

Stimați investitori,

Publicarea acestui raport financiar pentru anulul 2019, survenită după recenta listare la BVB a obligațiunilor Agroland Business System, îmi oferă prilejul să vă mulțumesc pentru votul de încredere acordat planurilor de dezvoltare a companiei noastre.

Pe lângă aprecierea clienților și a furnizorilor noștri, pe care am dobândit-o de-a lungul mai multor ani, prin interacțiune directă, investițiile dumneavoastră ne conferă încă o certificare, de data aceasta venită de pe piața de capital, a rezultatelor obținute până acum și a strategiei de creștere pe care am conceput-o.

Avem o poziție de lider într-o arie de comerț - cu produse pentru grădină, fermă și animale de companie - ale cărei perspective de creștere rămân foarte bune, în pofida situației fără precedent ce a afectat economia mondială în ultimele luni. Mai mult, ne-am alcătuit o echipă solidă, cu expertiza necesară pentru a valorifica oportunitățile de expansiune pe această piață.

Pentru a pune bazele unei creșteri sustenabile, 2019 a fost un an al investițiilor, în care am deschis 22 de magazine noi, reprezentând aproape 10% din totalul de unități pe care le avem în prezent. Majoritatea acestor magazine au fost inaugurate în semestrul al II-lea, ceea ce se reflectă în bilanțul contabil printr-o diminuare a profitabilității.

Închirierea spațiilor comerciale, trecerea la suprafețe medii chiar și de 4-5 ori mai mari decât în unitățile mai vechi, o nouă abordare în amenajarea magazinelor (centrată pe îmbunătățirea experienței cumpărătorilor), extinderea gamei de produse, angajarea și instruirea personalului - toate aceste operațiuni au necesitat cheltuieli considerabile.

Totuși, ele au fost estimate cu precizie și asumate în prealabil de managementul companiei, iar rezultatele acestor investiții, concretizate în creșterea cifrei de afaceri și a profitului, s-au cunoscut deja din semestrul I al acestui an.

Astfel, suntem „în grafic” în ceea ce privește crearea condițiilor necesare pentru a efectua o mărire de capital, printr-un plasament privat de acțiuni, urmat de listarea lor pe piața AeRO a BVB.

Specificul comerțului nostru presupune o relație apropiată cu clienții, care ne cer sfaturi și asistență pentru creșterea păsărilor, amenajarea grădinii, protecția plantelor sau îngrijirea animalelor de companie. Ei nu cumpără doar niște produse, ci fac o investiție de încredere în expertiza noastră.

La fel ați făcut și dumneavoastră, deocamdată ca deținători de obligațiuni, iar în viitorul apropiat ne-am bucura să vă numărați și între acționari.

Am pornit pe un drum împreună și suntem siguri că, prin comunicarea constantă și transparentă a activității noastre, vom dovedi și pe piața de capital că știm ce mult contează pentru dezvoltarea unui business stabilirea unor relații de încredere și că suntem dedicați unor parteneriate de lungă durată, precum cele pe care le-am construit cu majoritatea furnizorilor și cumpărătorilor noștri.

În acest sens, ne propunem ca, la fiecare publicare a unui bilanț financiar și alte notificări către BVB, să vă aducem o confirmare în plus că ați făcut o alegere bună prin a fi alături de noi.

Horia Dan Cardoso

Director General

Agroland Business System S.A.



RAPORT ANUAL 2019 conform Regulamentului A.S.F. nr. 5 /2018

Raportul anual conform:	art. 223 lit. A din Regulamentul A.S.F. nr. 5/2018 privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață
Pentru exercițiul financiar	01 ianuarie 2019 – 31 decembrie 2019
Data raportului	24 iulie 2020
Denumirea Emitentului	AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A.
Sediul social	Timisoara, str. Garii nr. 14, jud. Timis, Romania
Numar de telefon/fax	0731333791/004 0256 247435
Codul unic de inregistrare la Oficiul National al Registrului Comertului	RO 25165241
Numarul de ordine in Registrul Comertului	J35/405/2009
Capitalul social subscris si varsat	1.000.500 lei
Sistemul multilateral de tranzactionare	SMT-BVB
COD LEI	984500G4WKBE7DN7A731
Principalele caracteristici ale valorilor mobiliare emise de emitent:	Obligatiuni corporative nominative, negarantate, neconvertibile – simbol AGR25

Cuprins

1. Analiza activitatii emitentului	3
1.1 Descrierea activitatii de baza a emitentului	3
1.2 Evaluarea nivelului tehnic al emitentului	4
1.3 Evaluarea activitatii de aprovizionare tehnico-materiala	6
1.4 Evaluarea activitatii de vanzare	7
1.5 Evaluarea aspectelor legate de angajatii/personalul	10
1.6 Evaluarea aspectelor legate de impactul activitatii de baza a emitentului asupra mediului inconjurator	11
1.7 Evaluarea activitatii de cercetare si dezvoltare	11
1.8 Evaluarea activitatii emitentului privind managementul riscului	12
1.9 Elemente de perspectiva privind activitatea emitentului.....	16
2. Actiunile corporale ale emitentului	18
2.1. Precizarea amplasării și a caracteristicilor principalelor capacități de producție în proprietatea emitentului	18
2.2. Descrierea și analiza gradului de uzură a proprietăților emitentului.....	18
2.3. Precizarea potențialelor probleme legate de dreptul de proprietate asupra activelor corporale ale emitentului	18
3. Piața valorilor mobiliare emise de emitent	18
3.1. Precizarea piețelor din România și din alte țări pe care se negociază valorile mobiliare emise	18
3.2. Descrierea politicii emitentului cu privire la dividende.	19
Precizarea dividendelor convenite/plătite/acumulate în ultimii 3 ani și, dacă este cazul, a motivelor pentru eventuala micșorare a dividendelor pe parcursul ultimilor 3 ani	
3.3. Descrierea oricăror activități ale emitentului de achiziționare a propriilor acțiuni...20	
3.4. În cazul în care emitentul are filiale, precizarea numărului și a valorii nominale a acțiunilor emise de societatea-mamă deținute de filiale	20
3.5. În cazul în care emitentul a emis obligațiuni și/sau alte titluri de creanță datorie, prezentarea modului în care emitentul își achită obligațiile față de deținătorii de astfel de valori mobiliare	20
4. Conducerea Emitentului.....	20
5. Situatia Financiar – Contabila	21

1. Analiza activitatii emitentului

1.1 Descrierea activitatii de baza a emitentului

Societatea **Agroland Business System S.R.L** s-a infiintat in anul 2009 avand ca obiect de activitate comerțul cu amanuntul in magazine specializate cu produse pentru gradina, ferma si animale de companie.

Societatea si-a inceput activitatea prin vanzarea de pasari si furaje pentru pasari, ajungand sa fie astazi cel mai mare furnizor din domeniu de pui de o zi: de gaina, de curca, de bibilica, fazan, precum si boboci de rata si de gasca, extinzand aria de activitate, comercializand si alte specii de animale de ferma, aceasta determinand cresterea cifrei de afaceri si o vizibilitate mai ridicata a companiei in randul fermierilor.

Odata cu trecerea timpului, in ceea ce priveste categoria de "Furaje", societatea s-a orientat pe comercializarea de produse de calitate superioara din aceasta categoria, destinate pentru gospodarie si intr-o mai mica masura fermelor industriale. Luand in considerare publicul tinta pentru produsele de tip "Ferma", dar vizand si extinderea acestuia la noi categorii de clienti, Agroland a intrat si pe nisa de produse din categoria "Pet Care". Extinderea rețelei de magazine de desfacere a facut ca sa includa o noua gama de produse, respectiv cele din categoria "Gradina". Aici au fost incluse o serie de produse de interes general, tip butasi de trandafiri, arbusti si pomi fructiferi, seminte de legume si bulbi de flori.

In acest fel, compania a reusit o extindere logica catre produse avand o parte din publicul tinta similar celui pentru produsele anterior comercializate dar, in acelasi timp vizand si noi categorii de clienti. Rezultatul a fost pe de o parte extinderea gamei de produse din magazine cat si extinderea clientelei.

Profitand de intrarea pe segmentele "Pet care" si "Gradina" si de potentialul de dezvoltare masiv al acestora, Societatea este in curs de recrutare a un *senior buyer* cu experienta inclusiv pe *gardening*, dar si a unui category manager cu experienta in *pet care*, vizand o extindere in forta a acestor categorii. Profitand de avantajul competitiv al Societatii, dat de numarul de magazine si de proximitatea fata de clienti, de experienta asimilata prin recrutarea de personal specializat, Agroland a ajuns in pozitia de a concura cu succes cu magazine mai cunoscute pe zonele de „gardening” si „pet care” precum: Dedeman, Hornbach, Animax sau Zoocenter.

O alta linie de business dezvoltata de companie este aceea de fitofarmacii. Astfel, in anul 2018, pornind de la un sondaj realizat la nivelul clientilor existenti, in urma caruia intre 25% si 40% dintre acestia erau interesati ferm de produse de fitofarmacie, Societatea a decis dezvoltarea segmentului de fitofarmacii.

Din anul 2016 pana in anul 2019, a functionat in cadrul ABS divizia Agribusiness. Aceasta divizie se ocupa cu comerțul de inputuri pentru agricultura (seminte, fertilizanti, motorina, pesticide, etc) in judetele din sud-vestul Romaniei. La sfarsitul anului 2018 s-a infiintat compania Agroland Agribusiness, in cadrul careia ABS detine 80%, restul de 20% fiind detinut de managerul diviziei.

Initial compania a mers pe strategia de a deschide magazine proprii inasa, profitand de notorietatea castigata, a luat decizia dezvoltarii de noi magazine in sistem de franciza. In urma acestei decizii strategice numarul de magazinelor detinute de companie a crescut intr-un ritm accelerat. Astfel, in anul 2011, Agroland detinea deja 100 de magazine, ajungand ca in 2014

sa fie inaugurat magazinul cu numarul 200. Din acest moment, compania si-a concentrat resursele pe imbunatatirea calitatii partenerilor francizati si pe cresterea vanzarilor din fiecare magazin existent.

Astfel, 34 din magazine sunt operate de catre Agroland Business System, 21 de catre subsidiara S.C. Magazinul Micului Fermier S.R.L. (achizitionata in 2019 in proportie de 100%), iar restul de 186 de catre 54 de parteneri in Franciza.

Plecand de la aceste elemente in dinamica asteptarilor consumatorilor, Agroland a schimbat din mers modelul de business, optand pentru marirea suprafetelor magazinelor operate de companie, aceasta directie fiind sustinuta si de extinderea gamei de produse comercializate. In acest context vizibilitatea si atractivitatea magazinelor Agroland a crescut constant.

Societatea estimeaza ca in cadrul pietei actuale din Romania, un format de magazine de aproximativ 400 mp poate asigura atat o crestere a vanzarilor cat si a marjelor.

Din punct de vedere al formei juridice, la data de 29.01.2020, societatea Agroland s-a transformat din societate cu raspundere limitata in societate pe actiuni, acesta facand parte dintr-un plan mai amplu, ce are in vedere accesarea de catre Companie la un nou nivel de dezvoltare, care se intentioneaza a fi sustinut folosind si mecanismele de finantare oferite de piata de capital.

In ceea ce priveste societatile din grupul ABS, deoarece acestea se ocupa cu activitati diferite, Emitentul a luat decizia de a transforma diviziile in societati de sine statatoare pentru a asigura un control mai eficient asupra acestora si a se putea concentra in cadrul Agroland Business System pe liniile de business ramase. Astfel, in 2017, Emitentul a decis sa transforme diviziile care activau in cadrul Agroland Business System SRL in societati de sine statatoare precum Agroland Professional Farm SRL, Agroland Agribusiness si Agroland Megastore.

1.2 Evaluarea nivelului tehnic al emitentului

Societatea Agroland a obtinut un profit net de 2.465.893 RON pentru exercitiul financiar incheiat la 31 decembrie 2019. Situatiile financiare au fost intocmite in conformitate cu standardele contabile din Romania si sunt anexate prezentului raport.

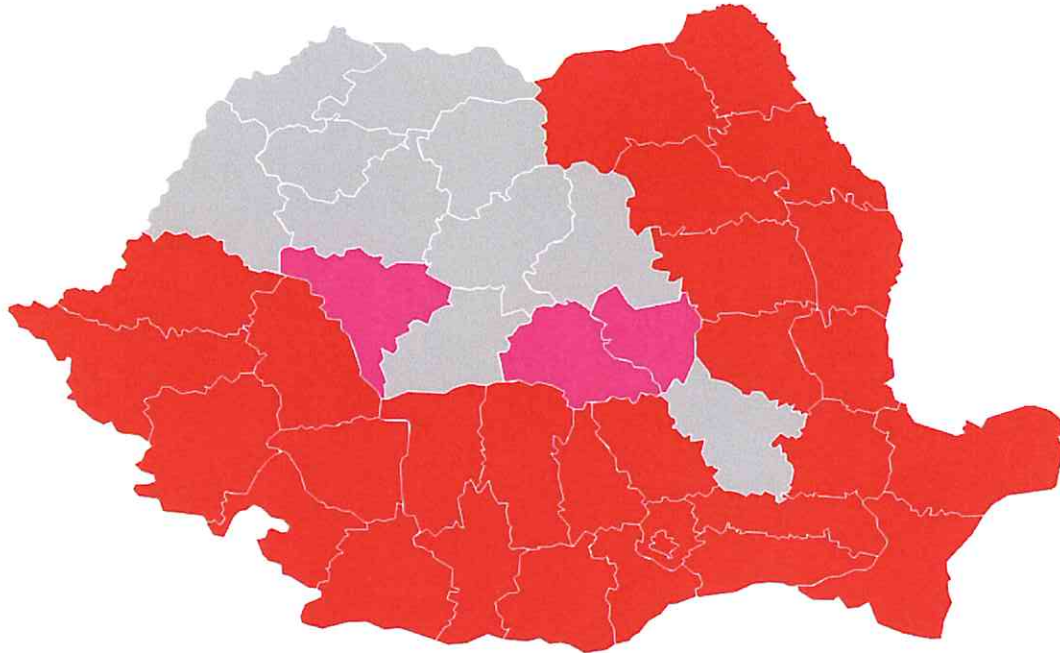
Situatiile financiare aferente exercitiului financiar incheiat la 31 decembrie 2019 au fost auditate de catre Auditorul societatii: Expert Ignea Nicolae SRL cu sediul social in Timisoara, Str. Simion Barnutiu 71 A, inregistrat la Registrul Comertului sub nr. J35/1277/2001, cod unic de inregistrare la DGFPCFS Timis 14290974, autorizat de Camera Auditorilor Financiar din Romania, reprezentata legal prin Ignea Daniel, membru CAFR, posesor certificat nr. 4190/27.01.2012.

Agroland Business System S.A. are ca obiect principal de activitate comerțul cu produse pentru gradina, ferma si animale de companie prin intermediul lantului de magazine de profil care acopera 28 de judete din Romania.

Daca initial compania a infiintat magazine proprii in care comercializa pasari si furaje pentru pasari, ulterior, aceasta a extins activitatea gradual si catre alte categorii de animale de ferma. Avand in vedere insa cerintele clientilor existenti dar si din dorinta de a extinde clientela, Agroland a inceput sa comercializeze in lantul de magazine proprii si o serie de produse de intretinere pentru animalele de companie, in legatura cu care si-a propus si a obtinut o serie de avantaje competitive comparativ cu alti comercianti:

- game foarte variate de produse de la cele economice la cele premium si superpremium;

- sortimente de hrana diverse pentru caini si pisici, atat pentru categoria de produse de elita cat si pentru cea standard;
- comercializarea sortimentelor de hrana prin intermediul unor marci proprii;
- marci pentru care compania detine exclusivitate pe teritoriul Romaniei.



Sursa: Agroland Business System S.A.

Legenda



Plecand de la obiectivul companiei de extindere a gamei de produse comercializate, odata cu cresterea notorietatii si a anvergurii companiei, Agroland a inclus un nou segment de produse, respectiv cele din categoria "Gradina", pe modelul sectiunii specializate din cadrul magazinelor de bricolaj precum Dedeman sau Hornbach. Astfel, in magazinele companiei au fost listate o serie de produse de interes general, de tipul butasilor de trandafiri, arbustilor si pomilor fructiferi, semintelor de legume si bulbilor de flori.

O alta linie de business pe care compania intentioneaza sa o dezvolte in continuare este aceea de fitofarmacii. In acest sens, in anul 2018, pornind de la un sondaj intern realizat la nivelul clientilor existenti, Societatea a decis dezvoltarea segmentului de fitofarmacii. In prezent, Agroland a ajuns la un numar de 10 fitofarmacii in zona Olteniei. Deocamdata aceasta linie de business se afla la stadiul de proiect pilot compania dorind sa il extinda si in alte zone, in perioada urmatoare.

Începând cu anul 2017, la nivelul grupului Agroland s-a dorit separarea furnizării produselor pentru persoanele fizice de cele pentru persoanele juridice, în acest sens înființându-se două companii diferite:

- Agroland Professional Farm – ofera soluții de nutriție pentru fermele zootehnice;
- Agroland Agribusiness - inputuri pentru agricultura.

Grupul este format din Agroland Business System S.A., Agroland Professional Farm și Agroland Agribusiness și nu este înregistrat la ONRC.

Din anul 2016 până în anul 2019 a funcționat în cadrul grupului divizia Agribusiness. Această divizie se ocupa cu comerțul de inputuri pentru agricultura (seminte, fertilizanti, motorina, pesticide etc) în județele din sud-vestul României. La sfârșitul anului 2018 s-a înființat compania Agroland Agribusiness, în cadrul căreia ABS deține 80%, restul de 20% fiind deținut de managerul diviziei.

Pe lângă lanțul de magazine proprii în care grupul Agroland pune în vânzare produsele, acesta a dezvoltat și un sistem extins de magazine în franciză. Numărul total de magazine Agroland este în prezent de 247, după cum urmează:

- 34 magazine sunt operate de către Agroland Business System;
- 21 de magazine sunt operate de către subsidiara S.C. Magazinul Micului Fermier S.R.L. (achiziționată în 2019 în proporție de 100%);
- 190 de magazine sunt operate în sistem de franciză de către 54 de parteneri.

Agroland nu vinde produse în afara sistemului propriu și de franciză. Magazinele care operează sub franciză sunt obligate să expună aceeași marfă (achiziționată de la ABS), la aceleași prețuri și să aplice aceleași politici precum magazinele proprii.

De asemenea, în anul 2019 a fost înființată Agroland Megastore S.R.L., divizia care are ca obiect construirea de magazine și închirierea lor (la prețul pieței), în care Agroland Business System S.A. are o participatie de 95%.

1.3 Evaluarea activității de aprovizionare tehnico-materială de completat cu date legate de furnizori

Agroland este în esență un retailer specializat. Principalele 3 categorii comercializate de companie sunt Grădina, Pet Care și Ferma.

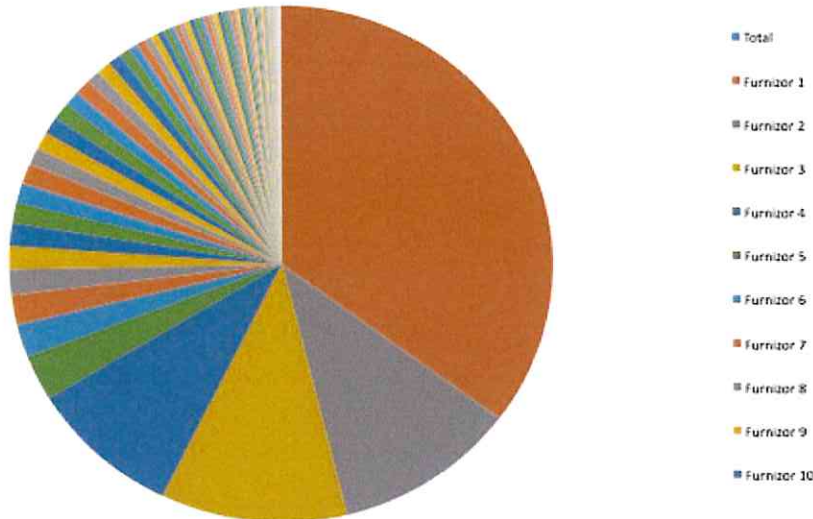
Pondere cea mai mare în veniturile companiei o reprezintă categoria de Ferma, pe acest segment reprezentând mai mult de jumătate din venituri și fiind reprezentat de categoria de produse de tip furaje și pui.

În același timp, câștiga teren de la an la an segmentul de „Pet care”, în anul 2019 crescând la 12.36% din venituri, de la un nivel de 10.18% în anul 2018.

În această etapă, Agroland evoluează de la magazine tradiționale cu suprafețe cuprinse între 50-100 mp către magazine specifice retailului modern cu suprafețe de 400 -500 mp.

De asemenea începând cu anul 2020 avem în plan să integram un nou departament de achiziții. În continuare, Agroland țintește modificarea organizării interne pentru a replica funcțiunile unui retailer modern.

Din punct de vedere al furnizorilor, baza este de 117 furnizori activi pentru anul 2019. Informațiile legate de furnizori și de complexitatea gamelor de produse se realizează prin intermediul platformei ERP SENIOR Software prin procese automate optimizate de facturare, sincronizare stocuri, dar și analiza vânzării și trasabilitatea produselor prin modul *BI-business intelligence*. Suntem în curs de implementare a comenzilor directe către furnizori prin sistemul ERP Senior.

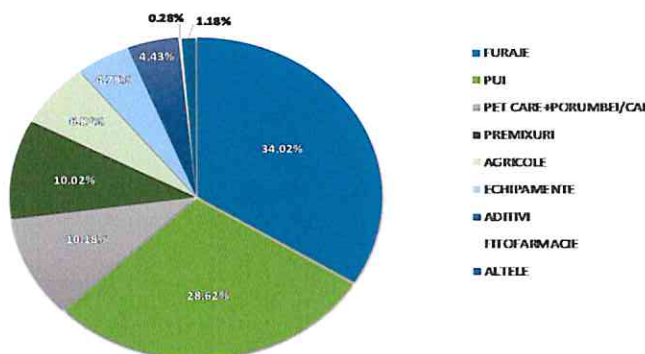


1.4 Evaluarea activității de vânzare

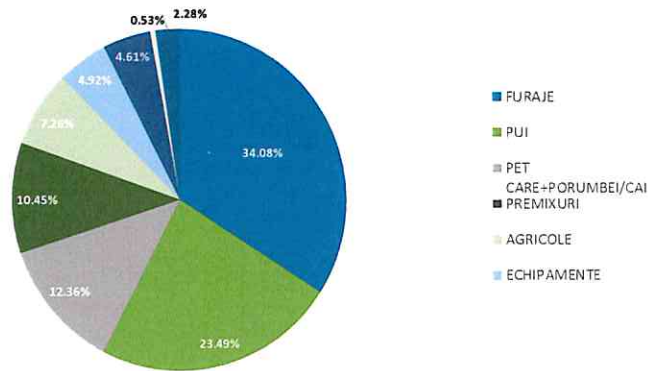
Detalierea structurii veniturilor operaționale pe segmente de business

În 2019, 29% din cifra de afaceri a fost realizată în magazinele proprii (inclusiv în societatea achiziționată în 2019, Magazinul Micului Fermier), iar restul cifrei de afaceri a fost realizată prin vânzarea către Partenerii noștri în franciză. Aceștia sunt obligați prin contract ca toată marfa să o achiziționeze de la ABS.

Ponderele segmentelor de business în vânzările nete totale în 2018



Sursa: Agroland Business System S.A.

Ponderea segmentelor de business in vanzarile nete totale in 2019


CLASIFICARE	2018	2019
FURAJE	34.02%	34.08%
PUI	28.62%	23.49%
PET		
CARE+PORUMBEI/CAI	10.18%	12.36%
PREMIXURI	10.02%	10.45%
AGRICOLE	6.51%	7.26%
ECHIPAMENTE	4.75%	4.92%
ADITIVI	4.43%	4.61%
FITOFARMACIE	0.28%	0.53%
<u>ALTELE</u>	<u>1.18%</u>	<u>2.28%</u>
Total	100.00%	100.00%

Sursa: Agroland Business System S.A.

Cienti principali

La nivelul anului 2019, conform datelor inregistrate de catre Agroland, a fost inregistrat un numar total de aproximativ 2,200,000 de clienti care au facut cumparaturi din magazinele Agroland, luand in considerare atat magazinele proprii cat si cele in franciza.

Dintre cei 2.2 milioane de clienti inregistrati anul trecut, un procent de 30% dintre ei au fost deserviti in magazinele proprii si iar diferenta de 70% au facut cumparaturi in magazinele partenerilor (in franciza).

Conform datelor inregistrate de Agroland in anul 2019, cei mai mari parteneri in franciza sunt:

- OG Electronica – cu achizitii de 10 mil. RON
- Agrovimaluc – cu achizitii de 7.4 mil. RON
- Cosbomar – cu achizitii de 4.25 mil. RON

Partenerii Agroland au obligatia de a achizitiona produsele in exclusivitate de la ABS, sau de la furnizori agreeati de ABS. Termenele de plata se intind de la 30 la 90 de zile, numarul depinzand de produs si de categoria din care face parte.

Partenerii garanteaza plata facturilor cu Bilete la Ordin avalizate personal, avand o limita de 10% din cifra de afaceri din anul anterior. Partenerii trebuie sa se incadreze in aceasta limita pentru a putea achizitiona produsele prin facturi cu plata la termen. De asemenea, aceasta limita de 10% reprezinta si cifra la care se tranzactioneaza la nivel de magazine intre parteneri sau intre parteneri si ABS.

Principalii competitori

Din punct de vedere al competitiei pe sectorul de piata pe care este prezenta Agroland, nu putem vorbi de o polarizare a acesteia in jurul unor anumite companii, fiind mai degraba un sector avand competitori multi si de talie mica. Cu toate acestea, Agroland este cel mai important jucator la nivel national pentru produsele pe care le comercializeaza, avand in aceasta privinta o pozitie ce-i permite cresterea in continuare, competitia fiind destul de redusa.

Aceasta pozitie favorizata in raport cu competitia este posibila ca urmare a dezvoltarii in timp de catre Companie a lantului extins de magazine (proprii si in franciza), care acopera nu mai putin de 28 de judete din Romania.

Luand in considerare acoperirea geografica, putem spune ca Agroland nu inregistreaza competitori care sa fie prezenti pe o arie geografica la fel de intinsa si care sa comercializeze o gama la fel de variata de produse. Practic, doar 3 companii, care comercializeaza produse similare cu cele ale Agroland, au o acoperire teritoriala ceva mai extinsa, insa aceasta se limiteaza la numai 4-6 judete.

Cei trei mari competitori sunt:

- **Purina** - producator de furaje cu reseaua de dealer, ce comercializeaza furaje, concentrate, premixuri, suplimente, aditivi. Purina nu detine magazine propria in Romania, comercializand produsele printr-o retea de peste 50 de distribuitori, acoperind toate regiunile tarii.
- **Agromar Balotesti** – producator de pui si furaje, detine 12 magazine in judetele Ilfov, Ialomita, Giurgiu si Dambovita. De asemenea, Agromar are o fabrica de furaje, 2 depozite (unul in Iasi si unul in jud Dambovita) si 2 ferme.
- **Agrishop** – comercializeaza produse de tip Pet Shop, Pui de o zi si Furaje. Detine 36 de magazine in zona Moldova.

La nivel national este prezenta doar o retea de distribuitori de furaje ce apartine companiei multinationale "Purina", acestea reprezentand insa, doar o subcategorie de produse pe care le comercializeaza Agroland. De asemenea, in ceea ce priveste segmentele "Pet Care" si "Gradina", competitia este reprezentata de retelele de petshop-uri sau de catre magazinele DIY (do it yourself).

Conform calculelor sale, Agroland estimeaza ca in cele 28 de judete in care este prezenta, pentru orasele mici si zonele rurale, detine o cota de piata de aproximativ 30%.

1.5 Evaluarea aspectelor legate de angajatii/personalul emitentului

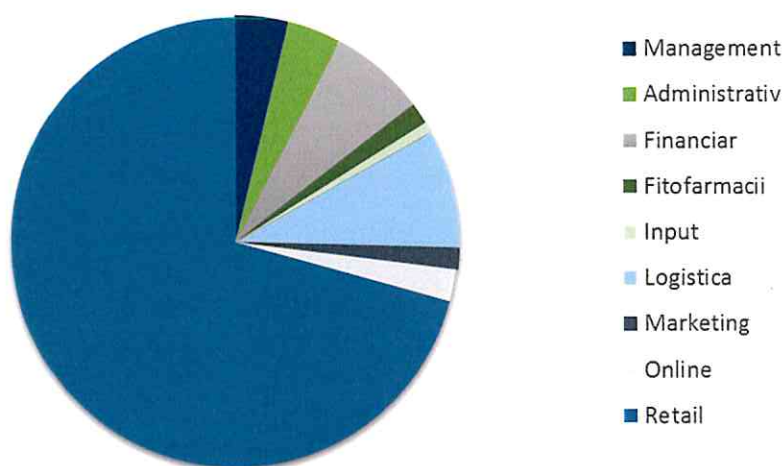
Agroland se extinde tot mai mult, astfel ca numărul total de angajati la sfarsitul lunii decembrie 2018 a fost de 115, iar la sfarsitul anului 2019, numărul total de salariați la nivelul Agroland a crescut la 180.

În cadrul societății, salariații nu sunt organizați sub forma unui sindicat.

Detalii cu privire la angajati la 31.12.2019

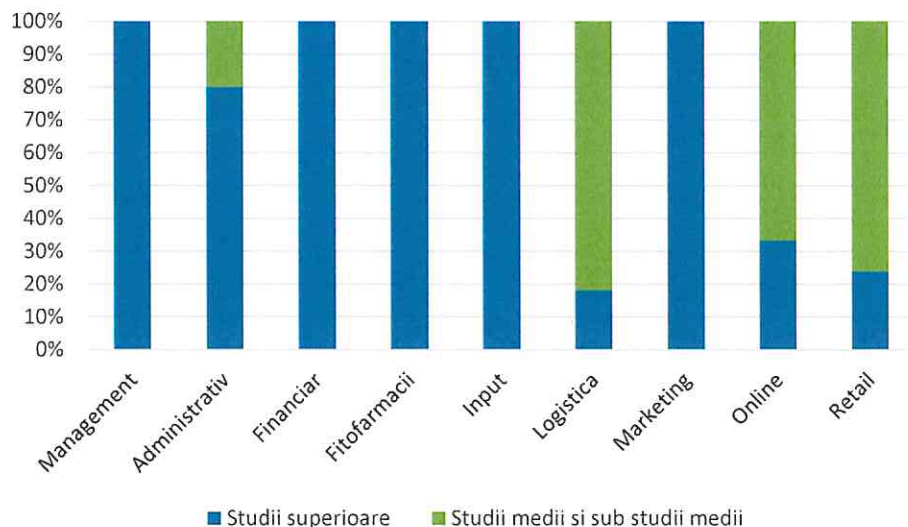
Departament	Nr. angajati
Management	5
Administrativ	5
Financiar	9
Fitofarmacii	2
Input	1
Logistica	11
Marketing	2
Online	3
Retail	142
Total general	180

Sursa: Agroland Business System S.A.



Sursa: Agroland Business System S.A.

Nivelul de studii al angajatilor Societatii la 31.12.2019



Sursa: Agroland Business System S.A.

1.6 Evaluarea aspectelor legate de impactul activitatii de baza a emitentului asupra mediului inconjurator

Agroland Business System S.A a evoluat cu success in ultimii ani, fiind constienti de responsabilitatea fata de mediu si protectia climei.

Livram in fiecare zi comenzi din depozitele proprii, utilizand responsabil resursele naturale si respectand legislatia de mediu. Astfel, prin rețeaua logistica optimizam rutele de transport, reducand poluarea mediului.

Am implementat un sistem de panouri fotovoltaice pentru alimentarea eficienta si ecologica a depozitelor din Timisoara, urmand sa replicam modelul si in alte puncte de lucru in care exista posibilitatea iar pentru anul 2020 ne pregatim sa devenim prosumator .

De asemenea, am implementat in rețeaua de magazine Agroland utilizarea pungilor biodegradabile si a unor sisteme de colectare a bateriilor uzate. Echipamentele electrice si electronice defecte sunt colectate de firma specializata de colectare selectiva a deseurilor.

Pentru a ambala optim produsele si a ajunge in conditii de maxima siguranta am decis sa folosim eficient materialele necesare, astfel incat sa protejam mediu.

1.7 Evaluarea activitatii de cercetare si dezvoltare

Agricultură Inteligentă

Agroland are în plan să investească în programe de inovație și soluții bazate pe tehnologie, cu scopul de a îmbunătăți eficiența și calitatea practicilor agricole. Ne dorim încorporarea tehnologiei software și (sau) hardware în agricultură pentru a încuraja dezvoltarea industriei agricole locale și globale în mod inteligent și sustenabil.

Ideile pe care urmărim să le dezvoltăm se bazează fie pe o tehnologie existentă, cu aplicabilitate nouă—dronă, senzori, platforme software adaptate pentru o nevoie specifică, problemă sau nișă—sau pe tehnologii noi bazându-ne pe inteligența artificială. Ne dorim să simulăm inovația și investim în agricultura inteligentă.

1.8 Evaluarea activității emitentului privind managementul riscului

În această secțiune, ordinea prezentării factorilor de risc este aleatorie și nu într-o ordine asumată a priorității. Societatea cunoaște aceste riscuri și, prin sistemul de management al riscului intern, încearcă anticiparea și neutralizarea lor, înainte ca eventualele consecințe potențiale să se manifeste. Cu toate acestea, multe din riscurile la care este supusă compania sunt în afara controlului acesteia.

Riscuri legate de activitatea companiei

Riscuri economice generale - activitățile Emitentului sunt sensibile la ciclurile economice și la condițiile economice generale. Atât crizele financiare internaționale, cât și mediul economic instabil pot avea efecte negative semnificative asupra activității, rezultatelor operaționale și poziției financiare a Emitentului. Turbulențele socio-politice pot, de asemenea, impacta activitatea companiei. Piețele financiare internaționale au resimțit efectele crizei financiare mondiale declanșată în anul 2008. Aceste efecte s-au resimțit și pe piața financiară românească sub forma lichidității scăzute a pieței de capital, precum și printr-o creștere a ratelor de dobândă de finanțare pe termen mediu, din cauza crizei globale de lichiditate. Pe viitor, un astfel de scenariu s-ar putea repeta și eventualele pierderi semnificative suferite de piața financiară internațională, cu implicații majore pe piața românească, ar putea afecta capacitatea Emitentului de a obține împrumuturi sau finanțări noi, în condiții sustenabile.

Riscul aferent bunurilor deținute de companie - Politica firmei este de a nu investi neapărat în clădiri pentru depozite, magazine sau birouri. În cazul în care nu existau aceste variante, Societatea a decis achiziționarea imobilelor pentru cele 3 scopuri menționate.

Valoarea imobilelor va evolua odată cu tendințele de pe piața imobiliară. Totuși, prețurile de achiziție permit o marjă largă de fluctuație astfel încât chiar o scădere dramatică a prețurilor să nu coboare valoarea lor sub prețurile de achiziție. În ceea ce privește construcția noilor magazine, prețul acestora va fi menținut scăzut, punându-se accent pe funcționalitate, conform cu specificul businessului Agroland.

Riscul operațional - Sezonalitatea care derivă din caracterul ciclic al agriculturii este utilizată ca o oportunitate pentru a dezvolta categorii complementare ca și sezonalitate. De exemplu, aceste categorii sunt hrana pentru câini și pisici. Bolile care apar periodic în zootehnia din întreaga lume sunt un fenomen prezent dintotdeauna, doar că, în ultimii ani acestea au fost prezentate în mod senzational publicului larg, neafectat în general de aceste probleme. De asemenea, în trecut s-a manifestat pesta sau pseudopesta la porcine, gripa aviara la pasări

sau alte boli la bovine sau ovine. In general, Societatea a reusit sa profite de asemenea situatii si a reusit sa nu fie afectata in mod negativ.

Riscul dat de sezonalitate – Societatea considera ca acest tip de risc poate fi diminuat de o dezvoltare a categoriile de produse in noile magazine cu accent pe produsele fara sezonalitate de exemplu produse pentru animale de companie.

Riscul asociat cu persoanele cheie - compania desfasoara o activitate ce necesita cunostinte si specializare ridicate. Compania depinde de recrutarea si pastrarea personalului din conducere si a angajatilor calificati. Rentabilitatea pe termen mediu si lung a companiei depinde, in mare masura, de performanta angajatilor calificati, a personalului si conducerii executive, deosebit de importanti pentru dezvoltarea sa.

Riscul cu clienti semnificativi - Specificul activitatii in franciza creeaza o dependenta puternica a francizatilor de Agroland. Prin contract si prin toata activitatea, Societatea incearca sa ii mentina profitabili si multumiti. De asemenea, in ultimii ani, Agroland a avut ca strategie marirea ponderii magazinelor proprii in cifra de afaceri de la 10% in 2017, ajungand la 28% in 2019.

Riscul fiscal si juridic - emitentul este guvernat de legislatia din Romania si chiar daca legislatia din Romania a fost in mare parte armonizata cu legislatia UE, pot aparea modificari ulterioare, respectiv pot fi introduse legi si regulamente noi, ce pot produce efecte asupra activitatii companiei. Legislatia din Romania este adesea neclara, supusa unor interpretari si implementari diferite si modificari frecvente. Atat modificarea legislatiei fiscale si juridice, cat si eventuale evenimente generate de aplicarea acestora, se pot concretiza in posibile amenzi sau procese intentate companiei, care pot impacta activitatea Emitentului.

Riscul asociat altor tipuri de litigii - in contextul derularii activitatii sale, Emitentul este supus unui risc de litigii, printre altele, ca urmare a modificarilor si dezvoltarii legislatiei. Este posibil ca Emitentul sa fie afectat de alte pretentii contractuale, plangeri si litigii, inclusiv de la

contraparti cu care are relatii contractuale, clienti, concurenti sau autoritati de reglementare, precum si de orice publicitate negativa pe care o atrage un astfel de eveniment.

Riscul de poprire a conturilor Emitentului - poprirea conturilor este o masura de executare silita care poate fi aplicata pentru o companie. Astfel, conturile Emitentului pot fi blocate ca rezultat al popririi, in cazul in care creditorii ai Emitentului solicita aceasta masura pentru a isi recupera creante. Poprirea conturilor Emitentului atrage blocarea sumelor din conturile poprite si poate conduce la ingreunarea sau imposibilitatea companiei de a isi onora obligatii ulterioare, in termenii agreeati.

Riscul pierderii reputatiei - este un risc inherent activitatii Emitentului, reputatia fiind deosebit de importanta in mediul de afaceri, mai ales in cazul in care societatea doreste extinderea activitatii si pe alte piete. Capacitatea de a isi extinde portofoliul, in vederea dezvoltarii activitatii, tine de recunoasterea marcii Emitentului si de impunerea produselor pe pietele tinta.

Riscul asociat planului de dezvoltare a afacerii – Societatea considera ca are un plan de dezvoltare moderat care in orice scenariu poate fi ajustat corespunzator cu resursele disponibile. Intradevar, pot sa apara intarzieri din motive ce nu tin strict de Emitent, ce pot fi

proveni de la dezvoltatori sau constructori. De asemenea, o criza financiara ar putea determina bugete mai mici pentru godpodarii si in consecinta cheltuieli mai mici in magazinele Societatii.

Riscul asociat cu realizarea prognozelor financiare - prognozele financiare pornesc de la premisa indeplinirii planului de dezvoltare a afacerii. In prezent, in cadrul societatii nu exista o politica formalizata de prognoze. Societatea urmareste lunar realizarea bugetului, iar la nivel trimestrial, Societatea implementeaza ajustari daca este necesar. Bugetul este realizat intr-o maniera prudenta, insa exista riscul de neindeplinire al acestuia, prin urmare, datele ce urmeaza a fi raportate de companie pot fi semnificativ diferite de cele prognozate sau estimate, ca rezultat al unor factori care nu au fost prevazuti anterior sau al caror impact negativ nu a putut fi contracarat sau anticipat.

Riscul asociat ratelor dobanzilor si surselor de finantare - in cazul deteriorarii mediului economic in cadrul caruia opereaza Emitentul, acesta s-ar putea gasi in imposibilitatea contractarii unui nou credit in conditiile de care a beneficiat anterior, fapt ce ar putea duce la cresterea costurilor de finantare si ar afecta in mod negativ situatia financiara a Companiei.

Riscul preturilor de transfer - se manifesta atunci cand exista tranzactii intre societatile afiliate, care nu au fost realizate la pret de piata.

Riscul de pret – acesta reprezinta riscul ca pretul de piata al produselor si serviciilor vandute de companie sa oscileze in asa masura incat sa faca nerentabile contractele existente. Compania monitorizeaza cu atentie preturile pietei, iar, la nevoie, se poate retrage din contractele ce risca sa devina nefavorabile.

Riscul de concurenta si de concurenta neloiala – In trecut, au existat fosti angajati sau parteneri care au incercat sa construiasca businessuri similare dar nu au reusit. Din diverse motive, cei mai multi furnizori au preferat sa lucreze doar cu Emitentul, acesta demonstrand in timp seriozitate si consistenta. In schimb, Societatea a decis sa renunte la colaborarea cu unii parteneri tocmai fiindca acestia nu au mai corespuns standardelor acesteia. Acesti fost parteneri au incercat sa dezvolte ceva similar, dar fara succes.

Risc privind protectia datelor cu caracter personal – in cadrul activitatii sale, compania colecteaza, stocheaza si utilizeaza date care sunt protejate de legi privind protectia datelor cu caracter personal. Cu toate ca Emitentul ia masuri de precautie in vederea protejarii datelor clientilor, in conformitate cu cerintele legale privind protectia vietii private, mai ales in contextul implementarii Regulamentului general privind protectia datelor (UE) 2016/79 si in Romania (incepand cu 25 mai 2018), riscurile privind scurgerea de date nu pot fi complet eliminate.

Riscul de cash-flow – acesta reprezinta riscul ca societatea sa nu-si poata onora obligatiile de plata la scadenta.

Riscul de contrapartida – acesta este riscul ca o terta persoana fizica sau juridica sa nu isi indeplineasca obligatiile conform unui instrument financiar sau conform unui contract de client, ducand astfel la o pierdere financiara. Compania este expusa riscului de credit din activitatile sale de exploatare (in principal pentru creante comerciale externe) si din activitatile sale financiare, inclusiv depozitele la banci si institutii financiare, tranzactii de schimb valutar si alte instrumente financiare.

Riscul de lichiditate – include si riscul generat de posibilitatea nerecuperarii creantelor. Prin specificul activitatii sale, societatea mentine un nivel al creantelor si al datorii care sa permita desfasurarea optima a activitatii de comercializare de produse prin intermediul lantului sau de magazine, astfel Societatea este creditor al unui numar substantial de creante. In acest sens, Agroland mentine un management strict al lichiditatilor si urmareste situatia la nivelul fiecarui

magazin in parte, luand masuri cu flexibilitate ridicata pentru realizarea optimizarilor necesare. De exemplu, termenele de plata pentru partenerii Agroland, care au obligatia de a achizitiona produsele in exclusivitate de la ABS sau de la furnizori agreeati de ABS, se intind de la 30 la 90 de zile, numarul depinzand de produs si de categoria din care face parte produsul. Partenerii garanteaza plata facturilor cu Bilete la Ordin avalizate personal, avand o limita de 10% din cifra de afaceri din anul anterior. Partenerii trebuie sa se incadreze in aceasta limita pentru a putea achizitiona produsele prin facturi cu plata la termen. De asemenea, aceasta limita de 10% reprezinta si cifra la care se tranzactioneaza la nivel de magazine intre parteneri sau intre parteneri si ABS.

In ultimii ani societatea a urmarit printre obiectivele sale cresterea eficientei la nivel de magazin, ceea ce a condus si la inchiderea unor locatii care se dovedeau ineficiente si care nu aveau potential de crestere semnificativa. Cu toate acestea, pot aparea situatii in care sa creasca riscul de lichiditate, acestea putand fi determinate de modificari in contextul regional sau general din Romania sau punctual la nivel de magazin. In prezent, Societatea are in prezent procese deschise, prin care intentioneaza recuperarea creantelor prin toate metodele disponibile din punct de vedere legal si administrativ. Aceste litigii ce implica recuperarea creantelor de la diversi furnizori, care au intrat in insolventa sau faliment, sunt prezentate mai detaliat in cadrul riscului asociat altor tipuri de litigii.

Risc asociat cu insolventa si falimentul - legislatia din Romania privind falimentul si executarea nu ofera acelasi nivel de drepturi, remedii si proiectii de care se bucura creditorii conform regimurilor juridice din alte jurisdicții ale Uniunii Europene. In special, legislatia si practica privind falimentul si executarea din Romania pot face recuperarea de catre Emitent a sumelor legate de creantele garantate si negarantate in instantele din Romania mult mai dificila si indelungata comparativ cu alte tari. In ultimii ani, insolventa in Romania a cunoscut o dinamica nefavorabila, societatile insolvabile, precum si societatile care au raportat pierderi nete, fiind in mare parte responsabile de inrautatirea disciplinei de plata in intreaga economie.

Incapacitatea de a obtine remedii legale eficiente intr-un timp rezonabil poate afecta in mod negativ activitatea, situatia financiara, rezultatele operatiunilor, lichiditatea sau perspectivele Emitentului.

Riscuri legate de investitiile din Romania, in context economic si politic - economia Romaniei este vulnerabila in conditii de recesiune regionala sau internationala, problemele financiare si economice la nivel general pot fi resimtite mai acut in anumite piete sau sectoare. De asemenea, schimbarile politice si sociale pot reprezenta un factor imprezicibil. Romania nu posedea toata infrastructura de afaceri, juridica si de reglementare care ar exista intr-o economie dezvoltata. Legislatia este supusa unor interpretari variate si este modificata frecvent.

Risc de pandemie - Desi ignorat in ultimele decenii, acest risc (in special riscul unor epidemii la nivel global, respectiv riscul de pandemie) a revenit, relativ recent, in atentia publicului. Desi pentru unele companii (ex. cele din industriile farmaceutica, de echipament medical, de servicii IT si de telecomunicatii) acestea pot deveni oportunitati, cel putin pe termen scurt, impactul economic general este considerat a fi unul negativ. Astfel, exista opinii ca, in functie de natura si severitatea epidemiei / pandemiei, aceasta poate induce recesiuni care sa dureze un trimestru, sau chiar si mai multi ani. In conditiile in care reactiile autoritatilor publice si/sau ale comunitatii medicale nu ar fi cele potrivite, exista chiar riscul unei depresiuni care ar conduce la reduceri importante in activitatea economica si in pretul majoritatii activelor.

Alte riscuri - Investitorii potentiali ar trebui sa ia in considerare faptul ca riscurile prezentate anterior sunt cele mai semnificative riscuri de care compania are cunostinta la momentul redactarii documentului. Totusi, riscurile prezentate in aceasta sectiune nu includ in mod obligatoriu toate acele riscuri asociate activitatii Emitentului, iar compania nu poate garanta faptul ca ea cuprinde toate riscurile relevante. Pot exista si alti factori de risc si incertitudini de care compania nu are cunostinta la momentul redactarii documentului si care pot modifica in viitor rezultatele efective, conditiile financiare, performantele si realizarile emitentului si pot conduce la o scadere a pretului actiunilor companiei. De asemenea, investitorii ar trebui sa intreprinda verificari prelabile necesare in vederea intocmirii propriei evaluari a oportunitatii investitiei.

Prin urmare, decizia investitorilor potentiali, daca o investitie in instrumentele financiare emise de catre Emitent este adecvata, ar trebui sa fie luata in urma unei evaluari atente atat a riscurilor implicate, cat si a celorlalte informatii referitoare la emitent, cuprinse sau nu in acest document.

Riscuri generale privind obligatiunile

Evaluarea Oportunitatii Investitiei

Fiecare potential investitor in Obligatiuni trebuie sa stabileasca, in baza propriei sale analize independente si/sau a recomandarilor profesionale pe care le considera adecvate in conditiile date, oportunitatea investitiei respective.

Fiecare potential investitor ar trebui, in special:

- a) sa dispuna de cunostinte suficiente si de experienta pentru a realiza o evaluare semnificativa a Obligatiunilor, a avantajelor si riscurilor pe care le presupune investitia in Obligatiuni si a informatiilor continute in document sau in orice supliment al acestuia;
- b) sa aiba acces la si sa detina informatiile necesare cu privire la metodele si instrumentele analitice adecvate pentru a evalua, in contextul situatiei sale financiare specifice, o investitie in Obligatiuni si impactul Obligatiunilor asupra portofoliului sau general de investitii;
- c) sa dispuna de suficiente resurse financiare si de lichiditati pentru a suporta toate riscurile unei investitii in Obligatiuni;
- d) sa inteleaga pe deplin termenii Obligatiunilor si sa fie familiarizat cu modul in care evolueaza orice indici si piete financiare relevante; si
- e) sa poata sa evalueze (fie pe cont propriu, fie asistat de un consultant financiar) posibilele scenarii privind factorii economici, rata dobanzii si alti factori care pot afecta investitia precum si capacitatea sa de a suporta riscurile aferente.

1.9 Elemente de perspectiva privind activitatea emitentului

Compania considera ca, la fel ca si in cadrul celorlalte categorii de retail, Romania va urma modelele de afaceri care deja functioneaza in vestul Europei.

In acest sens, compania observa deja schimbari in comportamentul clientilor, in special in cadrul magazinelor modernizate si cu suprafete mai mari, ce consta in cresterea valorii cosului de cumparaturi, cat si in schimbarea profilului clientilor.

Aceste motive cumulate au determinat compania sa demareze un plan de investitii ce presupune inaugurarea unui numar de 20 de "supermarketuri" pentru fermieri.

In general, firma cauta locatii langa magazinele care deja au confirmat potentialul zonei si ofera posibilitatea de atingere a cifrei de afaceri prognozata. Asadar, planul pe termen mediu al companiei este reprezentat de detinerea a cel putin unui magazin de acest gen in fiecare judet si iesirea ulterioara pe pietele din jur.

Astfel, firma isi propune ca prin mixul dintre cele 2 formate, respectiv magazinele clasice si cele modernizate intr-un format nou, sa reuseasca sa satisfaca atat nevoile clientilor traditionali, cat si unui nou segment de clienti, cu venituri peste medie si avand hobby-uri precum gradinaritul, cresterea animalelor de companie sau de expozitie/ferma.

Indicatori cont de profit si pierdere (lei)	2019	2020	2021	2022	2023	2024
– valori consolidate la nivel de grup						
Venituri din exploatare, din care:	134.542.486	138.862.881	152.749.169	168.024.086	184.826.494	203.309.144
Cifra de afaceri, din care:	133.643.488	137.872.881	151.752.140	167.019.978	183.815.257	202.290.727
Productia vanduta	1.102.638	972.040	1.069.244	1.076.169	1.193.785	1.223.164
Venituri din vanzarea marfurilor	137.032.115	139.898.178	153.890.047	169.375.461	186.293.339	204.996.461
Reduceri comerciale acordate	4.491.264	2.997.338	3.207.151	3.431.652	3.671.867	3.928.898
Alte venituri din exploatare	898.998	990.000	997.029	1.004.108	1.011.237	1.018.417
Cheltuieli din exploatare, din care:	130.750.000	132.908.374	145.710.809	159.826.096	175.282.260	192.169.148
Cheltuieli cu materii prime si materiale	1.199.263	2.317.074	2.548.782	2.803.660	3.084.026	3.392.428
Alte cheltuieli materiale	296.726	490.030	524.332	561.036	600.308	642.330
Cheltuieli cu energia si apa	225.337	320.100	348.909	380.311	414.539	451.847
Cheltuieli privind marfurile	108.160.897	111.851.224	123.036.346	135.339.981	148.873.979	163.761.377
Reduceri comerciale primite	1.988.080	250.000	275.000	302.500	332.750	366.025
Cheltuieli cu personalul	7.852.657	7.049.012	7.250.000	7.500.000	7.700.000	7.800.000
Cheltuieli cu amortizarea si ajustarile de valoare	861.095	668.256	768.494	883.769	1.016.334	1.168.784
Alte cheltuieli de exploatare	14.142.105	10.462.678	11.508.946	12.659.840	13.925.824	15.318.407
Rezultat operational	3.792.486	5.954.507	7.038.360	8.197.990	9.544.235	11.139.996
Venituri financiare	73.168	94.726	95.673	96.630	97.596	98.572
Cheltuieli financiare	944.330	944.722	1.039.194	1.111.938	1.167.535	1.190.885
Rezultat financiar	-871.162	-849.996	-943.521	-1.015.308	-1.069.938	-1.092.313
Venituri totale	134.615.654	138.957.607	152.844.842	168.120.716	184.924.091	203.407.716
Cheltuieli totale	131.694.330	133.853.096	146.750.004	160.938.034	176.449.794	193.360.033
Rezultat brut	2.921.324	5.104.511	6.094.839	7.182.682	8.474.296	10.047.683
Impozitul pe profit/alte impozite	455.431	816.721	975.174	1.149.229	1.355.887	1.607.629
Rezultat net	2.465.893	4.287.790	5.119.665	6.033.453	7.118.409	8.440.054
EBITDA	4.653.581	6.622.763	7.806.854	9.081.758	10.560.569	12.308.780
Ch dobanzi	1.081.214	1.081.214	1.039.194	1.111.938	1.167.535	1.190.885
EBITDA/Ch dobanzi	4	6	8	8	9	10
Grad indatorare						
Marja profit net	1,8%	3,1%	3,4%	3,6%	3,9%	4,2%

2. Activele corporale ale emitentului

2.1 La sfarsitul anului 2019, Societatea Agroland detine active corporale in valoare de 14.042.841 RON datorate investitiilor de-a lungul timpului in cladiri de birouri, magazine si depozite cu instalatie panouri fotovoltaice, centru logistic echipat(rafturi, echipamente si utilaje de manipulare marfa), parc auto, servere si echipamente birou.

2.2 Activele corporale ale Agroland au un grad de uzura specific activitatii derulate, in principal de birou si depozit.

2.3 Nu este cazul pana in prezent.

3. Informatii privind valorile mobiliare emise de catre emitent

3.1 Obligatiunile AGR25 se tranzactioneaza pe sistemul SMT al Bursei de Valori Bucuresti si au intrat la tranzactionare in data 16.06. 2020.

Prin Hotararea Adunarii Generale Extraordinare a Actionarilor AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A. nr. 7 din 24.02.2020, publicata in Monitorul Oficial Partea a IV-a, nr. nr. 1321/07.04.2020, actionarii au aprobat emiterea de catre Societate de obligatiuni corporative neconvertibile in actiuni, negarantate si cu optiune de rascumparare inainte de scadenta la initiativa Societatii, in valoare totala de 7.5 milioane RON, cu posibilitatea extinerii pana la 10 milioane RON, si au autorizat Administratorul Unic al Societatii sa stabileasca parametrii finali ai emisiunii de obligatiuni aprobate.

In acest context, Emitentul a derulat prin intermediul SSIF Tradeville SA, in perioada 3 – 5 martie 2020, o oferta de vanzare de obligatiuni adresata unui numar de mai putin de 150 de persoane fizice sau juridice, investitori de retail, pe un stat membru al Uniunii Europene, fara intocmirea si publicarea unui prospect. In urma acesteia, au fost emise de catre AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A. un numar de 80,803 de Obligatiuni corporative negarantate, denumite in RON, cu o valoare nominala individuala de 100 RON si o valoare totala de 8,080,300 RON, emise la data de 10 martie 2020, cu scadenta 10 martie 2025 si o rata anuala a cuponului fixa de 9%, cupoanele fiind platibile semestrial.

In cadrul plasamentului au fost emise obligatiuni catre 88 de investitori, dintre care 1 investitor institutional si 87 de investitori de retail. Dintre cei 87 de investitori de retail, 1 este persoana juridica romana si 86 de persoane fizice. Dintre cei 86 de investitori persoane fizice, 85 sunt persoane fizice romane si 1 investitor este persoana fizica straina.

Scadenta: Data Scadentei Obligatiunilor este in termen de 5 (cinci) ani de la Data de Emisiune, respectiv la 10 martie 2025. Rata Cupon (Rata de Dobanda): Rata nominala anuala a dobanzii este fixa si are valoarea de 9% per an, cupoanele fiind platibile semestrial la Data Cupon.

Perioada de cupon va incepe sa curga de la Data de Emisiune, 10 martie 2020. Cuponul (Dobanda) se calculeaza pe baza principiului „act/365” (adica prin raportarea numarului efectiv de zile ce au trecut dintr-o perioada de cupon la un numar de 365 de zile reprezentand un an. De asemenea, cuponul (dobanda) se calculeaza si dupa principiul: „prima zi din perioada de calcul inclusa, ultima zi din perioada de calcul exclusa”.

Platile Cuponului vor fi efectuate semestrial catre Detinatorii de Obligatiuni inregistrati la fiecare din Datele de Referinta, in termen de 10 (zece) zile lucratoare de la Data de Referinta.

Daca orice Data Cupon va cadea intr-o zi care nu este Zi Lucratoare, plata Cuponului se va efectua in ziua lucratoare imediat urmatoare datei respective.

Ultima Data Cupon va fi si Data Scadentei, respectiv la implinirea a 5 (cinci) ani de la Data de Emisiune, cand obligatiunile emise vor fi rascumparate la valoarea nominala, cu exceptia cazului in care are loc o rascumparare anticipata a Obligatiunilor. Emitentul va avea dreptul de a rascumpara Obligatiunile integral dar nu si partial, la initiativa sa, incepand cu al doilea an al duratei de viata a Obligatiunilor, caz in care Emitentul va plati Detinatorilor de Obligatiuni pentru fiecare obligatiune detinuta la Data de Referinta: dobanda acumulata pana in momentul rascumpararii + valoarea nominala a fiecărei obligatiuni + o prima unitara de rascumparare anticipata de 3% din valoarea nominala a obligatiunii detinute. In cazul in care Emitentul ia decizia de rascumparare anticipata a emisiunii de obligatiuni, acesta va publica anuntul pe site-ul societatii, la sectiunea de relatii cu investitorii, concomitent si pe site-ul BVB. Decizia de rascumparare anticipata va fi comunicata atat Bursei de Valori Bucuresti, Depozitarului Central, cat si Autoritatii de Supraveghere Financiara. In cadrul comunicatului societatii, Emitentului va mentiona Pretul de Rascumparare, Data de Referinta pentru identificarea obligatiunilor care beneficiaza de rascumpararea anticipata si Data Platii stabilita astfel incat Emitentul sa poata realiza toate procedurile tehnice necesare cu institutiile implicate.

Registrul detinatorilor de actiuni este tinut de catre Depozitarul Central S.A. .

De la admiterea la tranzactionare si pana la data publicarii prezentului raport, pretul de tranzactionare a fost in intervalul 102.5 – 103. 98 RON, bazat pe preturile de inchidere. In ultima luna, s-a inregistrat un volum de 2.889 obligatiuni, cu o valoare de 307.470,15 RON, echivalent a 140 de tranzactii. Ultimul pret la data de 23.07.2020 a fost de 103.6 RON.



Sursa: Bursa de Valori Bucuresti

3.2 In prezent, Societatea nu are o politica de dividende, acestea sunt in general acordate actionarilor anual in functie de performanta inregistrata de Societate. Agroland tine cont de nevoile de finantare a companiei, de implicarea acesteia in noi proiecte sau posibile achizitii, astfel Societatea urmareste un echilibru intre sursele proprii si cele atrase prin imprumuturi.

3.3 Nu este cazul.

3.4 Nu este cazul.

3.5 Obligatiunile ce fac obiectul prezentei solicitari de admitere la tranzactionare in cadrul Sistemului Multilateral de Tranzactionare sunt purtatoare de dobanda incepand cu Data de Emisiune, respectiv 10 martie 2020. Cupoanele si principalul datorate Detinatorilor de Obligatiuni conform prevederilor prezentului document se prescriu, intr-un termen de 3 ani de la data scadentei acestora, respectiv de la Data Cupon aferenta sau de la Data Scadentei, dupa caz.

Plata dobanzii (Cuponului) si a Principalului: Toate platile in ceea ce priveste Obligatiunile emise, principal si cupoane, vor fi efectuate la Data Cupon si/sau la Data Scadentei, dupa caz, prin intermediul Depozitarului Central si al Agentului de Plata desemnat de catre Emitent, catre Detinatorii de Obligatiuni inregistrati in Registrul Detinatorilor de Obligatiuni la Data de Referinta aplicabila.

4. Conducerea emitentului

Administrarea societatii Agroland Business System S.A este asigurata de catre

Administratorul Unic, Horia Dan Cardos.

Horia Dan Cardos, absolvent al Universitatii de Politehnica din Timisoara, Facultatea de Chimie Industriala are un istoric indelungat in dezvoltarea si conducerea a companiilor din diverse domenii. Pe langa fondarea si conducerea companiei Agroland, a dezvoltat companii precum GPM – dealer Vodafone, Devest Logistic (specializata in transporturi), Frido Invest (specializata pe comercializarea produselor Pet Care). In prezent este administrator si asociat al SPORTS GAMES SRL – companie ce importa produse Fischer ski, dar si alte branduri premium de material sportiv.

Persoanele implicate in conducerea executiva societatii :

Horia Dan Cardos – Director General

Fondatorul Agroand Business Syst.A., dl. Cardos este atat Administratorul Unic al Societatii, cat si Directorul General al acesteia.

Daniel Liciu - Director General Adjunct, coordoneaza regiunea de Sud-Vest

De profesie medic veterinar, absolvent al Universitatii de Stiinte Agricole si Medicina Veterinara a Banatului din Timisoara, dl. Liciu lucreaza in cadrul companiei inca din 2009. Pana in 2016, cand a preluat functia de Director General Adjunct, timp de 5 ani, dl. Liciu a fost

Director regional pe zona de Vest, functie din care a coordonat activitatea magazinelor din aceasta zona.

Costel Judeanu - Director General Adjunct, coordoneaza regiunea de Nord-Est

De profesie inginer zootehnist, absolvent al Universitatii de Stiinte Agricole si Medicina Veterinara a Banatului din Timisoara, dl. Judeanu are o experienta de peste 10 ani in cadrul

Societatii. Inainte de a fi Director General Adjunct in 2016, a ocupat pentru 5 ani functia de Director regional pe zona de Est, unde coordona si verifica eficienta activitatii magazinelor din zona si lua masuri in vederea cresterii eficientei acestora.

Denisa Cardos – Director Economic (CFO)

Este absolventa de stiinte economice la Universitatea Babes Bolyai din Cluj-Napoca, Facultatea Management in Industrie. Cu o experienta indelungata in cadrul societatii, este directorul economic al Agroland Business System S.A. de 10 ani, coordoneaza si supravegheaza intreaga activitate financiara.

Florin Radu – Director Inputuri

Cu o experienta vasta in domeniul agriculturii, dl. Radu este Directorul General al diviziei de Inputuri, ce a devenit Agroland Agribusiness din octombrie 2019, in timp ce din iunie 2016 ocupa functia de Project Manager in cadrul societatii Agroland Business System S.A. Inainte de a se alatura grupului ABS, a ocupat pozitia de Regional Sales Manager si Commercial Manager in alte companii din domeniul agriculturii. Florin este absolvent al Facultatii de Stiinte Economice din cadrul Universitatii Craiova.

5. Situația financiar-contabilă

Situatiile financiare aferente exercitiului financiar incheiat la 31 decembrie 2019 au fost auditate de catre Auditorul societatii: Expert Ignea Nicolae SRL cu sediul social in Timisoara, Str. Simion Barnutiu 71 A, inregistrat la Registrul Comertului sub nr. J35/1277/2001, cod unic de inregistrare la DGFPCFS Timis 14290974, autorizat de Camera Auditorilor Financiari din Romania, reprezentata legal prin Ignea Daniel, membru CAFR, posesor certificat nr. 4190/27.01.2012.

Expert Ignea Nicolae SRL a auditat rezultatele financiare anuale din perioada 2016 – 2019.

Cont de Profit si Pierdere (in Ron)

Indicatori cont de profit si pierdere (lei) – valori consolidate la nivel de grup	2016	2017	2018	2019
Venituri din exploatare, din care:	101.556.592	121.906.963	136.506.811	134.542.486
Cifra de afaceri, din care:	101.282.248	121.116.793	136.147.539	133.643.488
<i>Productia vanduta</i>	1.347.433	748.561	1.084.496	1.102.638
<i>Venituri din vanzarea marfurilor</i>	101.705.257	125.575.588	141.376.203	137.032.115
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	1.770.442	-5.207.356	6.313.160	4.491.264
Alte venituri din exploatare	274.344	790.170	359.272	898.998
Cheltuieli din exploatare, din care:	98.629.341	117.931.793	130.804.082	130.750.000
Cheltuieli cu materii prime si materiale	910.994	1.044.913	2.106.431	1.199.263
Alte cheltuieli materiale	192.185	145.058	445.482	296.726
Cheltuieli cu energia si apa	168.734	226.339	259.725	225.337
Cheltuieli privind marfurile	82.879.247	101.542.298	111.461.209	108.160.897
Reduceri comerciale primite	-1.271	1.041.032	1.427.698	1.988.080
Cheltuieli cu personalul	4.474.987	5.081.662	5.058.835	7.852.657
Cheltuieli cu amortizarea si ajustarile de valoare	893.861	945.918	1.190.110	861.095
Alte cheltuieli de exploatare	9.108.062	9.986.637	11.709.988	14.142.105
Rezultat operational	2.927.251	3.975.170	5.702.729	3.792.486
Venituri financiare	198.481	402.965	83.390	73.168
Cheltuieli financiare	1.465.145	1.126.944	904.049	944.330
Rezultat financiar	-1.266.664	-723.979	-820.659	-871.162
Venituri totale	101.755.073	122.309.928	136.590.201	134.615.654
Cheltuieli totale	100.094.486	119.058.737	131.708.131	131.694.330
Rezultat brut	1.660.587	3.251.191	4.882.070	2.921.324
Impozitul pe profit/alte impozite	281.880	465.495	758.906	455.431
Rezultat net	1.378.707	2.785.696	4.123.164	2.465.893

Bilant (in RON)

Indicatori de bilant (lei) – valori consolidate la nivel de grup	2016	2017	2018	2019
Active imobilizate, din care:	16.175.111	17.036.023	19.955.881	21.649.808
Imobilizari necorporale	510.245	726.829	649.374	624.882
Imobilizari corporale	13.031.788	12.883.336	14.893.862	14.042.841
Imobilizari financiare	2.633.078	3.425.858	4.412.645	6.982.085
Active circulante, din care:	24.824.489	24.155.685	22.073.427	21.821.817
Stocuri	6.747.908	6.896.918	5.744.041	5.328.809
Materii prime si materiale consumabile	1.212.822	1.705.092	582.249	1.635.771
Produse finite si marfuri	5.336.782	4.877.543	4.753.584	3.490.427
Productia in curs de executie	775	0	0	0
Avansuri achizitie de stocuri	197.529	314.283	408.208	202.611
Creante	12.445.956	15.485.118	15.168.501	14.090.350
Creante comerciale cu tertii	11.384.025	14.434.532	14.125.158	12.353.885
Alte active	1.061.931	1.050.586	1.043.343	1.736.465
Investitii pe termen scurt	3.790.000	0	0	0
Casa si conturi la banci	1.840.625	1.773.649	1.160.885	2.402.658
Cheltuieli inregistrate in avans	190.090	0	0	203.476
Total activ	41.189.690	41.191.708	42.029.308	43.675.101
Datorii curente, din care:	33.982.969	30.748.172	28.509.725	32.998.699
Datorii comerciale	13.096.803	14.351.753	12.075.948	12.024.646
Datorii catre institutiile de credit	18.995.558	14.006.239	12.908.146	16.658.926
Avansuri incasate	753.669	576.039	767.935	168.756
Efecte de comert de platit	125.506	328.208	496.083	443.223
Alte datorii pe termen scurt	1.011.433	1.485.933	2.261.613	3.703.148
Datorii pe termen lung, din care:	2.613.656	5.220.287	7.957.380	4.729.536
Datorii catre institutiile de credit	1.620.137	4.646.710	7.323.890	4.097.895
Alte datorii pe termen lung	993.519	573.577	633.490	631.641
Provizioane	0	0	0	0
Venituri In avans	0	0	0	716.102
Total Datorii	36.596.625	35.968.459	36.467.105	38.444.337
Capitaluri proprii, din care:	4.593.065	5.223.249	5.562.203	5.230.764
Capital subscris si varsat	1.000.200	1.000.500	1.000.500	1.000.500
Rezerve legale	200.040	200.100	200.100	200.100
Profitul sau pierderea reportata	2.066.046	1.237.013	238.439	1.564.235
Profitul sau pierderea exercitiului financiar	1.378.707	2.785.696	4.123.164	2.465.929
Repartizarea profitului	51.928	60	0	0
Total capitaluri proprii si datorii	41.189.690	41.191.708	42.029.308	43.675.101

Situatia Fluxurilor de Numerar(in RON)

Free Cashflow (FCF) Ron	2016	2017	2018	2019
Flux numerar din activitati exploatare	2.927.251	3.975.170	5.702.729	3.792.486
Dobanzi platite	(1.465.145)	(1.126.944)	(904.049)	(944.330)
Incasari dobanzi	198.481	402.965	83.390	73.168
Impozit pe profit platit	(1.378.707)	(2.785.696)	(4.123.164)	(2.465.893)
Plati dividende		(2.040.511)	(3.899.211)	(1.624.868)
Numerar net activitati exploatare	281.880,00	(1.575.016,17)	(3.140.305,00)	(1.169.437,00)
Plata in numerar ,aciz terenuri ,mf, imobilizari necorporale	(2.840.433)	(2.301.490)	(3.483.841)	(3.511.521)
Incasri vanzari mijloace fixe	34.776	479.066	151.604	741.759
Numerar net din activitai de investitii	(2.805.657,14)	(1.822.423,62)	(3.332.237,49)	(2.769.762,28)
Incasari numerar din credite	4.818.151	6.956.405	7.299.543	7.615.227
Rambursari in numerar al sumelor incasate	(6.084.374)	(3.625.941)	(1.439.765)	(2.434.254)
Numerar net din activitati de finantare	(1.266.223,28)	3.330.463,58	5.859.778,23	5.180.972,51
Cresterea neta a echivalentului de numerar	(3.790.000)	(66.976)	(612.764)	1.241.773
Numerar si echivalente de numerar la inceputul exercitiului	5.630.625	1.840.625	1.773.649	1.160.885
Numerar si echivalente la sfarsitul exercitiului financiar	1.840.625	1.773.649	1.160.885	2.402.658

Confirm în cunoștință de cauză că raportarea financiar-contabilă anuală a fost întocmită în conformitate cu Standardele de Raportare Financiară, politicile contabile utilizate fiind conforme cu acestea.

Semnat de Administrator Unic:

Horia Dan Cardos

.....

Data: 20.07.2020