai mult în cadrul canalului de comerț modern, respectiv canalul **HoReCa**
- Ritm de creștere mai mare al **zonei Rural și Urban Mic**

## 2. Strategie și Focus - Strategia 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 portofoliu de produse și model operational
- Întotdeauna participare majoritară inițial, cu opțiune de cumpărare în 3-5 ani pentru tichete de peste 50 de milioane EUR

### 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

### Creșterea mărcilor proprii

#### Pași cheie:

- Creșterea susținută a volumelor
- Lansarea de produse noi
- Focus pe HORECA
- Creșterea prezenței în retail

### Strategia ESG

#### Direcțiile strategice 2022-2026:

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

# M&A Status negocieri

Target <sup>2</sup>	Activitate	Venituri <sup>1</sup>	EBITDA <sup>1</sup>	Stadiu negocieri
Target 1	Producție	EUR 119m	EUR 19m	Abandonată
Target 2	Distribuție	EUR 61m	EUR 9m	Abandonată
<b>Target 3</b>	<b>Producție</b>	<b>EUR 35m</b>	<b>EUR 9m</b>	<b>Negociere preț</b>
Target 4	Producție	EUR 50m	EUR 8m	Prospectare
<b>Target 5</b>	<b>Producție</b>	<b>EUR 58m</b>	<b>EUR 5m</b>	<b>Negociere preț</b>
Target 6	Distribuție	EUR 53m	EUR 5m	Abandonată
Target 7	Producție	EUR 45m	EUR 5m	Abandonată
Target 8	Distribuție	EUR 27m	EUR 3m	Abandonată
<b>Target 9</b>	<b>Distribuție</b>	<b>EUR 34m</b>	<b>EUR 2m</b>	<b>Negociere preț</b>
Target 10	Producție	EUR 8m	EUR 2m	Abandonată
<b>Target 11</b>	<b>Producție</b>	<b>EUR 10m</b>	<b>EUR 1m</b>	<b>NBO</b>

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

# 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

## Concentrarea pe canalele cu marje ridicate

- Creșterea gradului de penetrare a canalului de Conveniență
- Creșterea pe canalul HoReCa, în special prin portofoliul de produse congelate și ready meals, iar în perspectiva prin adăugarea de noi tipuri de produse
- Concentrarea pe canalul Gastro în cadrul retailului modern, profitând de capacitatea mărcilor proprii

## 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
- Dezvoltarea continuă a platformei B2B în următorii 3 ani pentru a reduce timpul de comandă și a crește productivitatea agenților

# Strategia ESG – Priorități, Tendințe și Acțiuni

## Priorități

### Priorități Resurse Umane

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

### Alte Prioritati ESG

- Planul de decarbonare 2022-2026 cu țintă -10% emisii de gaze cu efect de seră în perioada strategică, având ca referință anul 2021.
- 100% flota pe norma EURO 6 până în 2024

## Tendințe și Acțiuni

**Tendința** - 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

- Creșterea forței de muncă angajate din țări non-UE (la 30.09.2022 procentul cetățenilor străini angajați a crescut cu 1,53% față de 30.09.2021)
  - Creșterea procentului de femei angajate în număr total angajați cu 2,3% vs. 30.09.2021
  - Implementarea soluției informatice digitale în cloud
- Sincron HR** – în curs, termen de finalizare 01.01.2023
- Trecerea a peste 100 vehicule din flota pe norma EURO 6 în acest an

### 3. Analiza rezultate - Indicatori cheie de performanță 9 luni 2022

Venituri	EBITDA	Profit Net
<b>RON 1.543 mil</b>	<b>RON 110 mil</b>	<b>RON 64 mil</b>
Creșterea Cifrei de Afaceri (an/an) <b>+12%</b>	Creștere EBITDA (an/an) <b>+19%</b>	Creșterea Profitului Net (an/an) <b>+47%</b>
Marja Bruta <b>+2,2 pp</b>	Marja EBITDA <b>+0,44 pp</b>	Marja Profit Net <b>+1pp</b>
Venituri Distribuție <b>RON 1.435 mil</b>	Venituri Logistică <b>RON 57 mil</b>	Venituri Transport <b>RON 51 mil</b>



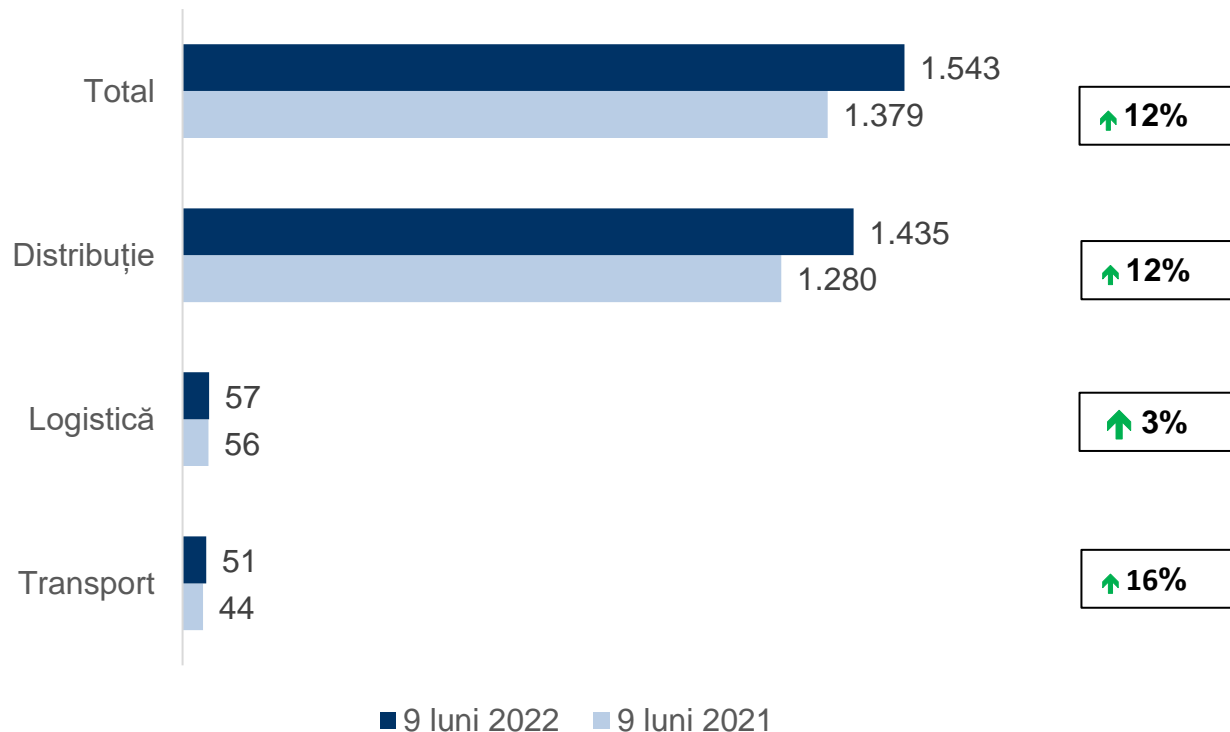
# Analiza Rezultate Financiare 9 Iuni 2022

## 9 Iuni 2022 vs. 9 Iuni 2021

- **Creșterea veniturilor cu 12%** susținută în principal de segmentul distribuție și de achiziția companiei Trigor AVD.
- **EBITDA a crescut cu 19%** versus 9 Iuni 2021, până la 110 mil RON.
- **Marja brută din vânzarea mărfurilor** a crescut cu 57 mil RON, o creștere a marjei cu 2 puncte procentuale, influențată de mixul produselor vândute și focusul pe canale de creștere.
- **Profitul Net a crescut cu 47%** versus 9 Iuni 2021, până la 64 mil RON. Achiziția companiei Trigor a adus o profitabilitate de 2,6 mil RON în consolidare.

mil. RON	9L 2022	9L 2021	Variație
Venituri	1.543	1.379	12%
Costul bunurilor vândute	(1.125)	(1.031)	9%
<b>Marja Brută</b>	<b>310</b>	<b>249</b>	<b>25%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>110</b>	<b>93</b>	<b>19%</b>
<b>Rezultat financiar net</b>	<b>3</b>	<b>(7)</b>	<b>(142)%</b>
<b>Profit înainte de impozitare</b>	<b>74</b>	<b>50</b>	<b>47%</b>
<b>Cheltuiala cu impozitul pe profit</b>	<b>(9)</b>	<b>(6)</b>	<b>50%</b>
<b>Profitul exercițiului financiar</b>	<b>64</b>	<b>44</b>	<b>47%</b>

# Rezultate Segmente de Afaceri 9 luni 2022



## DISTRIBUȚIE

- Creșterea veniturilor cu 12% versus 9 luni 2021, susținută de creșterea organică, **creștere în canalul Horeca cu 32% și în canalul Benzinării cu 14%**, cât și de achiziția companiei Trigor (+3% din consolidare).

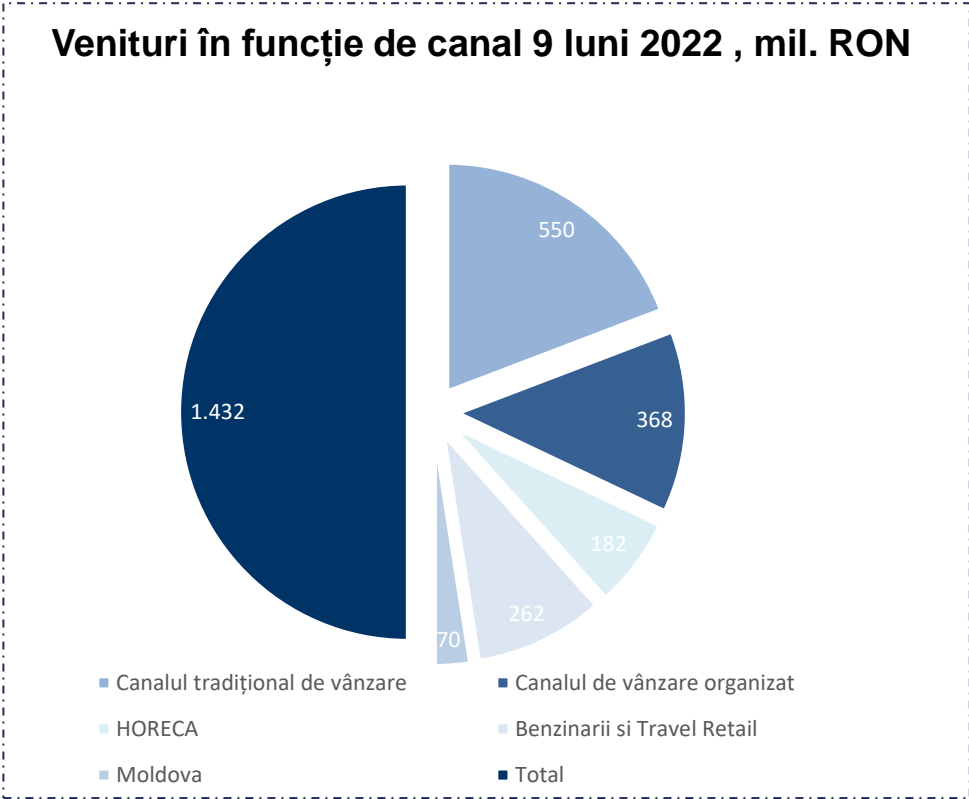
## LOGISTICĂ

- Veniturile din servicii logistice au crescut cu 3%** versus 9 luni 2021 în urma indexării tarifelor logistice.

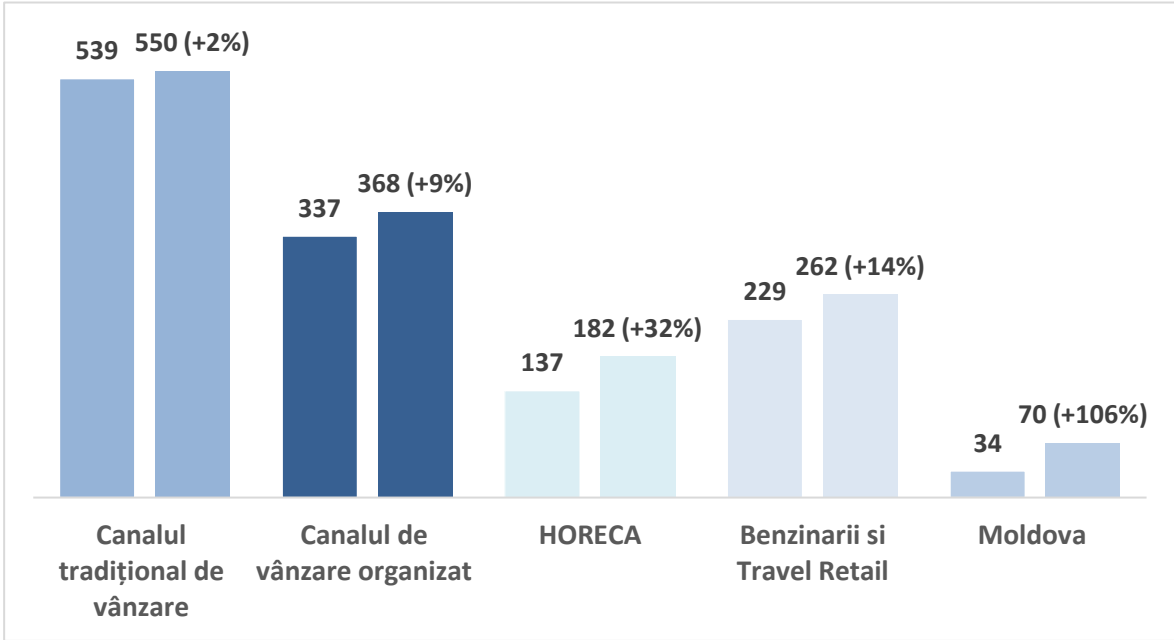
## TRANSPORT

- Creșterea veniturilor cu 16%** versus 9 luni 2021 datorită majorării tarifelor.

# Rezultate în funcție de canal

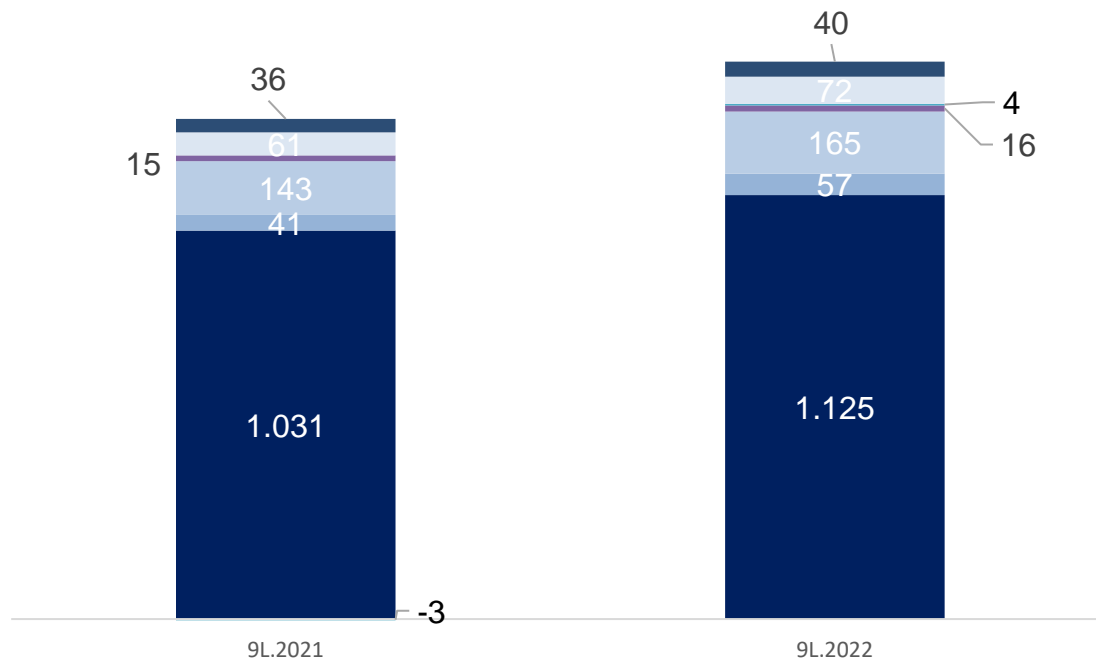


Venituri pe canale 9 luni 2021 vs. 9 luni 2022 (mil. RON, %)



# Situația Costurilor 9 Iuni 2022

## Cheltuieli operaționale și D&A, mil RON



- Depreciere și amortizare
- Pierderi din deprecierea creanțelor comerciale
- Beneficiile angajaților
- Costul bunurilor vândute
- Alte cheltuieli de exploatare
- Reparații, întreținere și materiale
- Costul combustibilului aferent serviciilor de transport

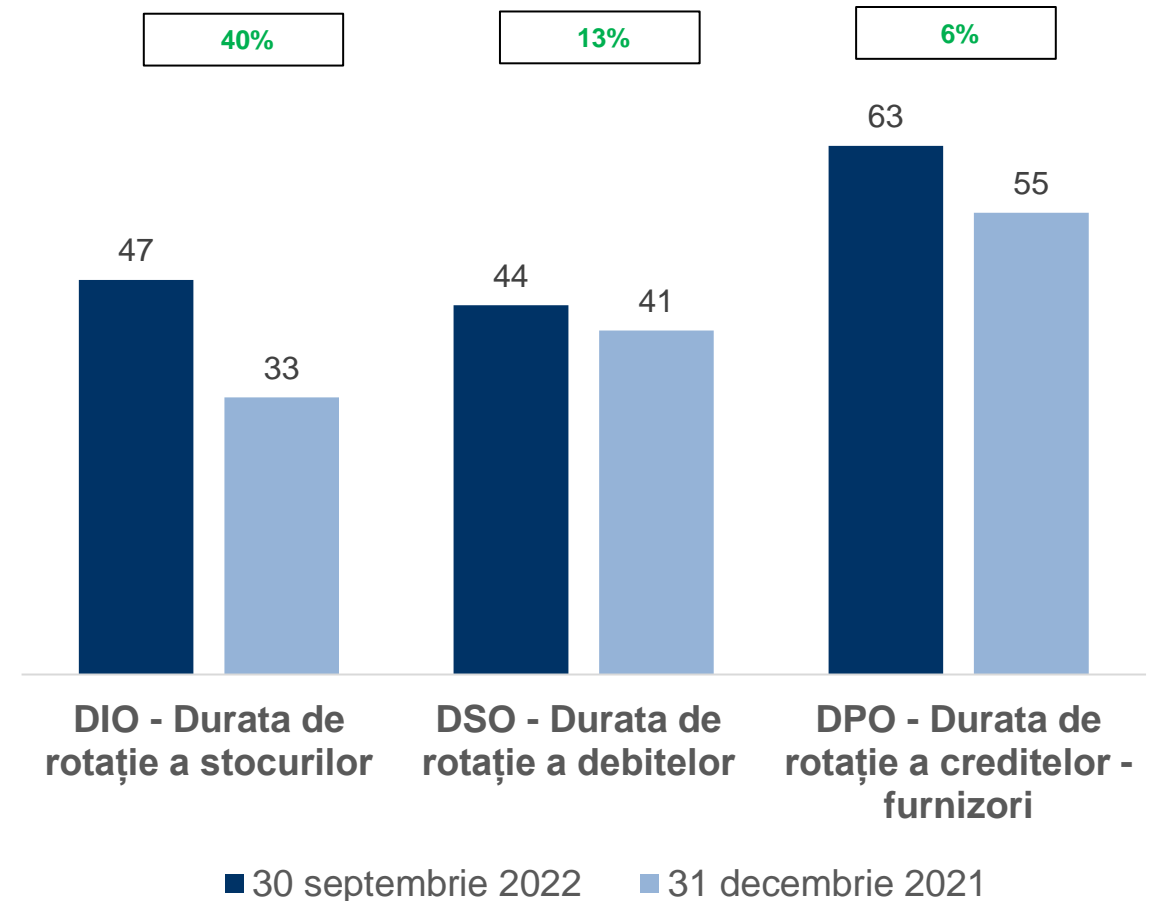
## 9 Iuni 2022 vs. 9 Iuni 2021

Cheltuielile operaționale înaintea amortizării au crescut cu 57 mil RON în principal determinate de:

- Creșterea costului combustibilului și a serviciilor de transport cu 16 mil RON.
- Creșterea cheltuielilor cu beneficiile angajaților cu 21 mil RON ca urmare a consolidării cu Trigor.

# Evoluție Indicatori de Lichiditate

- Durata de rotație a stocurilor (DIO) a crescut în principal datorită creșterilor de stocuri pentru ultimul trimestru (cele mai mari vânzări din an), creșterea ponderii achizițiilor cu leadtime mărit, a creșterii prețurilor de achiziție și pentru acoperirea întârzierilor pe lanțul de aprovizionare.
- Durata de rotație a debitelor (DSO) a înregistrat o ușoară creștere pe fondul scumpirii mărfurilor și creșterii ponderii retailului modern.
- Durata de rotație a creditelor – furnizori (DPO) a înregistrat o creștere de 8 zile, datorată în special achizițiilor cu plata la termen din luna septembrie.



# Principalele Elemente ale Bilanțului

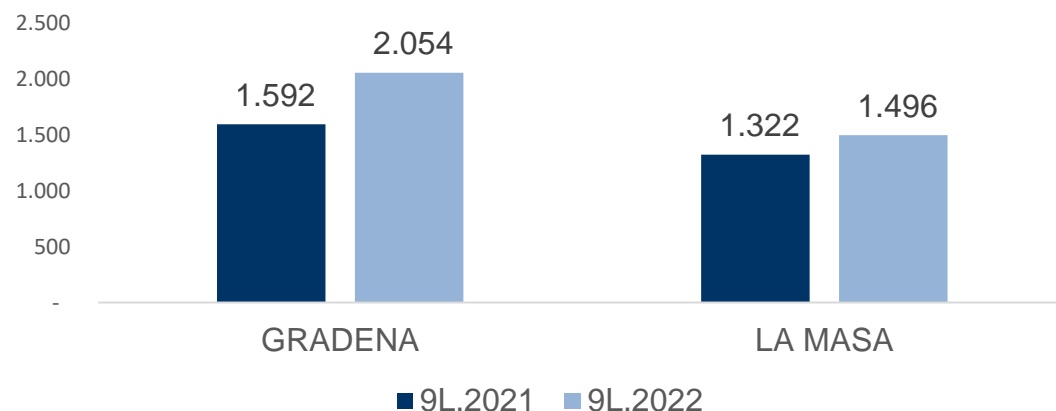
RON	30 Sep 2022	31 Dec 2021	Variație
<b>Active immobilizate</b>	<b>247.675.170</b>	<b>194.192.599</b>	<b>28%</b>
Active corporale și necorporale	177.663.506	118.377.273	50%
<b>Active curente</b>	<b>686.841.064</b>	<b>637.036.868</b>	<b>8%</b>
Stocuri	195.003.731	133.654.414	46%
Creanțe comerciale	250.213.626	220.942.310	13%
<b>Total Active</b>	<b>934.516.234</b>	<b>831.229.467</b>	<b>12%</b>
Capitaluri proprii	495.402.302	483.388.818	2%
Datorii	439.113.932	347.840.649	26%
<b>Total capitaluri proprii și datorii</b>	<b>934.516.234</b>	<b>831.229.467</b>	<b>12%</b>

## 30 septembrie 2022 vs. 31 decembrie 2021

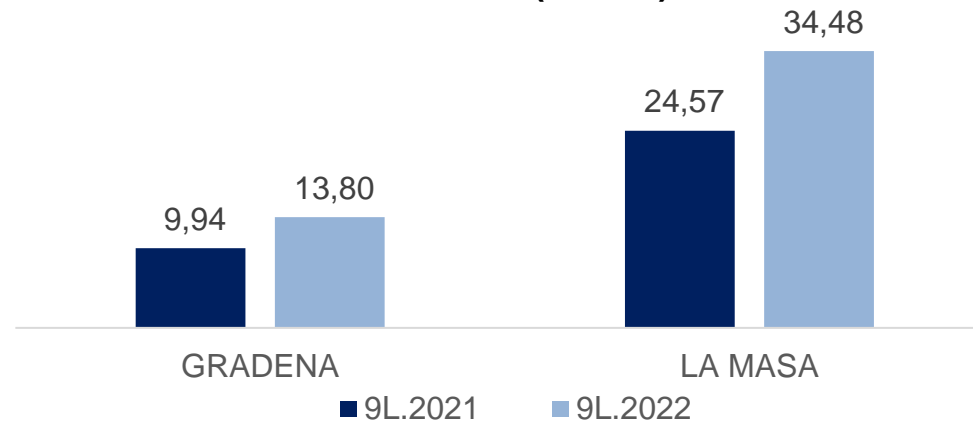
- Activele immobilizate au crescut cu 28% (cu aprox. 60 mil. RON) pe fondul reînnoirii contractelor de lease și extinderea perioadelor de închiriere a spațiilor de depozitare (IFRS 16)
- Activele curente au crescut cu 8% (cu aprox. 50 mil. RON) în principal datorită creșterii stocurilor.
- Datoriile pe termen lung au crescut cu 55 mil. RON, de la 39 mil. RON la 94 mil. RON în special datorită prelungirii contractelor de lease (IFRS 16).
- Datoriile pe termen scurt au crescut cu aproximativ 36 mil. RON, în principal datorită creșterii datoriilor comerciale, pe fondul scumpirii și a pregătirii ultimului trimestru.

# Evoluție Branduri Proprii – creștere semnificativă

Mărcile proprii în funcție de volum 9 luni 2022 vs. 9 luni 2021 ('000 KG)



Mărcile proprii în funcție de valoare 9L. 2022 vs. 9L. 2021 (mil. lei)



- Creștere de **39% a cifrei de afaceri** pe segmentul brandurilor proprii și de **21% în volum** în primele 9 luni din 2022 vs perioada similară din 2021.
- 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 găsesc și în **Retail**, începând cu trimestrul IV al acestui an.
- Extinderea brandului **Gradena** cu 12 produse noi în acest an, din care 5 mixuri de legume noi pentru HoReCa și 3 mixuri de fructe pentru Retail
- Începând cu trimestrul trei, **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.



# AQUILA

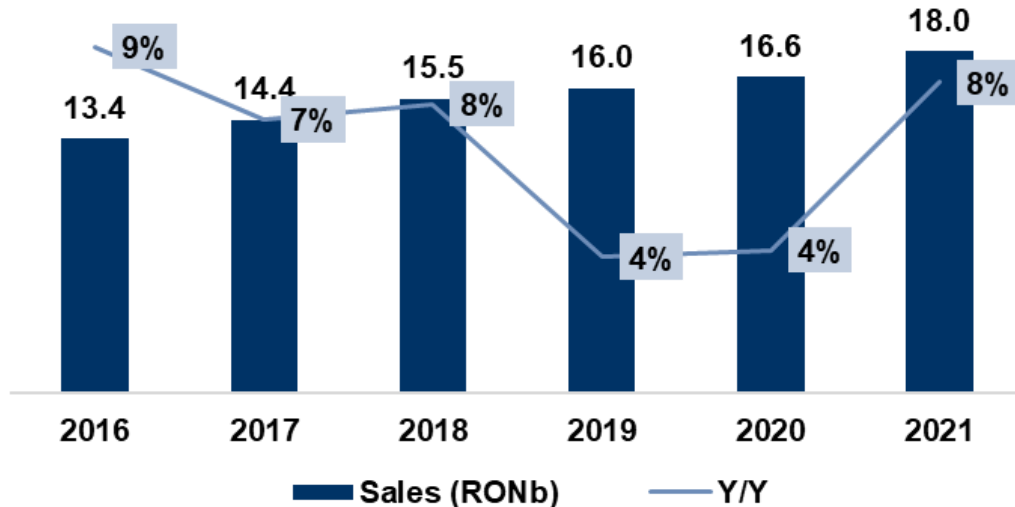
Focus on Excellence

## 5 | **Anexe detalii piețe și ESG**

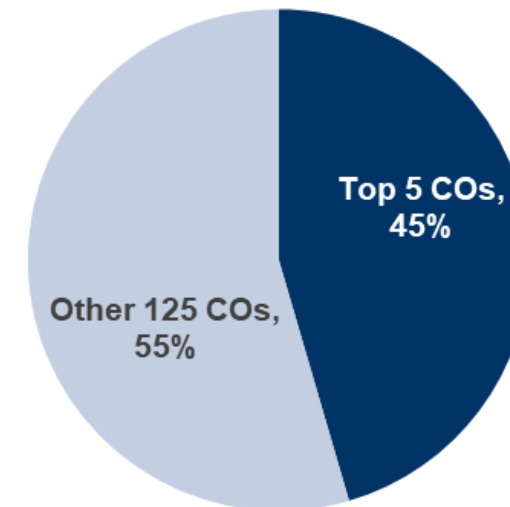


# Piața de distribuție FMCG și HORECA a crescut cu 34% în ultimii 5 ani, ajungând la 3,7b EUR/18b RON în 2021 (+8% an/an)

România: Piața de distribuție FMCG & HORECA



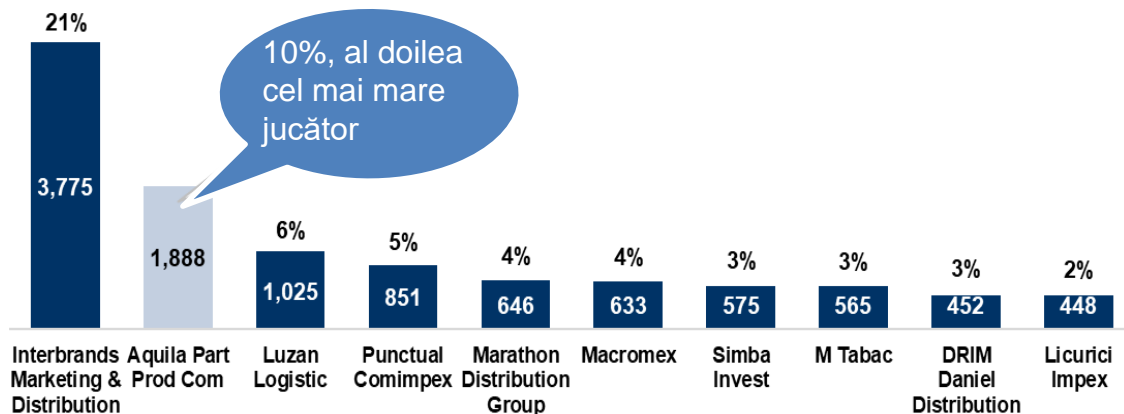
România: Concentrarea pieței de distribuție FMCG & HORECA



<sup>1</sup> Sursă: KeysFin; EMIS

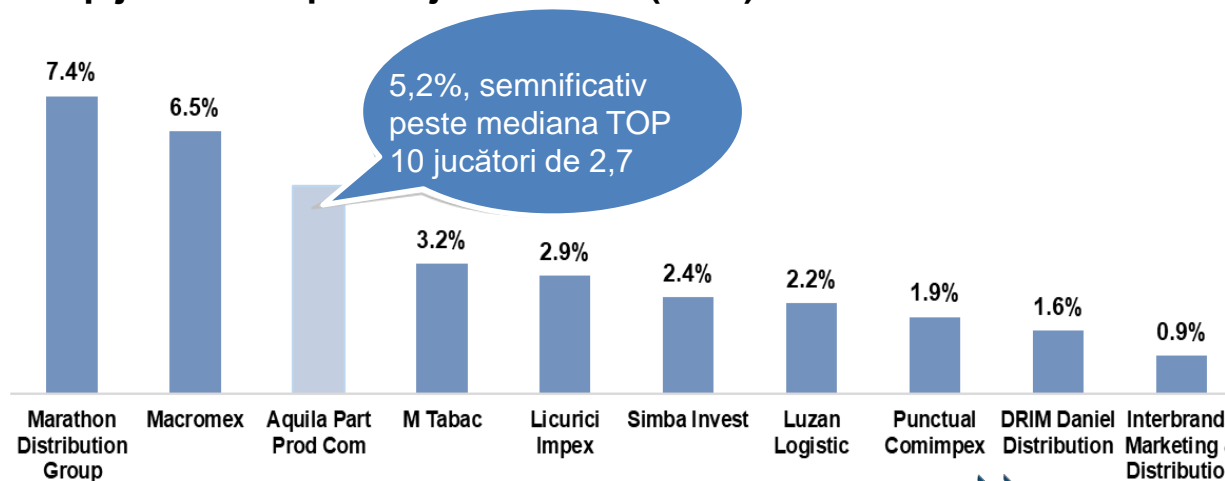
# Piața de distribuție FMCG și HORECA | Jucătorii de Top

## Jucători de top după cota de piață <sup>1\*</sup> (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

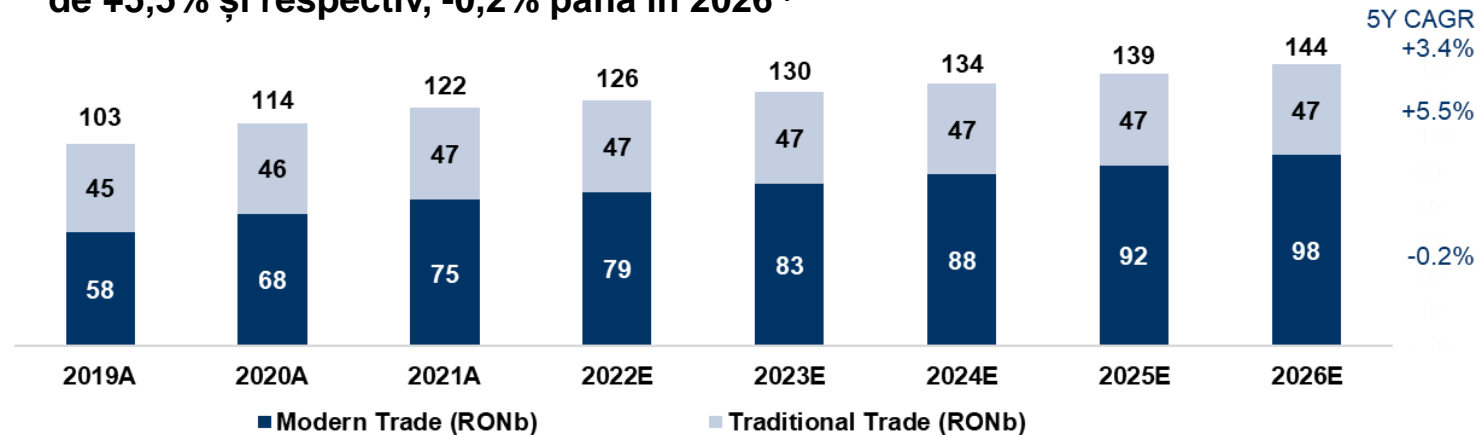
## Top jucători după marja EBITDA<sup>1\*</sup> (2021)



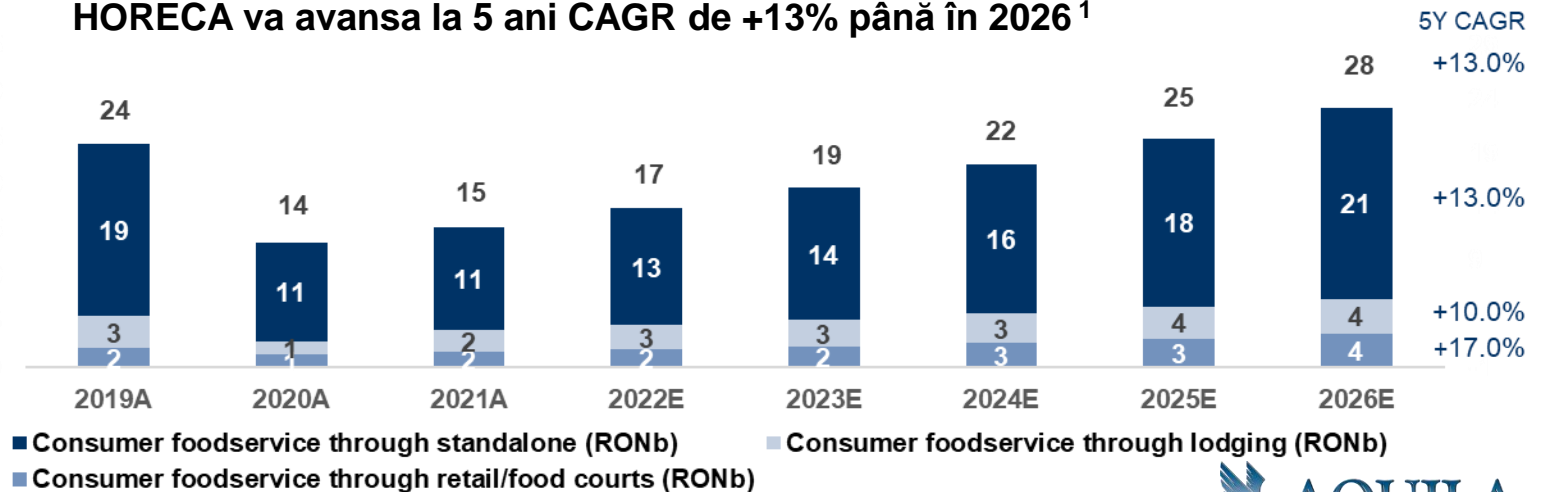
<sup>1</sup> Sursă: KeysFin; EMIS; \* RAS individual

# 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<sup>1</sup>



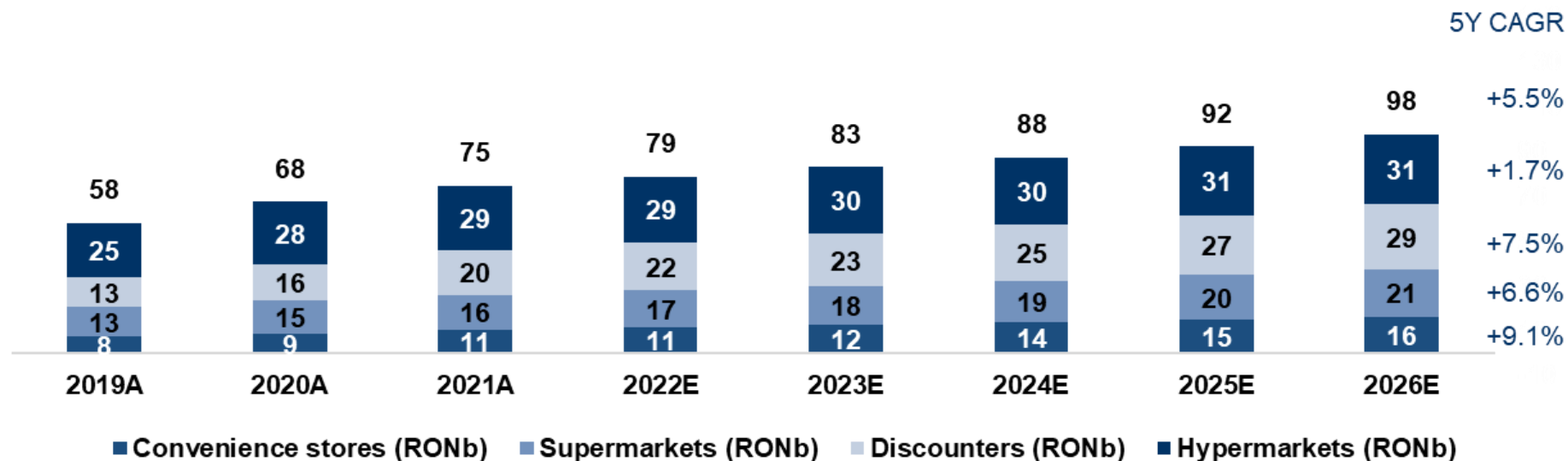
HORECA va avansa la 5 ani CAGR de +13% până în 2026<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Sursă: Euromonitor International

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

## Comerțul modern pe segmente



Sursă: Euromonitor International

# Strategia de Sustenabilitate 2022 - 2026



[Raportul de Sustenabilitate 2021]

**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 la finalul anului 2022.

Mediu și Schimbări Climatice



Capital uman și Comunități

Etică și Guvernanță

Acțiuni întreprinse:

- Determinarea amprentei de carbon, Scope 1&2. Scope 3 parțial (ongoing), 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

## MEDIU

- **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 deseuri: 469.83 eqt CO2
  - ✓ Scope 3 business travel: 20.68 eqt CO2e
- **53% din energia electrica consumată provine din surse regenerabile.**
- În 2022 am investit 220000 euro în prima centrala fotovoltaica, 560 panouri, cu o capacitate combinată de 230 Kw.
- **89,7% din consumul total de apa vine din rețeaua publică și este potabilă**, 10,3% pr ovine din puțuri forate și respectă legislația în vi goare.
- 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**

## SOCIAL

### Siguranța și sănătatea la locul de muncă

- Am menținut aprox. 3000 de locuri de munca, 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)
- Aprox. -50% accidente de munca în anul 2021 față de 2020

### 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 (38,02% femei în anul 2021 față de 36,82% în 2020)
- Beneficiile extrasalariale și abonament medical clinica privată
- Contribuție directă de peste 15 milioane de lei pe an la CNAS

### Comunități

- Donații și sponsorizări în parteneriat cu Primaria Municipiului Ploiești și Fundatia Comunitara Prabhova
- Voluntariat și donație > Habitat for Humanity > construirea de case pentru familii defavorizate

## GUVERNARE

### Cultura corporativa Aquila promoveaza:

- Integritatea
- Buna guvernanta corporativa
- 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



## MEDIU

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

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

- **100% flota norma Euro 6** până în 2024. În 2022 se vor înlocui peste 100 autovehicule, autoutilitare-light, capete tractor vechi, cu unele noi, norma Euro 6 și se vor achiziționa peste 50 autoturisme cu GPL și hybrid
- **Investiții în:**
  - 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**



## SOCIAL

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 subcon tractori;
  - 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-in 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- în curs de realizare.



## GUVERNARE

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**

## Contact Relația cu Investitorii:

---

Jean Dumitrescu – Director Relații cu Investitorii  
+40 723 331 943  
[investor.relations@aquila.ro](mailto:investor.relations@aquila.ro)

Website: [www.aquila.ro](http://www.aquila.ro)