

## AQUILA

### Teleconferință de prezentare a rezultatelor financiare aferente T1 2022

#### Întrebări și Răspunsuri

16 mai 2022, ora 11:00

1. Stocurile au ajuns la 172 milioane RON, o creștere semnificativă față de anul trecut, această creștere este legată în aceeași idee de pregătirea pentru anticiparea revenirii sectorului HoReCa cu rata de rotație a stocurilor sau există o altă explicație?

*Răspuns:* Este vorba de pregătirea sezonului pe segmentul HoReCa unde ne așteptăm la creșteri față de anul trecut deoarece piața a început să-și revină, restricțiile s-au ridicat. Luăm în considerare și faptul că actul de aprovizionare poate să funcționeze ceva mai greu din cauza contextului de război din Ucraina care a afectat întreaga lume.

2. Puteți detalia dacă aveți noutăți legate de achiziția anunțată la IPO?

*Răspuns:* Suntem în negocieri avansate, avem o listă de companii și am început discuțiile cu acestea. Sperăm că vom putea anunța într-un viitor apropiat mai multe detalii. Este discutabil dacă impactul războiului s-a reflectat direct în așteptările deținătorilor posibilelor achiziții țintite. Noi credem că acest lucru se va vedea tot mai mult, însă suntem focusați să facem o tranzacție și sperăm că acest context ne va ajuta puțin în negocieri.

3. Observați vreun impact al creșterilor de prețuri în ceea ce privește volumele? Puteți detalia cât din creșterea cifrei de afaceri este din volum și cât din prețuri?

*Răspuns:* În ceea ce privește creșterea cifrei de afaceri, 90% vine din creșterea prețurilor, mai puțin din volume. Vom vedea cum evoluează lucrurile în piață. Volumele prezintă o pantă ușor descendentă la nivel general în piață, însă noi facem tot posibilul pentru a obține o creștere și aici. O parte din atenția noastră anul acesta o reprezintă segmentul HoReCa unde dinamica de creștere este de 20% față de anul trecut.

În paralel dacă vorbim de volume, avem avantajul faptului că noi ne adresăm unui consumator medium - medium plus, nu avem produse super premium unde aceste scumpiri majore pot să afecteze în cele din urmă obișnuința consumatorului. Drept dovadă noi considerăm că există posibilitatea ca o parte din aceste volume să scadă, însă pe categoriile pe care suntem prezenți nu există aceste amenințări.

4. Care sunt așteptările cu privire la perioadele de încasare?

*Răspuns:* Ca tendință generală a pieței, probabil că se vor mări puțin perioadele de încasare, însă noi suntem în grafic, suntem la același nivel ca anul trecut, iar scopul nostru este să păstrăm aceleași perioade de încasare.

Avem experiența din 2007-2008 din care am învățat cum să gestionăm aceste situații complicate, iar în acest moment nu avem niciun semnal alarmant. Am îmbunătățit partea noastră de audit și de control intern, astfel încât considerăm că în relația noastră cu clienții nu vom avea aceste întârzieri. Marele avantaj este că peste 50% din business-ul pe care îl facem, îl facem cu key accounts. Dezvoltarea pe care o vrem în mod express este pe segmentul HoReCa, avem contracte bine definite, stabilite cu clienții noștri. Nu vedem o mare amenințare în acest moment.

#### 5. Ne putem aștepta la o achiziție în 2022?

*Răspuns:* Noi ne dorim o achiziție anul acesta, știm că este vorba de un lucru pe care l-am comunicat în direcțiile noastre strategice, însă contextul actual este destul de dificil. Pe de o parte, poate duce puțin în jos așteptările companiilor, dar pe de altă parte majoritatea devine mai precaută. rebuie să ne gândim foarte bine la viitor și să analizăm cât mai multe date posibile ale creșterilor de prețuri și ale lanțurilor de aprovizionare.

Avem o listă cu posibile achiziții, le-am contactat pe toate, am verificat oportunitățile și deschiderea lor spre vânzare. Am stat de vorbă și am făcut anumite evaluări. Rezultatele pentru 2021 au fost importante pentru noi ca repere. Este important ca business-urile pe care urmează să le achiziționăm, să fie atractive nu doar din punct de vedere al cifrelor înregistrate pe 2021, pe un trend crescător, dar să se contureze și pe economia de piață sau pe categoriile de produs pe care suntem prezenți.

Am avansat destul de mult, însă contextul războiului ne-a făcut să reanalizăm, să vedem categoriile pe care ne dorim aceste achiziții și dacă au fost puternic afectate de situația războiului. În luna iunie vom avea rezultatele oficiale ale analizei desfășurate în România, astfel încât să înțelegem mai bine situația acestora în piață.

Credem că la următoarea întâlnire din luna August vom avea mai multe date deoarece interesul nostru este același ca al dumneavoastră, să facem aceste achiziții.

#### 6. Luați în calcul o extindere în afara României?

*Răspuns:* Extinderea în afara țării face parte din strategia pe termen lung, pe termen scurt dorim să ne consolidăm poziția în România prin M&A, ulterior o achiziție are foarte mult sens și în afara României.

Focusul nostru și oportunitățile pe care le vedem cel mai bine sunt pe piața din România. Ne axăm pe schimbarea profilului nostru financiar și pe branduri proprii, atât cele pe care am început să le creștem, cât și prin achiziții care duc la alte marje, altfel de expunere, mai mult contact direct cu consumatorul. Acolo va fi în continuare focusul nostru, acolo vor fi investiții, iar contextul războiului ne face să fim și mai precauți cu privire la eventuale extinderi în afara României.

#### 7. Legat de M&A este clar că datele s-au schimbat datorită contextelor externe, IPO-ul a fost cu majorare de capital semnificativă în ideea că veți face niște achiziții. În aceste momente dificile pot apărea oportunități. Luați în calcul o achiziție în anul 2022?

*Răspuns:* Suntem extrem de pragmatici în ceea ce privește evaluările și nu vrem să facem o achiziție doar pentru a îndeplini acest obiectiv. Dorim să facem achiziții eficiente, atât în ceea ce

privește evaluarea de multipli, cât și în ceea ce privește portofoliul de produse și poziția pe piață a acestora. Achiziția este în continuare obiectivul nostru principal, alături de activitățile zilnice care înseamnă eficientizare, îmbunătățire organizațională, creșteri de vânzări și țintirea unei profitabilități crescute.

Principala noastră preocupare și efortul este în direcția de M&A, sub nicio formă nu ne dorim abandonarea sau amânarea pe termen lung. Spunem doar că acest context afectează în primul rând negocierile și evaluarea noastră.

Considerăm că această situație geopolitică ne va aduce anumite oportunități, acesta este motivul pentru care nu vă putem da un răspuns aplicat în acest moment și de aceea așteptăm anumite rezultate pe dinamica pieței, astfel încât achiziția sau achizițiile să fie la prețul corect.

Suntem de acord cu principiul că acest context de piață poate aduce anumite oportunități sau avantaje, am trecut prin această situație de-a lungul activității și suntem atenți la aceste aspecte.

8. Puteți detalia cum stați cu marja EBITDA dacă excludem impactul achiziției Trigor AVD?

*Răspuns:* În ceea ce privește marja EBITDA, în T1 2022 față de T1 2021 creșterea a fost de 3 milioane RON, fără impactul achiziției Trigor AVD

9. Cum vă influențează inflația marjele? Cât de repede puteți transfera creșterile de preț în costuri?

*Răspuns:* După cum ați putut observa la T1, marjele s-au îmbunătățit, este un proces care nu funcționează liniar, în sensul că unele creșteri de preț le putem transfera relativ repede, altele nu, depinde de segmentul de afaceri.

În ceea ce privește segmentul de distribuție care are ponderea cea mai mare, noi anticipând anumite evoluții, am operat deja unele creșteri de preț și aceste aspecte au putut fi observate.

Depinde și de felul în care poziționăm produsul, cum poziționăm brandul pe piață, cum reacționează competitorii pe segmentul respectiv. Este un proces de planificare și tatonare, astfel că nu poți opera mai multe creșteri de preț la un produs în același an și trebuie să ne uităm permanent la felul în care sunt afectate rotația produsului la raft, vânzarea acestuia versus creșterile de preț, versus îmbunătățirea noastră de marjă.

În ceea ce privește tarifele de logistică și transport avem prevăzute niște mecanisme de ajustare în contracte, cu unii clienți funcționează mai repede, cu alții mai greu deoarece intervine și procesul de negociere. Evident, în același timp depinde de achiziția noastră de mărfuri, unde sunt afectate prețurile producătorilor, costurile lor, cât de repede transferă ei către noi, cum negociem împreună.

10. Puteți detalia cum intenționați să gestionați creșterea costurilor cu carburanții, pot fi transferate clientului final?

*Răspuns:* În principiu da, pot fi transferate clientului final, însă cu măsură, nu într-un mod absolut și simplu. Cum spuneam, sunt operate creșteri de prețuri, dar după cum știți de obicei nu se fac

mai mult de 2 creșteri de preț la un produs, pe an. Ne uităm la fiecare categorie de produse în parte și acționăm în consecință, în funcție de experiența noastră și datele fiecăruia.

#### 11. Puteți oferi informații privind procesul de M&A?

*Răspuns:* Negocieri detaliate sunt cu mai multe companii, bineînțeles că în funcție de aceste negocieri vom parcurge pașii următori și anume: analiza preliminară, fixarea mecanismului de preț, procesul de due diligence cu companiile specializate, negocierile tuturor aspectelor relevante, o eventuală notificare și aprobare de la concurență. Este un proces prin care am mai trecut, este un proces pe care suntem încrezători că știm să-l gestionăm. Mai multe detalii găsiți și la întrebarea anterioară, întrebarea 5.

#### 12. Puteți oferi informații asupra expunerii pe Ucraina, costurile cu combustibilul, cum plănuți să le gestionați?

*Răspuns:* Încercăm să transferăm creșterile de costuri în preț și s-a văzut deja în situațiile financiare acest lucru, respectiv să ne folosim capacitatea de negociere. Avantajul unui jucător mare este că are un cuvânt în relația de negociere cu furnizorii. Bineînțeles căutăm permanent eficientizări în ceea ce privește rutele și consumul de carburant, astfel încât să ținem cât mai bine sub control această situație. Continuăm inclusiv training-ul cu șoferii pentru a avea un consum de carburant cât mai mic.

Aquila nu are niciun fel de colaborare cu producători din Ucraina, pe Trigor AVD din Republica Moldova există doi furnizori, dar lucrurile sunt rezolvate. Așadar, nu suntem impactați în mod direct.