

ABN Systems vizeaza listarea la bursa pentru a-si finanta expansiunea pe pietele externe

Compania are în portofoliu peste 30.000 de produse și accesorii IT&C și beneficiaza de o infrastructura de business moderna, care i-a permis de-a lungul celor 19 ani de existență o creștere consistenta a vânzarilor atât la nivel intern, cât și pe piețele externe.

Deținătoare a singurului brand 100% românesc de accesorii telecom și produse Smart Home, Tellur, ABN Systems a înregistrat creșteri ale vânzarilor și anul trecut, în pofida contextului economic negativ determinat de pandemia COVID-19.

Compania ofera, în prezent, cea mai extinsa gama de soluții integrate de mobilitate, infrastructura IT si de stocare, sisteme de supraveghere video, echipamente si automatizari industriale din România.

Finanțarea de pe piața de capital va urca business-ul la un nivel superior, fiind vizata o creștere accelerata a vânzarilor la export, care urmeaza sa fie motorul principal de dezvoltare al companiei în perioada urmatoare.

București, 16 septembrie 2021. ABN Systems International, detinatoarea singurului brand 100% românesc de accesorii telecom și produse Smart Home, Tellur, si unul dintre liderii pietei de distributie de produse si accesorii IT&C din România, are în plan listarea la Bursa de Valori București (BVB), pâna la sfârșitul acestui an, pentru a-si finanta dezvoltarea accelerata pe pietele externe și a-si consolida pozitia pe piata autohtona, prin accesarea unor noi nișe de business. Demersurile pentru oferta premergatoare listarii și pentru procesul de listare vor fi facute împreuna cu TradeVille.

În 2020, ABN Systems a înregistrat o cifra de afaceri de peste 19,21 milioane de euro (93,57 milioane de lei) și un profit de 1,17 milioane euro (5,7 milioane de lei), rezultate în creștere față de 2019. Anul trecut, vânzarile B2B au crescut cu 70%, cele prin retaileri online - cu 60%, iar vânzarile în sistem marketplace - cu 53%.

În pofida concurenței pe piața IT&C, a crizei economice din 2009 și a pandemiei COVID-19, compania a gasit solutii pentru a-si îmbunatatii indicatorii de profitabilitate, solvabilitate si lichiditate, menținând un ritm de creștere organica a business-ului de circa 10% pe an, din 2005 încoace. Indicatorul eficienței operaționale, marja EBITDA, a crescut, în ultimii doi ani, la 7,4% în 2020 și 2019, față de 6,2% (2018), respectiv 6,4% (2017).

Strategia de creștere a ABN Systems a avut în vedere patru piloni de business principali: (1) vânzari pe pietele externe (exporturi), cu o pondere de peste o treime din cifra de afaceri; (2) vânzari B2B; (3) distribuție prin marile lanțuri de magazine; și (4) listarea de produse prin retaileri online specializați - care îi permit sa se adapteze exigențelor unei pieței foarte competitive precum cea a echipamentelor și accesoriiilor IT&C.

„Investițiile din ultimii ani și munca dedicata a echipei au facut ca ABN Systems sa dețină o infrastructura de business adaptata la toate provocarile pieței, ceea ce ne permite creșterea accelerata pe pietele externe, unde suntem deja prezenți, și consolidarea poziției pe piața locala. Suntem în punctul în care putem accelera semnificativ creșterea organica din ultimii ani, folosind exporturile ca motor principal de creștere. Ne bazam pe expertiza necesara, certificata de rezultate de-a lungul anilor, pe o echipa solida, pe parteneriate cu cei mai buni producatori din lume, precum și pe un brand propriu, Tellur. Mai avem nevoie de capital de lucru suplimentar, care devine necesar pe masura ce adaugam noi furnizori și clienți în portofoliu, din zeci de țari, de pe trei continente. Astfel, soluția atragerii de finanțare de pe piața de capital ni se pare cea mai adecvata pentru aceasta etapa de dezvoltare, fiind convinși ca atât performanțele deja dovedite ale companiei, cât și planurile ambițioase de expansiune vor beneficia de încrederea investitorilor,” a declarat **George Barbu**, *CEO al ABN Systems*

International.

Pe lângă brandul propriu Tellur (creat în 2015 și ale cărui vânzări sunt în ascensiune, deopotrivă pe plan intern și pe piețele externe), ABN Systems are parteneriate pe termen lung cu branduri de renume mondial, între care se numără Poly (ex. Plantronics și Polycom), Panasonic, EPOS (ex. Sennheiser), Logitech și altele.

Beneficiind de relațiile dezvoltate cu parteneri globali de top și de experiența acumulată în deschiderea de noi piețe de desfacere, compania reușește să fie prezentă, la momentul actual, în peste 25 țări, atât prin rețele de distribuitori, cât și prin intermediul platformelor de retail online. Astfel, principalele piețe externe sunt situate în Europa, America și Orientul Mijlociu, în țări precum Africa de Sud, Canada, Franța, Germania, Israel, Italia, Mexic, Polonia, Spania, Suedia, Turcia, UK și SUA. Planurile de expansiune externă, care vor fi susținute prin atragerea de finanțare de pe piața de capital, au în vedere atât creșterea pe piețele unde ABN Systems este prezentă acum, cât și accesarea de noi piețe în state din Europa de Vest, țările din fosta URSS, Orientul Apropiat și chiar America de Sud.