



2026

RAPORT T1

27 MAI

Informații emitent

S.C. MAM Bricolaj S.A.

Companie listată la Bursa de Valori București
Simbol: **MAM**

Sediu social: **str. Prelungirea Ghencea, nr. 299-301, etaj 1, Sector 6**
27933834, J2011000599405

Telefon investitori: 0744 301 750
Email investitori: investitor@mam-bricolaj.ro

Website: www.mam-bricolaj.ro



Cifrele financiare prezentate în partea descriptivă a raportului, exprimate în milioane lei, sunt rotunjite la cel mai apropiat număr întreg și pot conduce la mici diferențe de regularizare.

Situațiile financiare la 31.03.2026 au fost întocmite în conformitate cu reglementările contabile românești, aprobate prin Ordinul Ministerului Finanțelor Publice nr. 1.802/2014, cu modificările ulterioare.

Situațiile financiare ale S.C. MAM Bricolaj S.A. pentru perioada cuprinsă între 01 ianuarie 2026 și 31 martie 2026 prezentate în paginile următoare nu sunt auditate.

CUPRINS

SCRISOAREA CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE	4
EVENIMENTE CHEIE	6
DESCRIEREA ACTIVITĂȚII DE BAZĂ	7
AVANTAJELE COMPETITIVE.....	8
ANALIZĂ VÂNZĂRI.....	10
MAM Morarilor.....	11
MAM Luica.....	12
MAM Ghencea.....	13
MAM Online.....	14
CONTUL DE PROFIT ȘI PIERDERE	15
BILANȚ	17
BUGETUL DE VENITURI ȘI CHELTUIELI PE 2026 (rectificat).....	19
INDICATORI FINANCIARI	21
DECLARAȚIA CONDUCERII	22



**Marius Alexe**Membru Consiliu de
Administrație**Cosmin Răileanu**Membru Consiliu de
Administrație

SCRISOAREA CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE

Stimați acționari,

Trimestrul I al anului 2026 a confirmat deteriorarea condițiilor de piață pe care am început să o observăm încă din luna decembrie 2025. Deși luna decembrie este, în mod tradițional, una dintre cele mai bune perioade pentru retail, finalul anului trecut a adus primele semnale clare de scădere a vânzărilor.

Această evoluție nu a fost specifică doar MAM Bricolaj, ci s-a înscris într-un context mai larg de temperare a consumului, **confirmat ulterior de datele publicate de Institutul Național de Statistică**.

Presiunea s-a resimțit în special în zona produselor nealimentare, acolo unde decizia de cumpărare este mai ușor de amânat de către clienți. Mobila, accesoriile pentru mobilier și produsele destinate amenajărilor interioare sunt direct expuse acestui comportament.

Aceste categorii depind de venitul disponibil al gospodăriilor, de încrederea consumatorilor, de renovări, de tranzacțiile imobiliare și de investițiile în locuințe. **În special zona mobilei la comandă traversează o perioadă dificilă.**

Aceasta este o categorie sensibilă la incertitudine, deoarece presupune proiecte mai mari, bugete mai ridicate, decizii asumate pe termen mai lung și, de multe ori, legătură directă cu renovări sau achiziții imobiliare. **În perioade de prudență, clienții amână proiectele mari**, reduc bugetele sau aleg soluții mai simple și mai ieftine.

La nivelul pieței, sectorul mobilei se confruntă cu scăderi ale volumelor vândute, presiune pe marje, reducerea numărului de angajați și dificultăți financiare pentru o parte dintre operatori. În anumite segmente, inclusiv în zona mobilei la comandă, scăderile sunt semnificative și pot ajunge la niveluri de ordinul zecilor de procente.

În cazul MAM Bricolaj, **impactul acestei categorii a fost parțial compensat de evoluțiile mai bune din alte categorii de produse**. Totuși, scăderea cererii a continuat în trimestrul I 2026, iar rezultatele financiare reflectă această presiune.



În trimestrul I 2026, **cifra de afaceri netă a companiei a fost de 13,71 mil. lei**, în scădere cu 5,9% față de 14,57 mil. lei în trimestrul I 2025. Această scădere a veniturilor, într-un context în care o parte importantă a costurilor nu poate fi ajustată imediat, a afectat profitabilitatea companiei.

Astfel, MAM Bricolaj **a înregistrat în trimestrul I 2026 o pierdere netă de 388 mii lei**, comparativ cu un profit net de 220 mii lei în aceeași perioadă a anului precedent.

Rezultatul negativ al trimestrului nu trebuie privit ca un eveniment izolat, **ci ca un semnal al schimbării condițiilor de piață**. Cererea a devenit mai prudentă, deciziile de cumpărare se iau mai greu, iar proiectele mari de amenajare sunt amânate sau redimensionate.

În acest context, **considerăm necesară rectificarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli**. Această rectificare nu este doar o reacție la rezultatul negativ din trimestrul I, ci o măsură de prudență managerială, menită să alinieze estimările companiei la noua realitate a pieței.

Obiectivul nostru este să protejăm compania într-o perioadă de consum mai slab, să ajustăm costurile acolo unde este posibil, să **gestionăm mai eficient stocurile și lichiditatea și să păstrăm flexibilitatea necesară pentru a reacționa rapid la schimbările din piață**.

Nu tratăm această perioadă cu superficialitate și nu încercăm să cosmetizăm realitatea. Piața s-a schimbat, iar responsabilitatea noastră este să ne adaptăm rapid, înainte ca ajustarea să ne fie impusă de context.

Vom continua să urmărim cu atenție evoluția vânzărilor, a marjelor, a costurilor operaționale și a lichidității. În același timp, **vom păstra disciplina financiară** și vom lua măsurile necesare pentru ca MAM Bricolaj să traverseze această perioadă cu o structură cât mai echilibrată.

Vă invităm să parcurgeți în continuare rezultatele financiare detaliate înregistrate de companie în T1 2026. Pentru orice întrebări sau informații suplimentare, echipa noastră vă stă la dispoziție la adresa de email: **investitor@mam-bricolaj.ro**.

Consiliul de Administrație
MAM Bricolaj



EVENIMENTE CHEIE

După încheierea perioadei de raportare

ADUNAREA GENERALĂ ORDINARĂ ȘI EXTRAORDINARĂ A ACȚIONARILOR

În data de **20 aprilie 2026**, Compania a organizat Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor și Adunarea Generală Extraordinară a Acționarilor, întrunite legal și statutar la prima convocare, în prezența acționarilor reprezentând **80,55%** din capitalul social și din numărul total de drepturi de vot.

În cadrul AGOA, au fost aprobate situațiile financiare anuale aferente exercițiului financiar 2025, pe baza Raportului Consiliului de Administrație și a Raportului auditorului financiar, precum și bugetul de venituri și cheltuieli pentru anul 2026. Acționarii au decis menținerea profitului net aferent anului 2025, în valoare de **1.134.206 lei**, ca profit nerepartizat, în vederea utilizării pentru finanțarea activității curente și a dezvoltării Companiei.

Tot în cadrul AGOA, acționarii au aprobat numirea, pentru o durată de 4 ani valabilă până la data de **30.04.2030**, a unui **nou Consiliu de Administrație format din Mexela S.R.L., Sendone S.R.L. și domnul Cristian Găvan**. Acesta din urmă a fost ales în funcția de **Președinte al Consiliului de Administrație**, cu un mandat egal celui de administrator. Remunerația lunară a membrilor Consiliului de Administrație pentru anul 2026 a fost stabilită la **2.500 lei**.

De asemenea, AGOA a aprobat numirea în calitate de **auditor financiar al Companiei pe doamna Albu F. Sevațița**, Auditor Financiar înregistrat la ASPAAS sub numărul **AF764**, pentru un mandat de 4 ani valabil până la data de **30.04.2030**.

În cadrul AGEA, acționarii au aprobat **mutarea sediului social al Companiei** din București, Str. Serii nr. 6, Sector 2, în **București, str. Prelungirea Ghencea, nr. 299-301, etaj 1, Sector 6**, cu actualizarea corespunzătoare a actului constitutiv.

Textul complet al hotărârilor poate fi consultat [AICI](#).



15
ANI

MAM BRICOLAJ

din 2011 construim împreună

Vă mulțumim!

DESCRIEREA ACTIVITĂȚII DE BAZĂ



Profil

Compania are ca obiect principal de activitate comercializarea specializată de mobilă, accesorii pentru mobilier, feronerie și articole de menaj (cod CAEN 4615). Compania operează trei unități comerciale în București, care funcționează simultan ca spații de desfacere și centre de consultanță tehnică pentru clienți, completate de un canal de vânzări online.

Model

MAM Bricolaj a inovat piața de profil prin implementarea unui concept unic de magazin, poziționat strategic la intersecția dintre retailul de tip Do-It-Yourself (DIY) și industria producției de mobilier la comandă. Acest model de business democratizează designul interior, permițând consumatorului final, indiferent de expertiza tehnică, să participe activ la proiectarea și construcția propriului mobilier. Procesul este similar realizării mobilei la comandă, oferind flexibilitate totală, dar la un raport calitate/preț net superior.

Poziționare

Modelul operațional hibrid generează avantaje competitive multiple, diferențiind clar MAM Bricolaj atât de retailerii tradiționali de mobilă, care comercializează produse standardizate, cât și de atelierile de producție la comandă. Prin integrarea canalelor de vânzare fizice cu cele online, Compania asigură o acoperire extinsă și o accesibilitate facilă la întregul său portofoliu de produse.



AVANTAJELE COMPETITIVE



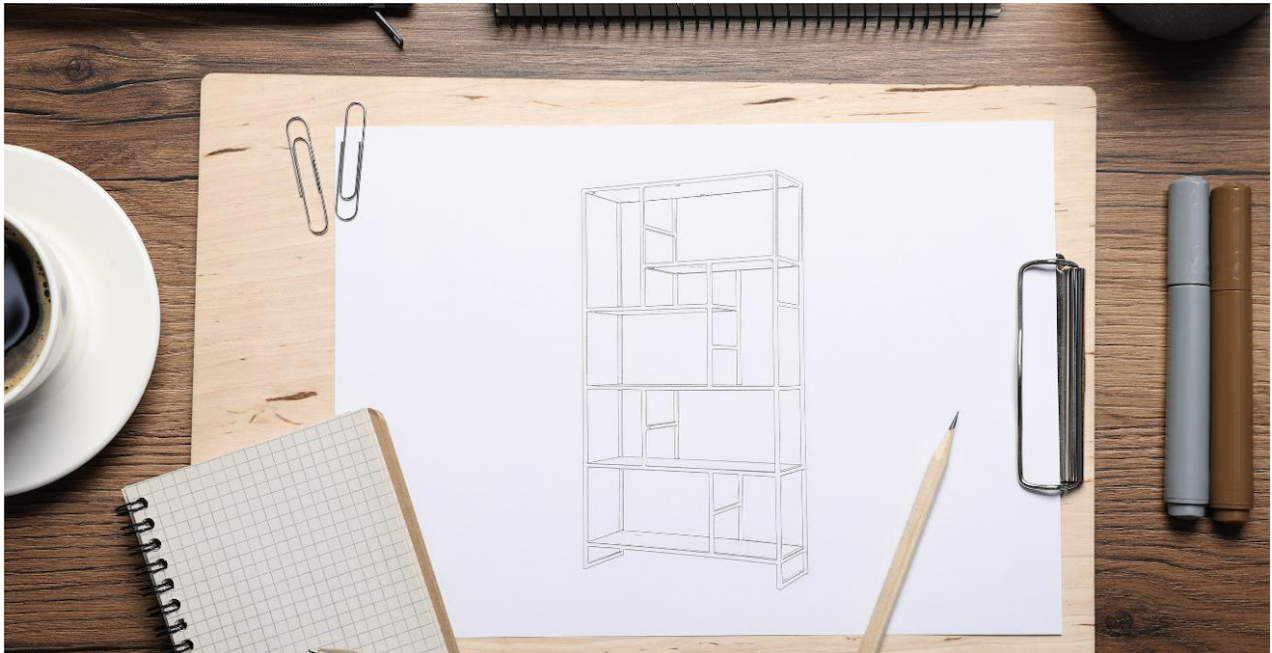
În raport cu magazinele clasice de mobilă

- **Personalizare asistată:** Clientul își configurează mobilierul cu asistența consultanților MAM Bricolaj, soluția fiind adaptată milimetric restricțiilor de spațiu, un nivel de personalizare imposibil de atins prin mobilierul de serie.
- **Diversitate superioară:** Oferim acces la o gamă de materiale, accesorii și culori mult mai vastă decât opțiunile limitate din magazinele de mobilă standard.
- **Raport Calitate/Preț optimizat:** Costul final este semnificativ mai avantajos, oferind o eficiență economică superioară clientului prin eliminarea marjelor specifice brandurilor de mobilier gata asamblat.
- **Satisfacția clientului:** Participarea directă la procesul de creație generează un sentiment de împlinire și apropiere a produsului final, consolidând loialitatea față de brand.
- **Eficiență imobiliară:** Suprafața necesară magazinelor MAM Bricolaj este mult mai redusă comparativ cu showroom-urile clasice, ceea ce diminuează costurile fixe per metru pătrat și maximizează profitabilitatea.

Spre deosebire de magazinele standard, MAM Bricolaj comercializează și componente individuale (accesorii, materiale), nu doar produsul finit, strategie care crește semnificativ rulajul și frecvența vizitelor în magazin.



AVANTAJELE COMPETITIVE



În raport cu varianta mobilei la comandă

- **Accesibilitate imediată:** Serviciile de proiectare MAM Bricolaj sunt standardizate și ușor accesibile publicului larg, eliminând dificultatea identificării unor specialiști sau meșteri disponibili.
- **Garanție și siguranță:** Compania oferă certitudinea calității și o garanție contractuală fermă, eliminând riscurile asociate colaborării cu micii producători particulari.
- **Avantaj de cost:** Prețul final este semnificativ mai redus față de varianta clasică "la comandă", datorită eliminării costurilor ineficiente de manoperă manuală.
- **Stocuri și varietate:** Clientul are la dispoziție o gamă impresionantă de peste 11.000 de articole (materiale/accesorii/culori), o diversitate logistică mult peste capacitatea unui atelier independent.
- **Rapiditate în execuție:** Timpul de livrare este drastic redus comparativ cu termenele lungi de producție ale atelierelor, datorită stocurilor permanente și proceselor optimizate.

MAM Bricolaj pune la dispoziția clienților un portofoliu complex, incluzând accesorii pentru bucătărie, sisteme de dressing și sertare, sisteme de ridicare, picioare pentru mobilier, profile de aluminiu, organe de asamblare, mânere, balamale, blaturi, MDF, panouri de PAL, canturi, precum și produse complementare (cuiere, saltele, somiere, chiuvete, electrocasnice, galerii, scaune, mese, vopsele și adezivi).

Compania gestionează un stoc activ de peste 30.000 de produse, disponibile atât în rețeaua de magazine fizice **MAM Bricolaj Morarilor**, **MAM Bricolaj Luica**, **MAM Bricolaj Ghencea** precum și online <https://www.mam-bricolaj.ro/>.



ANALIZĂ VÂNZĂRI

Structura vânzărilor pe magazine

Performanța vânzărilor și dinamica pe canale

Veniturile totale înregistrate în primul trimestru din 2026 s-au situat la **13.708.032 lei**, în scădere cu **5,92%** comparativ cu perioada similară a anului precedent, când au atins **14.570.882 lei**. Această evoluție se înscrie în coordonatele anticipate prin bugetul de venituri și cheltuieli pentru anul 2026, construit pe baza unor ipoteze prudente, și confirmă orientarea strategică formulată anterior de către Consiliul de Administrație.

Mediul economic general a continuat să fie influențat de **presiunile inflaționiste**, de **erodarea puterii de cumpărare** și de pachetul de măsuri fiscale aplicat etapizat în a doua jumătate a anului 2025 și începutul anului 2026, în special creșterea cotei standard de TVA aplicată de la **1 august 2025** și ajustările fiscale intrate în vigoare la **1 ianuarie 2026**. Sectorul de bricolaj și amenajări interioare, fiind direct corelat cu dinamica veniturilor populației, cu evoluția pieței imobiliare și cu nivelul de încredere al consumatorilor, a resimțit aceste presiuni în mod accentuat.

Defalcarea lunară a veniturilor confirmă continuitatea presiunilor pe parcursul întregului trimestru, fără semnale clare de revenire. Scăderea s-a manifestat cu **6,59%** în ianuarie, **3,55%** în februarie și **7,40%** în martie. Luna februarie a beneficiat de o contracție mai redusă, însă luna martie a marcat punctul cel mai slab al trimestrului, ceea ce subliniază necesitatea menținerii unei abordări prudente în formularea așteptărilor pentru perioada următoare.

Canalul online a continuat să reprezinte segmentul cu cea mai bună dinamică, înregistrând o creștere de **22,94%** la nivel trimestrial, de la 957.484 lei la **1.177.141 lei**. Performanța s-a accelerat progresiv pe parcursul trimestrului, de la **+3,60%** în ianuarie, la **+13,24%** în februarie și **+56,59%** în martie.

Pe segmentul de retail fizic, toate cele trei locații au resimțit contracția consumului, cu intensități diferite în funcție de structura clientelei și de profilul comercial al fiecărei unități. **Magazinul Luica** a înregistrat scăderea cea mai pronunțată la nivel trimestrial, de **13,24%**, de la 5.057.874 lei la **4.388.122 lei**, evoluție accentuată în luna martie printr-o scădere de **19,83%**. Magazinul Morarilor a urmat o traiectorie mai stabilă, cu scăderi lunare cuprinse între **4,16%** și **5,95%**, închizând trimestrul la **6.168.828 lei** față de 6.509.765 lei, o contracție de **5,24%**. Locația Ghencea a debutat pozitiv în luna ianuarie, cu o creștere de **2,36%**, însă a intrat în zona negativă în lunile următoare, închizând trimestrul cu o scădere de **3,51%**, la **1.973.942 lei** față de 2.045.759 lei.

În acest context, Compania menține **orientarea strategică adoptată la începutul anului**, concentrată pe consolidarea disciplinei financiare, optimizarea structurii de costuri, protejarea sănătății financiare pe termen mediu și adaptarea ofertei la realitățile pieței. Având în vedere volatilitatea persistentă a mediului economic și politic, Compania rămâne rezervată în formularea unor estimări optimiste pentru perioada următoare, urmând să comunice piața în timp util orice abatere semnificativă de la ipotezele bugetare inițiale.



MAM Morarilor

Amplasată în zona de est a Bucureștiului (Șoseaua Morarilor nr. 2A), această locație reprezintă un pilon esențial în rețeaua de distribuție a Companiei, deservind un bazin demografic semnificativ.

Suprafață și compartimentare

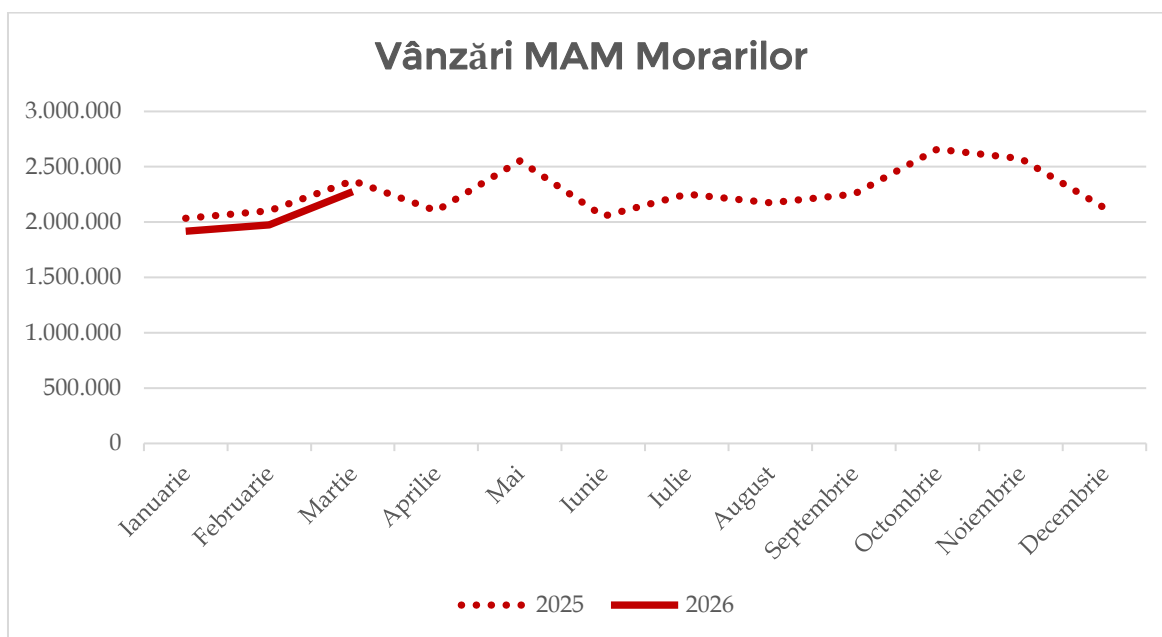
Magazinul dispune de o suprafață totală extinsă de 3.570 mp, fiind configurat preponderent pentru activitatea de retail. Din totalul spațiului, 2.100 mp sunt alocați strict suprafeței de vânzare (showroom), asigurând o expunere optimă a portofoliului de produse.

Vânzări

Vânzările aferente primului trimestru din 2026 au înregistrat o scădere de 5,24%, de la 6.509.765 lei în T1 2025 la 6.168.828 lei.



Scan Me



MAM Luica

Situat în partea de sud a capitalei (Str. Luica nr. 180), acest punct de lucru integrează fluxuri operaționale complexe, deserving atât clienții de retail, cât și procesele de prelucrare.

Suprafață și compartimentare

Unitatea dispune de o suprafață totală de 1.500 mp, structurată funcțional pentru a maximiza eficiența:

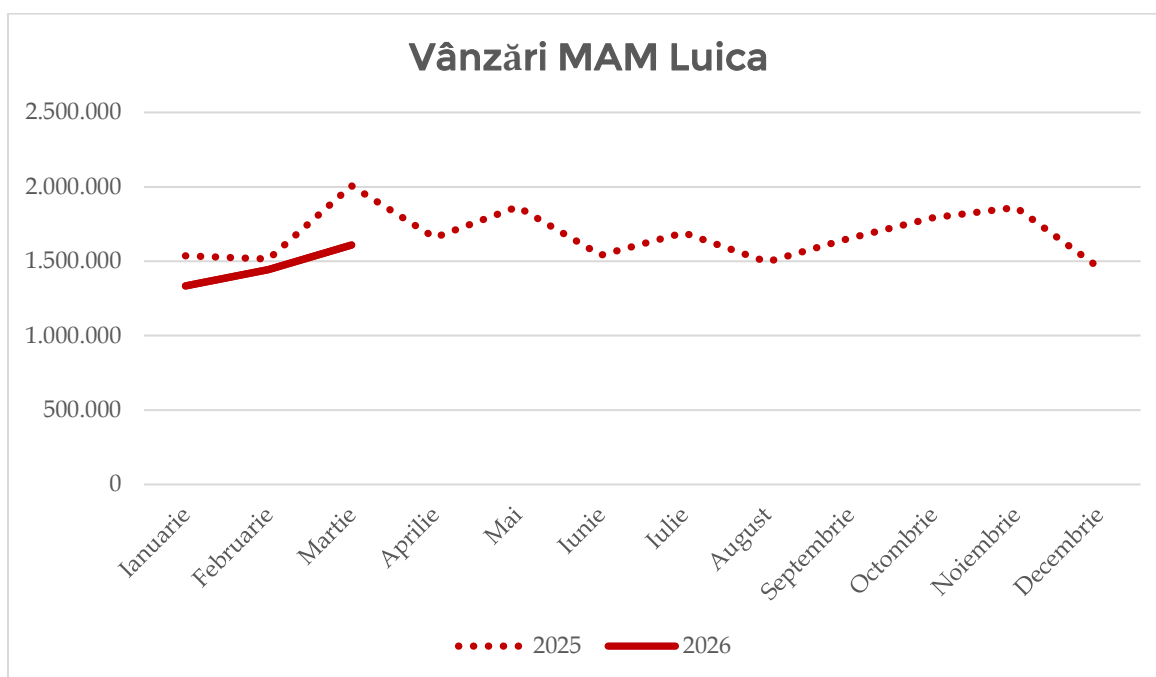
- Zonă comercială (Showroom): 500 mp;
- Atelier de producție: 500 mp;
- Spațiu de depozitare: 500 mp.

Vânzări

Vânzările aferente T1 2026 au înregistrat o scădere de 13,24%, de la 5.057.874 lei în T1 2025 la 4.388.122 lei.



Scan Me



MAM Ghencea

Unitatea MAM Bricolaj Ghencea

Localizată în zona de vest a capitalei (Str. Prolungirea Ghencea nr. 299-301), această unitate funcționează pe baza unui model operațional distinct, concentrat preponderent pe activitatea de retail.

Suprafață și compartimentare

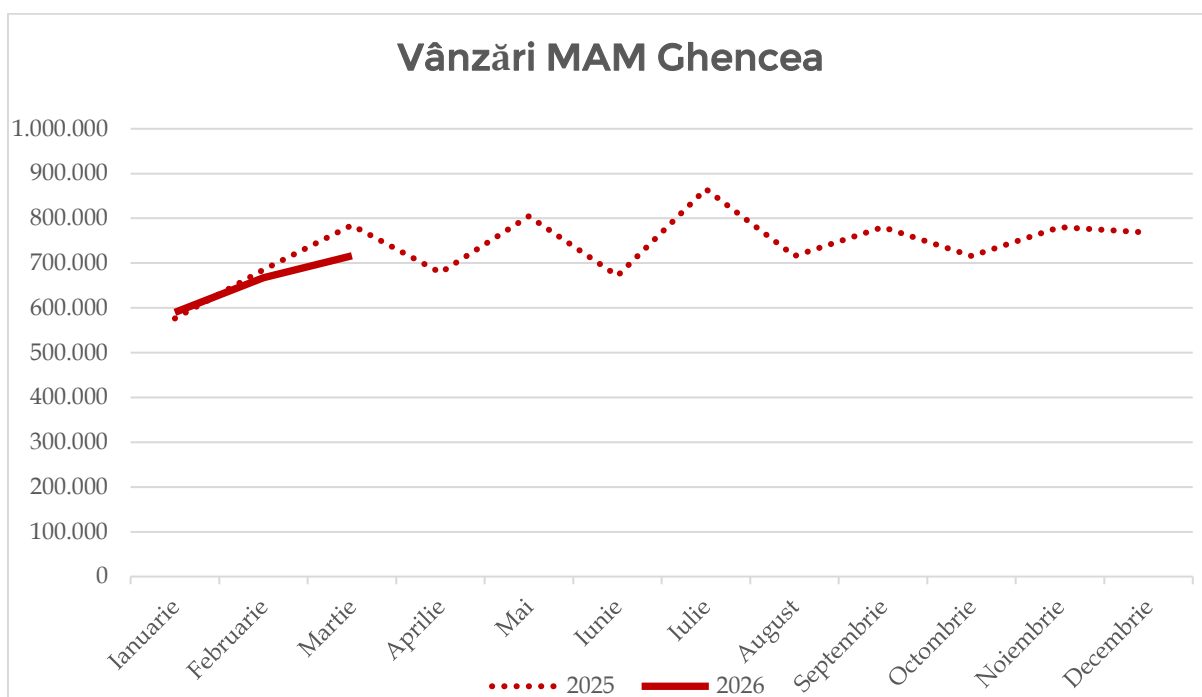
Magazinul dispune de o suprafață totală de 1.500 mp, dintre care 1.000 mp sunt dedicați exclusiv suprafeței de vânzare, asigurând o expunere eficientă a gamei de produse. Un element specific al acestei locații este integrarea logistică în rețeaua Companiei: unitatea nu operează un atelier propriu de producție, comenzile pentru serviciile de prelucrare PAL fiind preluate local, dar procesate operațional de către atelierele din celelalte două magazine (Morarilor și Luica).

Vânzări

Vânzările aferente primului trimestru din 2026 au înregistrat o scădere de 3,51%, de la 2.045.759 lei în T1 2025 la 1.973.942 lei.



Scan Me



MAM Online

Divizia Online

Activitatea de comerț electronic s-a concentrat pe modernizarea infrastructurii tehnice și creșterea capacității operaționale.

Infrastructură și portofoliu

Compania a finalizat implementarea noii platforme digitale, asigurând astfel o viteză de procesare superioară și stabilitate operațională. Această actualizare a permis listarea unui număr extins de produse, diversificând oferta comercială disponibilă online.

Aplicația mobilă MAM+

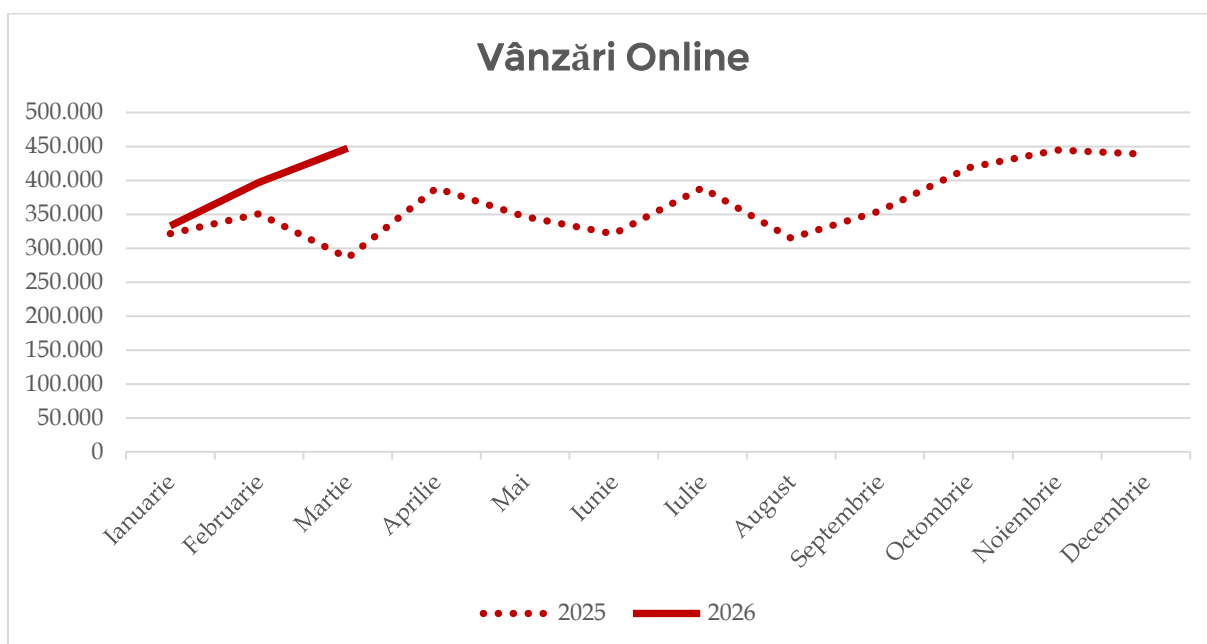
Strategia de retenție a clienților a fost consolidată prin lansarea, în septembrie 2025, a aplicației mobile MAM+, integrată în ecosistemul de vânzări al companiei.

Vânzări

Vânzările aferente T1 2026 au înregistrat o creștere de 22,94%, de la 957.484 lei în T1 2025 la 1.177.141 lei.



Scan Me



CONTUL DE PROFIT ȘI PIERDERE

Denumire indicator	31.03.2025	31.03.2026	Evoluție (%)
Cifra de afaceri netă	14.570.881	13.708.032	-5,92%
Producția vândută	1.000.601	1.403.863	40,30%
Venituri din vânzarea mărfurilor	13.980.171	12.923.376	-7,56%
Reduceri comerciale acordate	409.891	619.207	51,07%
Alte venituri din exploatare	359.729	386.944	7,57%
Venituri din exploatare	14.930.610	14.094.976	-5,60%
Cheltuieli cu materiile prime și materialele consumabile	165.301	189.817	14,83%
Alte cheltuieli materiale	0	10.554	100%
Alte cheltuieli externe	187.476	429.898	129,31%
Cheltuieli privind mărfurile	8.877.206	8.345.275	-5,99%
Reduceri comerciale primite	175.027	118.229	-32,45%
Cheltuieli cu personalul	2.899.874	2.951.417	1,78%
Salarii și indemnizații	2.837.302	2.885.716	1,71%
Cheltuieli cu asigurările și protecția socială	62.572	65.701	5,00%
Ajustări de valoare privind imobilizările corporale și necorporale	321.198	348.061	8,36%
Cheltuieli amortizare și amortismente	321.198	348.061	8,36%
Alte cheltuieli de exploatare	2.333.622	2.209.220	-5,33%
Cheltuieli privind prestațiile externe	1.212.214	1.094.976	-9,67%
Cheltuieli cu alte impozite, taxe și vărsăminte asimilate	66.608	68.468	2,79%
Cheltuieli privind calamitățile și alte evenimente similare	-	-	-
Alte cheltuieli	408.104	447.625	9,68%
Cheltuieli de exploatare	14.609.650	14.366.013	-1,67%
Profitul sau pierderea din exploatare	320.960	-271.037	-184,45%
Venituri financiare	70.760	29.579	-58,20%
Cheltuieli financiare	127.261	146.524	15,14%
Profitul sau pierderea financiar(ă)	-56.501	-116.945	-106,98%
Profitul sau pierderea brut(ă)	264.459	-387.982	-246,71%
Impozitul pe profit	44.270	0	-100%
Profitul sau pierderea net(ă) a exercițiului financiar	220.189	-387.982	-276,20%



Analiza rezultatelor financiare

Primul trimestru din 2026 s-a încheiat pentru Companie cu o **pierdere netă de 387.982 lei**, comparativ cu un profit net de 220.189 lei înregistrat în perioada similară a anului precedent. Pierderea provine preponderent de la nivelul activității de exploatare, care a generat un **rezultat negativ de 271.037 lei**, față de un profit operațional de 320.960 lei în T1 2025. Suplimentar, rezultatul financiar s-a deteriorat de la o pierdere de 56.501 lei la o pierdere de 116.945 lei.

Veniturile din exploatare au scăzut cu **5,60%**, de la 14.930.610 lei la **14.094.976 lei**. Reducerile comerciale acordate au crescut cu **51,07%**, de la 409.891 lei la **619.207 lei**, semnalând o **presiune mai puternică asupra prețurilor de vânzare**, necesară pentru susținerea volumelor în condițiile actuale ale pieței.

Cheltuielile de exploatare au înregistrat o scădere de **1,67%**, de la 14.609.650 lei la **14.366.013 lei**. Diferența dintre ritmul de scădere al veniturilor și cel al cheltuielilor a generat **un decalaj între evoluția veniturilor și cea a cheltuielilor** care explică principala parte a deteriorării rezultatului. Cheltuielile privind mărfurile au coborât cu **5,99%**, la 8.345.275 lei, evoluție corelată cu scăderea vânzărilor de mărfuri. În contrapartidă, **reducerile comerciale primite de la furnizori** s-au diminuat cu **32,45%**, de la 175.027 lei la 118.229 lei, ceea ce a generat o **presiune suplimentară asupra marjei brute**.

La nivelul celorlalte categorii de cheltuieli, Compania a menținut **o disciplină financiară fermă**. Cheltuielile cu personalul au crescut cu doar **1,78%**, de la 2.899.874 lei la **2.951.417 lei**, evoluție situată semnificativ sub rata inflației. Cheltuielile cu prestațiile externe s-au redus cu **9,67%**, de la 1.212.214 lei la **1.094.976 lei**, iar alte cheltuieli de exploatare au scăzut cu **5,33%**. O evoluție de menționat se înregistrează la nivelul ajustărilor de valoare privind imobilizările, care au crescut cu **8,36%**, la 348.061 lei, **consecință firească a investițiilor realizate** în trimestrul al treilea din 2025, în special platforma digitală și aplicația mobilă MAM+.

Rezultatul financiar s-a deteriorat la o pierdere de **116.945 lei**, față de o pierdere de 56.501 lei în T1 2025. Veniturile financiare au coborât cu **58,21%**, de la 70.760 lei la **29.579 lei**, evoluție corelată cu **reducerea disponibilităților bănești** și implicit a veniturilor din dobânzi.

Pierderea consemnată în primul trimestru reflectă **efectul cumulat al contracției consumului**, generată de pachetul de măsuri fiscale și de erodarea puterii de cumpărare, precum și **ajustările necesare în structura comercială** pentru susținerea volumelor, materializate prin reducerile comerciale acordate. Compania a continuat să **aplice principii de prudență** în gestionarea costurilor, cu o disciplină remarcabilă pe componenta de personal și pe prestațiile externe.



BILANȚ

Denumire indicator	31.03.2025	31.03.2026	Evoluție (%)
Active imobilizate			
Imobilizări necorporale	70.229	126.392	80%
Imobilizări corporale	13.118.524	13.526.307	3%
Imobilizări financiare	255.867	255.867	0%
Active imobilizate - total	13.444.620	13.908.566	3%
Active circulante			
Stocuri	9.689.957	8.975.587	-7%
Creanțe	1.150.244	716.236	-38%
Investiții pe termen scurt	3.000.000	3.000.000	0%
Casa și conturi la bănci	4.456.743	1.824.087	-59%
Active circulante - total	18.296.944	14.515.910	-21%
Cheltuieli în avans	166.411	272.714	64%
Total activ	31.907.975	28.697.190	-10%
Datorii: sumele care trebuie plătite <1 an	12.718.788	9.464.814	-26%
Datorii: sumele care trebuie plătite >1 an	1.328.324	895.834	-33%
Provizioane	40.893	40.893	0%
Venituri în avans	0	0	-
Capitaluri proprii			
Capital subscris vărsat (ct. 1012)	846.500	846.500	0%
Prime de capital	7.986.100	7.986.100	0%
Rezerve din reevaluare	1.498.108	2.581.959	72%
Rezerve	169.300	169.300	0%
Profitul sau pierderea reportată	7.099.773	7.099.773	0%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	220.189	(387.983)	-276%
Capitaluri proprii - total	17.819.970	18.295.649	3%
Total pasiv	31.907.975	28.697.190	-10%



Analiza poziției financiare

La data de 31 martie 2026, Compania înregistrează un total al activelor de **28.697.190 lei**, în scădere cu **10%** comparativ cu poziția la 31 martie 2025, de 31.907.975 lei. Echilibrul bilanțier este menținut, totalul pasivelor reflectând aceeași valoare. Contractia se reflectă preponderent la nivelul activelor circulante, în timp ce activele imobilizate consemnează o ușoară majorare.

Activele imobilizate au crescut cu **3%**, de la 13.444.620 lei la **13.908.566 lei**, evoluție susținută de majorarea imobilizărilor corporale cu **3%** și de creșterea consistentă a imobilizărilor necorporale cu **80%**, de la 70.229 lei la **126.392 lei**, care reflectă continuarea investițiilor Companiei în infrastructura digitală, în concordanță cu strategia de digitalizare formulată anterior. Imobilizările financiare s-au menținut la nivelul de 255.867 lei.

Activele circulante au înregistrat o scădere de **21%**, de la 18.296.944 lei la **14.515.910 lei**. Evoluția cea mai semnificativă se înregistrează la nivelul **disponibilităților bănești**, care scad cu **59%**, de la 4.456.743 lei la **1.824.087 lei**, reflectând utilizarea numerarului pentru **rambursarea anticipată a datoriilor**, reducerea soldurilor furnizorilor și susținerea ciclului operațional. Stocurile au coborât cu **7%**, de la 9.689.957 lei la 8.975.587 lei, semnal de **management mai prudent al inventarului**, iar creanțele s-au redus cu **38%**, de la 1.150.244 lei la **716.236 lei**, indicând **îmbunătățirea termenelor de încasare**. Investițiile pe termen scurt s-au menținut la 3.000.000 lei.

La nivelul datoriilor, Compania a continuat procesul de **reducere a îndatorării**, în linie cu prioritățile strategice formulate de Consiliul de Administrație. Datoriile cu scadența sub un an au scăzut cu **26%**, de la 12.718.788 lei la **9.464.814 lei**, iar datoriile cu scadența peste un an au scăzut cu **33%**, de la 1.328.324 lei la **895.834 lei**. Această reducere consistentă a expunerii financiare reflectă **disciplina financiară** și prudența în gestionarea fluxurilor de numerar, dar explică și contractia semnificativă a disponibilităților bănești.

Capitalurile proprii au înregistrat o creștere de **3%**, de la 17.819.970 lei la **18.295.649 lei**, în pofida pierderii nete consemnate în primul trimestru din 2026. Evoluția pozitivă a fost susținută de **majorarea rezervelor din reevaluare** cu **72%**, de la 1.498.108 lei la **2.581.959 lei**. Capitalul subscris vărsat, primele de capital, rezervele și profitul reportat s-au menținut la valorile anterioare.

Per ansamblu, structura bilanțieră la finalul primului trimestru din 2026 reflectă **o Companie în proces activ de consolidare financiară**, cu o reducere semnificativă a expunerii la datorii, un management mai prudent al stocurilor și al creanțelor, dar și cu o **rezervă de lichiditate mai redusă** comparativ cu perioada anterioară. Compania menține un nivel solid al capitalurilor proprii și își păstrează capacitatea de finanțare a activității operaționale curente.



BUGETUL DE VENITURI ȘI CHELTUIELI PE 2026 (rectificat)

Denumire indicator	Buget 2026 rectificat
Venituri din servicii	4.492.827
Venituri din vânzare mărfuri	53.465.875
Reduceri comerciale acordate	-1.883.021
Alte venituri	-
Venituri din exploatare - total	56.075.681
Materiale	457.461
Mărfuri	34.752.818
Transport bunuri	1.042.519
Întreținere	249.726
Reduceri comerciale primite	-387.834
COGS	36.114.690
Marja brută	19.960.992
%	35,6%
Cheltuieli administrative	20.110.729
Chirii	2.453.857
Energie, apă	866.012
Personal	12.227.427
Prestații externe	3.018.434
Publicitate	1.452.657
Terți	982.963
Alte prestații externe	571.158
Alte impozite și taxe	299.360
Alte cheltuieli de exploatare	-177.616
Active cedate (net)	-
Amortizare	1.423.255
Cheltuieli din exploatare - total	56.225.419
Rezultatul din exploatare	-149.737
Venituri dobânzi	162.006
Venituri diferențe curs	46.041
Sconturi primite	22.559
Venituri financiare	230.605
Cheltuieli dobânzi	376.466
Cheltuieli diferențe curs	79.526
Sconturi acordate	153.789
Cheltuieli financiare	609.781
Rezultatul financiar	-379.176
Rezultatul brut	-528.913
Impozit	220.728
Rezultat net	-749.641
Net profit margin %	-1,3%
EBITDA	1.271.518
EBITDA %	2,27%



Considerații strategice

În contextul deteriorării condițiilor de piață observate începând cu luna decembrie 2025 și confirmate în primul trimestru din 2026, Consiliul de Administrație al Companiei propune **rectificarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli aprobat anterior** de Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor din 20 aprilie 2026. Decizia reprezintă o **măsură de prudență managerială**, menită să alinieze estimările Companiei la realitatea actuală a pieței și să asigure un cadru bugetar credibil pentru exercițiul financiar 2026.

Bugetul rectificat reflectă o **ajustare a veniturilor totale din exploatare cu 7,3%** comparativ cu rezultatele realizate în exercițiul 2025, de la 60,49 mil. lei la **56,08 mil. lei**, evoluție în linie cu prudența necesară în sectorul de bricolaj și amenajări interioare. Costurile au fost recalibrate proporțional, cu accent pe **optimizarea cheltuielilor cu personalul, gestionarea eficientă a stocurilor de mărfuri** și menținerea disciplinei financiare în zonele controlabile.

Rezultatul net proiectat pentru exercițiul financiar 2026 este de **-749.641 lei**, reflectând impactul cumulativ al condițiilor de piață și al perioadei de adaptare operațională. EBITDA rămâne **pozitivă, la nivelul de 1,27 mil. lei**, reprezentând **2,27% din cifra de afaceri**, ceea ce confirmă **capacitatea Companiei de a genera flux operațional pozitiv** chiar și în condițiile actuale ale pieței.

Bugetul rectificat este construit pe ipoteze prudente și ține cont de realitățile macroeconomice curente, inclusiv de impactul măsurilor fiscale aplicate etapizat începând cu august 2025 și de evoluția consumului de produse nealimentare. Compania anticipează o **ajustare graduală a rezultatelor** pe parcursul anului, susținută de măsurile operaționale aflate deja în implementare: optimizarea ofertei comerciale, gestionarea mai eficientă a stocurilor, controlul strict al cheltuielilor cu personalul și continuarea investițiilor în **digitalizare și retenția clienților** prin platforma online și aplicația mobilă MAM+.

Conducerea Companiei va **monitoriza permanent evoluția indicatorilor cheie** și va comunica investitorilor în timp util orice modificare semnificativă față de ipotezele bugetare prezentate. Rectificarea Bugetului de Venituri și Cheltuieli pentru exercițiul financiar 2026 a fost comunicată pieței și prin Raportul curent nr. 5 din data de 27.05.2026, publicat conform prevederilor legale aplicabile.



INDICATORI FINANCIARI

Denumire indicator	T1 2025	T1 2026
Indicatorul lichidității curente (Active curente/ Datorii curente)	1,44	1,53
Indicatorul gradului de îndatorare (Capital împrumutat/ Capital propriu) *100	7,45%	4,90%
Indicatorul gradului de îndatorare (Capital împrumutat / Capital angajat) *100	6,94%	4,67%
Viteza de rotație a activelor imobilizate (Cifra de afaceri/Active imobilizate)	1,08	0,98



MOBILIERUL TĂU, EXACT AȘA CUM VREI

Servicii profesionale de
Debitare și cântuire PAL/MDF



Te așteptăm în atelierelor din București:



Șos. Morarilor,
nr. 2A, sector 2



Str. Luica, nr.
180, sector 4

DECLARAȚIA CONDUCERII

Subsemnatul, Cristian Găvan, în calitate de Președinte al Consiliului de Administrație S.C. MAM Bricolaj S.A., confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că situațiile financiare neauditate pentru primele trei luni din 2026 redau o imagine corectă și conformă cu realitatea a activelor, obligațiilor, poziției financiare și a situației veniturilor și cheltuielilor S.C. MAM Bricolaj S.A. și că Raportul întocmit pentru perioada 1 ianuarie 2026 și 31 martie 2026 oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc pe parcursul primelor trei luni din 2026 și a impactului asupra situațiilor financiare ale companiei.

Cristian GAVAN

Președinte Consiliu de Administrație MAM Bricolaj

ÎȚI DĂM BANII ÎNAPOI CU APLICAȚIA MAM+

Scanează aplicația MAM+ și primești puncte la fiecare achiziție

100 PUNCTE = 1 LEU PENTRU CUMPĂRĂTURILE TALE

15:53

MAM Bricolaj

419

Bună, Mihai!

Card Virtual MAM+

Scanează la casierie

Sold activ 2 LEI

Ai economisit 14.00 LEI