



---

# Raport financiar anual 2020

Agroland Business System S.A.

---

## Raport anual 2020 conform Regulament A.S.F. nr.5/2018

<b>Data raportului:</b>	<b>28.04.2021</b>
<b>Denumirea emitentului:</b>	<b>AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A.</b>
<b>Simboluri</b>	<b>AG</b> <b>AGR25</b>
<b>Sediul social:</b>	<b>Timișoara, str. Gării nr. 14, jud. Timiș</b>
<b>Adresa de corespondență (punct de lucru)</b>	<b>Timișoara, bd. Cetății, nr. 5-7-9, et. 2, jud. Timiș</b>
<b>Nr. telefon/ fax:</b>	<b>004 731 333 791/004 0256 247435</b>
<b>Cod unic înregistrare:</b>	<b>25165241</b>
<b>Nr. ordine în Registrul Comerțului:</b>	<b>J35/405/2009</b>
<b>Capital social subscris și vărsat:</b>	<b>1.177.059 lei</b>
<b>Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare emise:</b>	<b>Sistemul multilateral de tranzacționare (SMT – piața AeRO),</b>
<b>Principalele caracteristici ale valorilor mobiliare emise de emitent:</b>	<b>Acțiuni;</b> <b>Obligațiuni corporative nominative, negarantate, neconvertibile</b>

### Detalii contact pentru investitori

Email [investitor@agroland.ro](mailto:investitor@agroland.ro)

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

## Cuprins

1. Analiză activității companiei.....	8
1.1 Descrierea activității de baza a companiei Agroland .....	8
1.2 Evaluarea nivelului tehnic al companiei Agroland.....	10
1.3 Evaluarea activității de aprovizionare tehnico-materială.....	11
1.5 Evaluarea aspectelor legate de angajații companiei Agroland.....	14
1.6 Evaluarea aspectelor legate de impactul activității de bază a companiei Agroland asupra mediului înconjurător.....	16
1.7 Evaluarea activității de cercetare și dezvoltare.....	17
1.8 Evaluarea activității companiei Agroland privind managementul riscului.....	17
1.9 Elemente de perspectiva privind activitatea companiei Agroland .....	20
2. Activele corporale ale companiei Agroland.....	21
2.1 Precizarea amplasării și a caracteristicilor principalelor capacități de producție în proprietatea companiei Agroland.....	21
2.2 Descrierea și analizarea gradului de uzură a proprietăților companiei Agroland.....	21
2.3 Precizarea potențialelor probleme legate de dreptul de proprietate asupra activelor corporale ale companiei Agroland.....	22
3. Piața valorilor mobiliare emise de către compania Agroland.....	22
3.1 Obligațiuni și Acțiuni ale companiei Agroland Business System S.A.....	22
3.2 Politică privind dividendele .....	24
3.3 Descrierea oricăror activități ale companiei Agroland de achiziționare a propriilor acțiuni..	25
3.4 În cazul în care emitentul are filiale, precizarea numărului și a valorii nominale a acțiunilor emise de societatea–mamă deținute de filiale.....	25
3.5 În cazul în care compania Agroland a emis obligațiuni și/sau alte titluri de creanță datorie, prezentarea modului în care emitentul își achita obligațiile față de deținătorii de astfel de valori mobiliare.....	25
4. Conducerea emitentului.....	26
5. Situația financiar-contabilă.....	28

Anexă - Bilanțul anului 2020

## Scrisoare de la CEO

Stimați investitori,

Am parte de o mare satisfacție să vă pot prezenta, în cele ce urmează, rezultatele financiare ale Agroland Business System S.A. pentru anul 2020, un an care s-a dovedit a fi cel mai bun în viața companiilor din grupul nostru, în pofida contextului economic global și național. Modelul nostru de dezvoltare, pe o piață care continuă să crească, se dovedește unul de succes, ceea ce se reflectă în evidențele financiare ale companiei.

Cifra de afaceri a companiei Agroland Business System s-a situat la 165,37 milioane de lei, în creștere cu 24 % față de 2019, când am înregistrat 133,64 milioane de lei. Profitul net a fost de 8,63 milioane lei în 2020, în creștere cu 250% față de anul anterior, când se ridicase la 2,46 milioane de lei.

La finele exercițiului financiar 2020, indicatorul cel mai relevant prin care se analizează profitabilitatea unei companii, EBITDA, se situa la 11,67 milioane lei în creștere cu 1,5 ori față de cel al anului 2019, care a atins nivelul de 4,65 milioane de lei. Marja EBITDA a urcat și ea în 2020, când a ajuns la 7%, față de anul precedent când era la nivelul de 3%.

Astfel, câtă vreme cifra de afaceri a companiei Agroland a sporit de 1,23 ori, profitul s-a multiplicat de 3,5 ori de la un an la altul, în timp ce gradul de îndatorare s-a redus de la 88% la 66,7 % în același interval, putem spune că toate acestea reprezintă o confirmare a faptului că planul nostru de dezvoltare generează valoare, iar plasamentele investitorilor, în obligațiuni și acțiuni, vor genera randamentele anticipate de aceștia atunci când ne-au acordat încrederea lor.

Mai mult de atât, din prima zi a lunii martie a acestui an, a început tranzacționarea acțiunilor Agroland Business System S.A. (indicativ bursier AG), la Bursa de Valori București (BVB), pe Sistemul Multilateral de Tranzacționare (SMT), Sectorul Titluri de Capital, Categoria Premium. Aceasta înseamnă că deținătorii acțiunilor Agroland au nu doar un activ valoros, ci și lichid, pe care îl pot tranzacționa imediat și a cărui valoare o pot afla în timp real pe site-ul BVB.

Listarea la bursă a unei emisiuni de obligațiuni și ulterior listarea companiei la bursă a însemnat parcurgerea cu succes a unui proces început, acum mai bine de un an, prin pregătirea plasamentului privat de obligațiuni. A fost un proces intens de învățare la capătul căruia echipa noastră este mai bine sudată, fiecare simțim bucuria unei misiuni îndeplinite și am obținut noi parteneri și prieteni.

Dar parcursul nostru pe piața de capital de-abia începe; ne propunem să fim un emitent activ, care își atrage, periodic, finanțare din plasamente bursiere. În curând, vom veni la BVB cu o altă companie din grupul nostru, Agroland Agribusiness, prin listarea de acțiuni și o emisiune de obligațiuni. Această companie are ca activitate comerțul cu inputuri organice și convenționale pentru agricultură, respectiv semințe, îngrășăminte și produse pentru protecția plantelor, precum și cu tradingul de cereale.

Deși nu are încă un impact în cifra de afaceri a firmei Agroland Agribusiness, între proiectele aflate în desfășurare și cele mai dragi mie, doresc să mă refer și la AgTech TM - primul incubator de afaceri dedicat startup-urilor care își propun să vină cu soluții inovatoare în sectorul agricol. Agricultură nu trebuie să rămână la statutul de „Frumoasă Adormită”, departe de inovațiile tehnologice spectaculoase care au loc în alte arii de activitate umană.

Sub umbrela AgTech TM, 26 de echipe sunt înscrise într-un program în care învață cum să-și transforme ideile într-un plan de afaceri convingător, au parte de mentorat de la profesioniști de top și concurează pentru a obține o finanțare din partea Agroland. Cinci echipe câștigătoare vor primi câte 10.000 de euro pentru a-și porni afacerea.

Ne propunem că actuală ediție a competiției, 2020-2021, să fie prima din ceea ce va deveni o competiție de tradiție, și să atragem atenția asupra potențialului pe care îl are inovația în agricultură. Roboții, sateliții, dronele și aplicațiile digitale aduc deja îmbunătățiri considerabile în felul în care omenirea își produce hrană, iar România dispune de atuurile necesare, ca să aibă un cuvânt de spus în această evoluție. Visez să aducem un astfel de startup la BVB și poate chiar să se bucure de recunoaștere globală, să devină un unicorn.

Pe de altă parte, știm că noul nostru statut implică așteptarea legitimă, din partea obligatarilor și a acționarilor, a unor noi performanțe, pe care să le comunicăm constant și transparent. Am reușit să convingem investitorii de pe piața de capital de potențialul ridicat al segmentului de retail în care acționăm și de faptul că expertiză noastră le poate maximiza investițiile, ceea ce înseamnă că vom urma atent planul nostru de dezvoltare.

În anul 2021, vom deschide cel puțin 8 magazine în format Agroland MEGA, aproape în toate regiunile țării: cinci dintre acestea (Afumați/ jud. Ilfov, Vaslui, Târgu Secuiesc, Craiova, Sfântu Gheorghe) au fost inaugurate deja. Acest format înseamnă magazine cu suprafețe între 400 și 600 metri pătrați, în propriile noastre locații sau în parcuri comerciale de tip strip-mall, care listează între 2.500-3.000 de produse pentru grădina, animale de companie sau fermă.

Prin deschiderea, în următorii trei ani, a 30-35 de magazine în format Agroland MEGA ne propunem ca suprafață cumulată a magazinelor în acest format modern să reprezinte peste 50% din suprafață totală a magazinelor Agroland. De asemenea vânzările realizate în magazinele Agroland MEGA vor reprezenta peste 50% din vânzările întregii rețele Agroland. Chiar dacă suprafață totală de vânzare din rețea se va dubla și va trece de 35.000 mp în acești 3 ani, ne așteptăm să nu scădem sub 2.000 euro/mp/an media vânzării pe metrul pătrat de magazin.

Dacă acum suntem în top 10 național în ceea ce privește categoriile: hobby farming și animale de companie, în 3 ani datorită creșterii agresive a vânzărilor pe aceste categorii ne propunem să fim în primii 3 jucători din aceste piețe.

O altă direcție strategică în retail o reprezintă vânzările online care, în 2020 au fost de aproape patru ori mai ridicate decât în 2019. Pentru 2021, ne propunem o creștere de 50%, iar în acest fel dorim să ne consolidăm poziția de cel mai mare jucător (inclusiv online) pe segmentul hobby farming și să ne situăm în top 5 la fiecare dintre categoriile: pet care, gardening și protecția plantelor. Nu în ultimul rând, vom utiliza magazinul online pentru a ieși pentru prima dată pe piețele țărilor din jur: Ungaria, Bulgaria și Serbia.

Investițiile în dezvoltarea canalului de vânzare online, precum și cele în automatizarea și digitalizarea proceselor din interiorul companiei și al grupului de firme sunt, de asemenea, parte a strategiei noastre de creștere.

În paralel, ne dorim să dezvoltăm și divizia de producție avicolă ale cărei baze le-am pus prin achiziționarea sucursalei Mihăilești a companiei Avicola București, către finalul anului trecut. Deja suntem între primii 10 furnizori de ouă de consum către marile rețele comerciale și ne propunem că, în trei ani, să creștem producția, devenind unul dintre primii cinci jucători pe piața românească. Pornind de la îndelungata noastră tradiție în obținerea hranei curate în gospodării, vom replică acest model și în producția de masă, prin dezvoltarea de noi produse din segmentul „bio” sau fără organisme modificate genetic.

Această platformă ne va ajuta să înlocuim importurile de pui de o zi pentru rețeaua de retail, ceea ce va duce la mărirea semnificativă a marjelor cu care operăm.

O altă preocupare a noastră este înființarea unui Advisory Board, încă din primul semestru al acestui an, organism care va fi compus din experți internaționali și români din retail, finanțe, M&A și transformare digitală. Acest “Consiliu consultativ” reprezintă primul pas în introducerea principiilor guvernantei corporative în compania noastră! Chiar dacă încă avem caracteristicile unei companii antreprenoriale, preocuparea mea este că să eficientizăm și să facem cât se poate de transparente (față de acționari) procesele de luare a deciziilor.

Este evident că această dezvoltare susținută a businessului nostru trebuie dublată de dezvoltarea echipei de management, inclusiv prin recrutarea de noi oameni talentați, capabili să administreze profesionist un business în puternică expansiune.

Din fericire, odată cu listarea, putem acum să recrutăm oameni care nu erau dispuși poate să vină într-o companie antreprenorială românească. Acum, datorită vizibilității, plusului de încredere dar și programului nostru de Stock Options Plan oferit angajaților cheie, avem șanse mult sporite să recrutăm oameni foarte valoroși.

Nu în ultimul rând, doresc să vă vorbesc despre colegii mei, cei care au făcut posibil succesul nostru și care vor contribui nemijlocit la realizarea proiectelor noastre și de acum înainte. Firmele din grupul nostru au angajat direct peste 300 de persoane, iar alți circa 300 de angajați se numără în firmele francizaților noștri. Ne tratăm toți colegii cu respect și demnitate, căutând să le asigurăm un mediu de lucru sigur, competitiv și confortabil, astfel încât să-și poată atinge și depăși potențialul.

În ceea ce vă privește pe dumneavoastră, investitorii noștri, vreau să vă asigur că ne preocupăm să beneficiați de un Randament al Investiției cât mai bun, în timp ce compania Agroland desfășoară business în condiții etice față de toți stakeholderii - clienți, furnizori și autorități publice, bineninteles.

Tot în direcția parteneriatului durabil pe care dorim să îl avem cu investitorii noștri și pentru a le recompensa încrederea, vom oferi trei acțiuni gratuite pentru fiecare acțiune deținută la data de înregistrare care va fi stabilită de Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor, care va fi convocată pentru aprobarea bilanțului pentru anul 2020. De asemenea, pentru susținerea planurilor de dezvoltare a companiei vom derula și o operațiune de majorare a capitalului, cu aport în numerar, pe care estimăm că o vom derula în partea a două a acestui an.

Vă invit să creștem visul Agroland împreună și vă mulțumesc că ați decis să faceți parte, prin investițiile dumneavoastră, din povestea de succes a companiei noastre!

*Horia Dan Cardoș,*

Administrator unic  
Agroland Business System S.A.

## 1. Analiză activității companiei

### 1.1 Descrierea activității de baza a companiei Agroland

Agroland Business System S.A., denumită în continuare „compania Agroland” sau „Emitent”, a fost fondată în 2009 la Timișoara, de către antreprenorul Horia Cardoș ca o societate cu răspundere limitată, având ca obiect de activitate comerțul cu amănuntul în magazine specializate cu produse pentru grădina, fermă și animale de companie. În anul 2020, Compania Agroland a realizat 165,37 milioane RON cifra de afaceri, profitul net atingând pragul de 8,63 milioane RON.

Compania Agroland și-a început activitatea prin vânzarea de produse pentru micii fermieri, de la furaje, echipamente și pui de o zi, ajungând să fie astăzi cel mai mare furnizor pentru zona de hobby farming.

Deoarece clientul obișnuit trăiește în mediul rural sau în vecinătatea orașelor, am urmat decizia naturală să comercializăm și produse pentru grădina (butași de trandafiri, arbuști și pomi fructiferi, semințe de legume și bulbi de flori, fertilizanți, echipamente și scule) și animale de companie (hrană, suplimente, jucării și accesorii pentru câini, pisici, animale și păsări exotice). Rezultatul a fost pe de o parte extinderea gamei de produse din magazine cât și extinderea clientelei și către familii care nu aveau că preocupare hobby farmingul.

Profitând de intrarea pe segmentele “Pet care” și “Grădină” și de potențialul de dezvoltare masiv al acestora, compania a recrutat un senior buyer cu experiență inclusiv pe “gardening”, dar și a unui category manager cu experiență în “pet care”, vizând o extindere în forță a acestor categorii. Profitând de avantajul competitiv dat de numărul de magazine și de proximitatea față de clienți, de experiență asimilată prin recrutarea de personal specializat, grupul Agroland a ajuns în poziția de a concura cu succes cu magazine mai cunoscute pe zonele de „gardening” și „pet care” precum: Dedeman, Hornbach, Animax sau Zoocenter.

O altă linie de business dezvoltată de companie este aceea de fitofarmacii. Astfel, în anul 2018, pornind de la un sondaj realizat la nivelul clienților existenți, în urmă căruia între 25% și 40% dintre aceștia erau interesați ferm de produse de fitofarmacie, s-a decis dezvoltarea segmentului de fitofarmacii. În anul 2020, grupul Agroland a ajuns la un număr de 20 de fitofarmacii, dintre care 2 sunt în curs de acreditare.

Inițial, compania Agroland a mers pe strategia de a deschide magazine proprii însă, profitând de notorietatea câștigată, a luat decizia dezvoltării de noi magazine în sistem de franciză. În urma acestei decizii strategice, numărul de magazinele deținute de Emitent a crescut într-un ritm accelerat. Astfel, în anul 2011, Agroland deținea deja 100 de magazine, ajungând ca în 2014 să fie inaugurat magazinul cu numărul 200. Din acest moment, Emitentul și-a concentrat resursele pe îmbunătățirea calității partenerilor francizati și pe creșterea vânzărilor din fiecare magazin existent. Numărul total de magazine ale companiei Agroland a evoluat constant în timp, ajungând la 248, la finalul anului 2020.



Începând cu anul 2020, Emitentul a upgradat modelul de business, optând pentru mărirea suprafețelor magazinelor operate de companie, această direcție fiind susținută și de extinderea gamei de produse comercializate. În acest context vizibilitatea și atractivitatea magazinelor Agroland a crescut constant.

Expansiunea companiei Agroland, care deține cea mai mare rețea de magazine agricole din România, a vizat și extinderea suprafeței unităților comerciale. În noile magazine Agroland, suprafețele de desfacere au crescut deja sau se vor extinde de până la 5 ori, iar gama de produse se triplează. Deschiderea noilor magazine Agroland MEGA a avut ca scop și accesarea unei noi categorii de clienți – din mediul urban sau din proximitatea marilor aglomerări urbane – ceea ce a crescut semnificativ publicul țintă și a schimbat într-o bună măsură structura de produse comercializate. În acest mod, noului public țintă vizat i se oferă o gamă largă de produse din sfera gardening, pet care și hobby farming, astfel încât să-i fie satisfăcute necesitățile legate de grădinărit, creșterea animalelor de companie sau agricultura de tip hobby.

În ceea ce privește firmele din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, compania Agroland a luat decizia de a transforma diviziile în societăți de sine stătătoare, pentru a asigura un control mai eficient asupra acestora și a se putea concentra pe liniile de business rămase. Astfel, în 2017, s-a decis transformarea diviziilor care activau în cadrul Agroland Business System S.R.L. în societăți de sine stătătoare, precum Agroland Agribusiness S.R.L., Agroland Professional Farm S.R.L. și Agroland Megastore S.R.L..

Agroland Professional Farm S.R.L., în cadrul căreia Emitentul deține 80%, oferă soluții de nutriție pentru fermele zootehnice. Astfel, vinde direct către fermierii mari și medii care nu pot fi deserviți în magazinele Agroland, deoarece au nevoi diferite, acest tip de clienți primind consultanță.

Din anul 2016 a funcționat, în cadrul companiei, divizia Agribusiness. Această divizie se ocupa cu comerțul de inputuri organice și convenționale pentru agricultură (semințe, fertilizanți, motorină, produse pentru sănătatea plantelor, etc) în județele din sud-vestul României. La sfârșitul anului 2017 s-a înființat compania Agroland Agribusiness S.R.L., în cadrul caruia, până la finalul anului 2020, Emitentul a deținut 80%, restul de 20% fiind deținut de managerul diviziei Agroland Megastore S.R.L. este deținută în proporție de 99,99% de către Agroland Business System S.A. și a fost înființată în 2019 în scopul construirii magazinelor de suprafață mare pentru Emitent. Acestă practică o au aproape toți retailerii mari care dețin o societate separată, prin care desfășoară activitățile imobiliare. În prezent, există două proiecte în derulare pe această societate nou înființată.

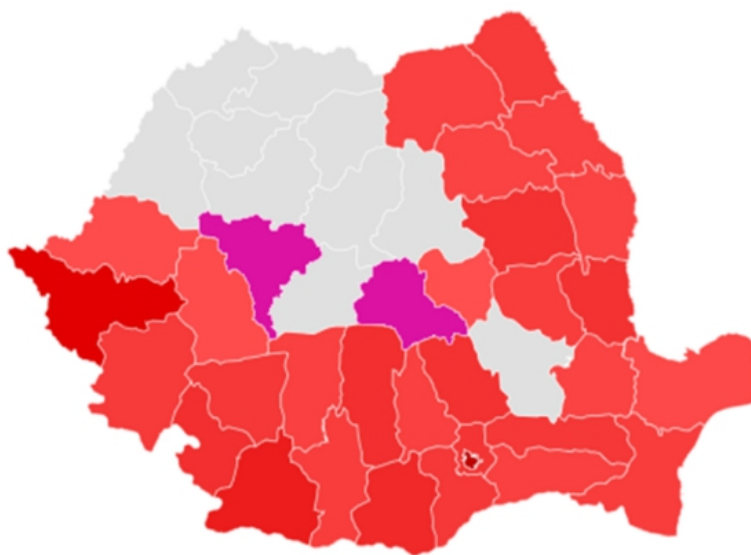
Magazinul Micului Fermier S.R.L. este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Agroland. Societatea, înființată în 2011, operează 22 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.

## 1.2 Evaluarea nivelului tehnic al companiei Agroland

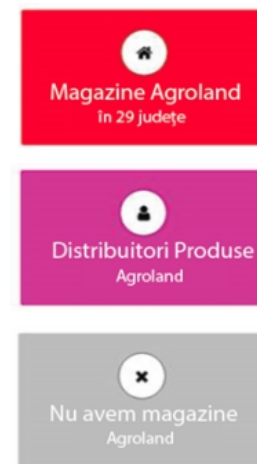
Grupul Agroland operează o rețea de 248 de magazine pe întreg teritoriul României, aceasta având o evoluție crescătoare de la an la an. Astfel, la finalul anului 2020, rețeaua de magazine din grupul Agroland acoperea 29 de județe și era formată din următoarele:

- 37 dintre acestea sunt operate de către Agroland Business System S.A.,
- 22 de către subsidiară S.C. Magazinul Micului Fermier S.R.L. (achiziționată în 2019 în proporție de 100%),
- iar restul de 189 de către 55 de parteneri în Franțză.

Harta magazinelor Agroland



Legendă



Sursa: Agroland Business System S.A.

Cea mai mare parte a magazinelor au o suprafață de 50-100 mp și sunt situate cu preponderență în mediul urban. În ultimul an strategia Agroland a înregistrat o schimbare semnificativă, fiind urmărită deschiderea de magazine având dimensiuni mult mai generoase – 400/600 mp și care sunt situate în principal în apropierea unor aglomerări urbane mari (București, Timisoasa, Craiova, etc.). La magazinele întregului grup Agroland este un mix între spații proprii și spații închiriate, în care spațiile proprii sunt în procent de aproximativ 15%.

În cadrul magazinelor proprii/în franciză, Agroland comercializează o gamă largă de produse din sfera gardening, pet care și hobby farming, deserving o paleta extensa de client atât din mediul urban cât și rural.

De asemenea, grupul Agroland include și rețeaua de fitofarmacii, o linie de business pe care compania intenționează să o dezvolte în continuare. În prezent, grupul Agroland a ajuns la un număr de 20 fitofarmacii extinse în toată țară.

Pe langa magazinele din cadrul Agroland, compania detine și clădiri de birouri, depozite cu instalație panouri fotovoltaice, centru logistic echipat (rafturi, echipamente și utilaje de manipulare marfă), parc auto, servere și echipamente birou.

În luna octombrie, Emitentul a anunțat preluarea activității platformei Avicola Mihăilești, producător de ouă de consum și pui de o zi, care include șase ferme, aflate pe o suprafața de 30 hectare, în județul Giurgiu. În prezent, în cadrul platformei sunt crescute peste 200.000 de păsări, majoritatea fiind păsări tinere, găini ouătoare și păsări de reproducție. Astfel, se realizează integrarea pe verticală a activității, cu efecte pozitive multiple: creșterea calității produselor, un control mai bun al costurilor și o îmbunătățire semnificativă a marjelor de profit.

### **1.3 Evaluarea activității de aprovizionare tehnico-materială**

Agroland este un retailer specializat, principalele 3 categorii comercializate fiind produse pentru Grădinărit, Pet Care și Hobby farming.

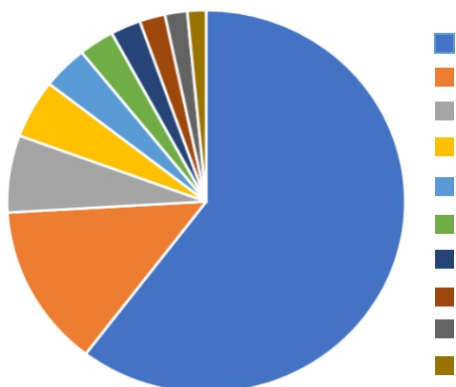
Ponderea cea mai mare în veniturile companiei o reprezintă categoria de Fermă, acest segment reprezentând mai mult de jumătate din venituri, fiind reprezentat de categoria de produse nutritie, echipamente, tratamente naturale și Pui de o zi, fiind urmata de categoriile Pet Care (hrana, accesorii, recompense, jucarii) și Gradina (material saditor, seminte, echipamente, fertilizanti. etc).

Anul 2020 este anul în care magazinele Agroland evoluează de la cele tradiționale, cu suprafețe cuprinse între 50-100 mp, către magazine specifice retailului modern cu suprafețe de 400 -600 mp.

De la începutul anului 2020, în structura companiei Agroland a fost integrat un nou departament de achiziții. Acesta este condus de un senior buyer cu experiență de peste 10 ani în multinaționale de retail. În continuare, Agroland țintește modificarea organizării interne pentru a replica funcțiunile unui retailer modern.

Din punct de vedere al furnizorilor în anul 2020, baza este de 134 de furnizori activi. Informațiile legate de furnizori și complexitatea gamelor de produse se realizează prin intermediul platformei ERP SENIOR SOFTWARE prin procese automate optimizate de facturare, sincronizare stocuri, dar și analiză vânzărilor

și trasabilitatea produselor prin modul BI-Business Intelligence. Suntem în curs de implementare a comenzilor directe către furnizori prin sistemul ERP SENIOR.



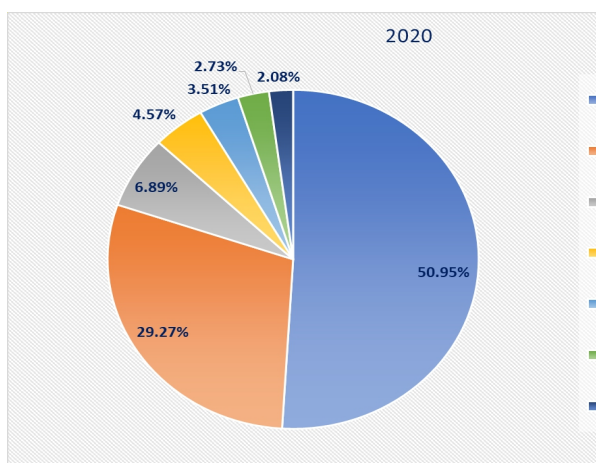
Furnizor	%
Furnizor 1	48.65
Furnizor 2	11.07
Furnizor 3	5.26
Furnizor 4	3.98
Furnizor 5	2.98
Furnizor 6	2.33
Furnizor 7	1.98
Furnizor 8	1.68
Furnizor 9	1.46
Furnizor 10	1.23

Sursa: Agroland Business System S.A.

#### 1.4 Evaluarea activității de vânzare

În anul 2020, peste 35% din cifra de afaceri a fost realizată în magazinele proprii comparativ cu anul 2019 când aceasta a reprezentat 29% (inclusiv în societatea Magazinul Micului Fermier, achiziționată în 2019). Restul cifrei de afaceri a fost realizat prin vânzarea către Partenerii noștri în franciză, aceștia fiind obligați prin contract să achiziționeze marfă integral de la compania Agroland.

#### Ponderea segmentelor de business în vânzările nete totale în 2020



Clasificare	2019	2020
FURAJE&CONCENTRATE	47.74%	50.95%
PUI	32.26%	29.27%
Produse Pet food	5.20%	6.89%
ADITIVI	3.67%	4.57%
ECHIPAMENTE	2.95%	3.51%
AGRICOLE	2.59%	2.73%
ALTELE	5.59%	2.08%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Sursa: Agroland Business Systems S.A.

### Clienți principali

La nivelul anului 2020, conform datelor înregistrate de către grupul Agroland, numărul total de clienți a fost de aproximativ 2,5 milioane care au făcut cumpărături din magazinele Agroland, luând în considerare atât magazinele proprii cât și cele în franciză. Dintre clienții înregistrați anul trecut, un procent de 35% dintre ei au fost deserviți în magazinele proprii și iar diferența de 65% au făcut cumpărături în magazinele partenerilor (în franciză).

Conform datelor înregistrate de Agroland în anul 2020, cei mai mari parteneri în franciză sunt:

Partener	Achiziții
<b>OG ELECTRONICA SR</b>	<b>11,9 mil. RON</b>
<b>AGROVIMALUC SRL</b>	<b>8,6 mil. RON</b>
<b>COSABIS AGRO SRL</b>	<b>5,3 mil. RON</b>

Partenerii Agroland au obligația de a achiziționa produsele în exclusivitate de la compania Agroland sau de la furnizori agreeți de aceasta. Termenele de plata sunt între 2 și 90 de zile, în funcție de produs și de categoria din care face parte.

Partenerii garantează plata facturilor cu Bilete la Ordin avalizate personal, având o limită de 10% din cifra de afaceri din anul anterior. Partenerii trebuie să se încadreze în această limită pentru a putea achiziționa produsele prin facturi cu plata la termen.

### Principalii competitori

Referindu-ne la sectorul de piață pe care este prezența compania Agroland, nu putem vorbi de o polarizare a acesteia în jurul unor anumite companii, fiind un sector cu competitori mulți și de talie mică. Cu toate acestea, emitentul este cel mai important jucător la nivel național pentru produsele pe care le comercializează, ceea ce este posibil ca urmare a dezvoltării, în timp, a lanțului extins de magazine (proprii și în franciză), care acoperă nu mai puțin de 29 de județe din România. Luând în considerare acoperirea teritorială și gama largă de produse, se poate spune că Agroland nu înregistrează competitori la fel de răspândiți geografic, care să comercializeze toate categoriile importante, ci avem doar jucători care activează pe câte o singură categorie.

La nivel național pe categoria Hobby farming găsim un singur competitor - producătorul de furaje Purina și rețeaua sa de dealeri. Pe categoria Pet Care există 2 rețele naționale de petshop-uri: Animax și Zoocenter. La categoria Gardening avem rețelele de magazine de bricolaj: Dedeman, Hornbach, Leroy Merlin.

Conform calculelor sale, compania Agroland estimează că în cele 29 de județe în care este prezență, pentru orașele mici și zonele rurale, raportat la 2020, deține o cota de piață de aproximativ 30%.

#### **Avantaje competitive ale Agroland:**

- Agroland are cea mai extinsă rețea de magazine din România cu specializare pe zona gardening, hobby farming, pet care, având o acoperire mult mai bună decât a competitorilor;
- Se adresează clienților din zona rurală, prin magazine cu suprafețe mai mici, dar oferind o gamă foarte extinsă de produse pentru fermă și grădină, având calități și prețuri adaptate fiecărui consumator;
- Este cel mai mare furnizor de pui de o zi din România; prin achiziția platformei Mihăilești se realizează o integrare pe verticală a activității din această arie, cu efecte pozitive multiple: creșterea calității produselor, un control mai bun al costurilor și o îmbunătățire semnificativă a marjelor de profit;
- Specializarea pe zonele de gardening, pet care și hobby farming, oferă Agroland șansa de a fi prima opțiune pentru clienții din zona urbană, înaintea magazinelor de tip pet care sau bricolaj, clienții putând opta pentru un magazin specializat în dauna unuia generalist (bricolaj) sau dimpotrivă a unuia supraspecializat (pet care); comparativ cu magazinele de bricolaj oferta este mai specializată și ca atare poate răspunde mai bine cererii clienților; comparativ cu magazinele supraspecializate de tip pet care, avantajul este posibilitatea achiziției din același loc și a altor tipuri de produse necesare într-o gospodărie - din zona gardening și hobby farming;
- Obiectivul listării acțiunilor pe SMT-ul administrat de Bursa de Valori București este atât creșterea vizibilității și notorietății Agroland, cât și accesarea de finanțare pe termen lung pentru extinderea rapidă a rețelei de magazine. De asemenea, prin listarea societății la BVB, compania Agroland vizează o poziționare pe un nivel calitativ superior, care îi permite adresarea și câștigarea unei clientele mai sofisticate, cea din zonele urbane;
- Rețeaua foarte extinsă de magazine, rulajele ridicate și experiență acumulată în timp permit Agroland încheierea unor contracte cu furnizori specializați, care-i permite obținerea unor condiții comerciale mai avantajoase decât a multor competitori.

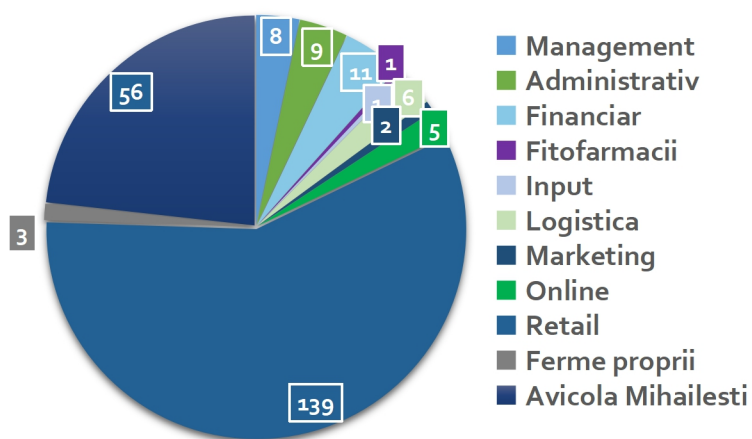
### **1.5 Evaluarea aspectelor legate de angajații companiei Agroland**

Compania Agroland se extinde tot mai mult, ceea ce a dus la creșterea cu 34% a numărului efectiv de salariați existenți de la 180 la data de 31.12.2019 la 241 la data de 31.12.2020.

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

**DETALII CU PRIVIRE LA ANGAJAȚI LA DATA DE 31.12.2020**

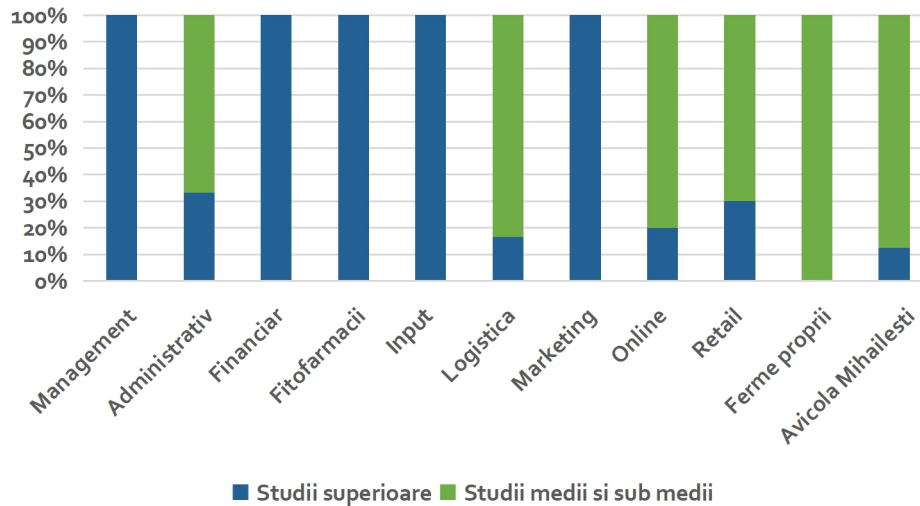
Departament	Nr. angajati
Management	8
Administrativ	9
Financiar	11
Fitofarmacii	1
Input	1
Logistica	6
Marketing	2
Online	5
Retail	139
Ferme proprii	3
Avicola Mihailesti	56
<b>Total</b>	<b>241</b>

**Ponderea angajaților pe departamente**


Sursa: Agroland Business System S.A.

**Nivelul de studii al angajaților Societății la 31.12.2020**

Departament	Studii superioare	Studii medii si sub studii medii
Management	8	
Administrativ	3	6
Financiar	11	
Fitofarmacii	1	
Input	1	
Logistica	1	5
Marketing	2	
Online	1	4
Retail	42	97
Ferme proprii		3
Avicola Mihailesti	7	49
<b>Total general</b>	<b>77</b>	<b>164</b>



Sursa: Agroland Business System S.A.

Compania Agroland investește constant în dezvoltarea salariaților ei, atât din punct de vedere al calităților ce aduc plus valoare companiei, cât și al aptitudinilor angajaților precum: cultivarea leadership-ului pentru manageri, creșterea încrederii angajaților din vânzări.

Din acest motiv, relația dintre manageri și angajați se consolidează tot mai mult, de la un an la altul.

## 1.6 Evaluarea aspectelor legate de impactul activității de bază a companiei Agroland asupra mediului înconjurător

Compania Agroland a evoluat cu succes în ultimii ani, fiind conștienți de responsabilitatea față de mediu și protecția climei.

Livrăm în fiecare zi comenzi din depozitele proprii, utilizând responsabil resursele naturale și respectând legislația de mediu. Astfel, prin rețeaua logistică optimizăm rutele de transport, reducând poluarea mediului.

Am implementat un sistem de panouri fotovoltaice pentru alimentarea eficientă și ecologică a depozitelor din Timișoara iar în anul 2020 am devenit Prosumator. Urmează să replicăm modelul și în alte puncte de lucru în care există posibilitatea.

De asemenea, am implementat în rețeaua de magazine Agroland utilizarea pungilor biodegradabile și a unor sisteme de colectare a bateriilor uzate.

Echipamentele electrice și electronice defecte sunt colectate de firma specializată de colectare selectivă a deșeurilor.



Pentru a ambala optim produsele și a ajunge în condiții de maximă siguranță am decis să folosim eficient materialele necesare astfel încât să protejăm mediu.

## 1.7 Evaluarea activității de cercetare și dezvoltare

### **Agricultură inteligentă- AgTech TM by AGROLAND primul program complet de incubare de startup-uri agri-tech**

O altă direcție a companiei Agroland este aceea de inovație a tehnologiei în agricultură și în domenii conexe. **AgTech TM by Agroland** - este primul program complet de incubare din România care stimulează și susține inovația în agricultură.

În septembrie 2020, Grupul Agroland a anunțat lansarea AgTech TM by Agroland, primul program complet de incubare de startup-uri din România care stimulează și susține inovația și digitalizarea în agricultură. Programul se extinde la nivel național, prin lansarea hackathon-ului online AgTech TM Spark Weekend. AgTech TM este dezvoltat împreună cu Ascendis și este primul program complet de incubare din România, care stimulează și susține inovația în agricultură.

Miza incubatorului de afaceri: mentorat, acces la rețeaua de business Agroland, training-uri și workshop-uri din partea Ascendis, companie de training și consultanță în domeniul dezvoltării organizaționale și 10.000 de euro finanțare pentru fiecare dintre cele cinci echipe care își transformă ideea în start-up. Programul include toate etapele de dezvoltare de la idee la o afacere de succes prin resurse de învățare, mentorat, investiții și acces la cea mai mare bază de clienți din industria agricolă.

Agroland consideră că potențialul de creștere în agricultură este mult mai mare decât în alte ramuri economice, astfel că și-a propus să susțină talentul și dedicarea unor startup-uri tech din domeniu, care pot consolida creșterea sectorului agricol în România. Scopul Agroland este identificarea unor noi nișe de creștere pe termen lung pentru companie și integrarea în timp, realizarea de sinergii cu start-upurile de succes din agricultură, sau asimilarea unor idei de dezvoltare care pot fi aplicate și în cazul Agroland. În continuare acest program este gestionat de societatea Agroland Agribusiness.

## 1.8 Evaluarea activității companiei Agroland privind managementul riscului

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

**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 formă lichidității scăzute a pieței de capital, precum și printr-o creștere a ratelor de dobânda 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 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 hrană 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 senzațional publicului larg, neafectat în general de aceste probleme. De asemenea, în trecut s-a manifestat pesta sau pseudopesta la porcine, gripă aviară la păsări sau alte boli la bovine sau ovine. În general, compania Agroland a reușit să profite de asemenea situații și a reușit să nu fie afectată în mod negativ.

Emitentul consideră că **riscul dat de sezonalitate** poate fi diminuat de o dezvoltare a categoriilor de produse în noile magazine cu accent pe produsele fără sezonalitate de exemplu produse pentru animale de companie.

**Riscul fiscal și juridic** - emitentul este guvernat de legislația din România și chiar dacă legislația din România a fost în mare parte armonizată cu legislația UE, pot apărea modificări ulterioare, respectiv pot fi introduse legi și regulamente noi, ce pot produce efecte asupra activității companiei. Legislația din România este adesea neclară, supusă unor interpretări și implementări diferite și modificări frecvente. Atât modificarea legislației fiscale și juridice, cât și eventuale evenimente generate de aplicarea acestora, se pot concretiza în posibile amenzi sau procese intentate companiei, care pot impacta activitatea Emitentului.

**Riscul de piață** este riscul că variația prețurilor pieței, cum ar fi cursul de schimb valutar, rată dobânzii și prețul instrumentelor de capitaluri proprii, să afecteze veniturile companiei sau valoarea instrumentelor financiare deținute. Compania operează într-o economie în dezvoltare, cu rate de schimb fluctuante ale valutelor față de moneda națională, ceea ce poate conduce la pierderi de valoare aferente activelor monetare deținute în valută. Obiectivul gestionării riscului de piață este acela de a gestiona și controla expunerile la riscul de piață în cadrul unor parametri acceptabili și în același timp de a optimiza rentabilitatea investiției.

**Riscul de credit** reprezintă riscul că debitorii companiei să nu își poată onora obligațiile la termenul de scadență, din cauza deteriorării situației financiare a acestora. Compania este mai puțin expusă acestui risc datorită politicii de Franciză. Partenerii garantează plata facturilor cu Bilete la Ordin avalizate

personal, având o limita de 10% din cifra de afaceri din anul anterior. Partenerii trebuie să se încadreze în această limita pentru a putea achitiona produsele prin facturi cu plata la termen.

**Riscul legat de plata principalului și a dobânzilor** - în cazul unor riscuri care țin de lichiditatea curentă a companiei, Emitentul se poate afla în situația de a nu putea plăti la timp, sau a nu putea plăti parțial sau deloc dobânzi și/sau principal care decurg din actuală emisiune de obligațiuni. Orice nerespectare a graficului de plăți aferente obligațiunilor se traduce într-un risc de credit pentru Deținătorii de Obligațiuni. Nu se poate estima în mod rezonabil o perioada de timp precisă în care, în cazul producerii acestui risc, ar urma să fie plătite principalul sau dobânzile (cupoanele) restante. Compania va depune toate eforturile rezonabile în acest sens dar investitorii trebuie să ia în calcul inclusiv faptul că aceste sume nu vor putea fi rambursate (în cazul extrem al falimentului Emitentului).

**Riscul asociat ratelor dobânzilor și surselor de finanțare** - în cazul deteriorării mediului economic în cadrul căruia operează Emitentul, acesta s-ar putea găsi în imposibilitatea contractării unui nou credit în condițiile de care a beneficiat anterior, fapt ce ar putea duce la creșterea costurilor de finanțare și ar afecta în mod negativ situația financiară a Companiei.

**Riscul de lichiditate** – include și riscul generat de posibilitatea nerecuperării creanțelor. Prin specificul activității sale, compania Agroland menține un nivel al creanțelor și al datoriilor care să permită desfășurarea optimă a activității de comercializare de produse prin intermediul lanțului sau de magazine, astfel compania Agroland este creditor al unui număr substanțial de creanțe. În acest sens, Agroland menține un management strict al lichidităților și urmărește situația la nivelul fiecărui magazin în parte, luând măsuri cu flexibilitate ridicată pentru realizarea optimizărilor necesare. De exemplu, termenele de plata pentru partenerii Agroland, care au obligația de a achiziționa produsele în exclusivitate de la ABS sau de la furnizori agreeți de ABS, se întind de la 30 la 90 de zile, numărul depinzând de produs și de categoria din care face parte produsul. Partenerii garantează plata facturilor cu Bilete la Ordin avalizate personal, având o limita de 10% din cifra de afaceri din anul anterior. Partenerii trebuie să se încadreze în această limita pentru a putea achitiona produsele prin facturi cu plata la termen. De asemenea, această limita de 10% reprezintă și cifra la care se tranzacționează la nivel de magazine între parteneri sau între parteneri și compania Agroland.

În ultimii ani compania Agroland a urmărit printre obiectivele sale creșterea eficienței la nivel de magazin, ceea ce a condus și la închiderea unor locații care se dovedeau ineficiente și care nu aveau potențial de creștere semnificativă. Cu toate acestea, pot apărea situații în care să crească riscul de lichiditate, acestea putând fi determinate de modificări în contextul regional sau general din România sau punctual la nivel de magazin. În prezent, compania Agroland are în prezent procese deschise, prin care intenționează recuperarea creanțelor prin toate metodele disponibile din punct de vedere legal și administrativ. Aceste litigii ce implică recuperarea creanțelor de la diverși furnizori, care au intrat în insolvență sau faliment, sunt prezentate mai detaliat în cadrul riscului asociat altor tipuri de litigii.

**Risc de pandemie** - Deși ignorat în ultimele decenii, acest risc (în special riscul unor epidemii la nivel global, respectiv riscul de pandemie) a revenit, relativ recent, în atenția publicului. Deși pentru unele

companii (ex. cele din industriile farmaceutică, de echipament medical, de servicii IT și de telecomunicații) acestea pot deveni oportunități, cel puțin pe termen scurt, impactul economic general este considerat a fi unul negativ. Astfel, există opinii că, în funcție de natură și severitatea epidemiei / pandemiei, această poate induce recesiuni care să dureze un trimestru, sau chiar și mai mulți ani. În condițiile în care reacțiile autorităților publice și/sau ale comunității medicale nu ar fi cele potrivite, există chiar riscul unei depresiuni care ar conduce la reduceri importante în activitatea economică și în prețul majorității activelor.

De exemplu, în primele luni ale anului 2020, a apărut o pandemie de coronavirus (SARS-COV-2), cunoscută sub denumirea COVID-19. Această pandemie a dus la înregistrarea unor scăderi de peste 25% raportate la cele mai recente maxime pentru principalii indici bursieri la nivel global. Acest lucru a influențat în mod similar și piața locală de capital. Mai mult, la nivel internațional, majoritatea claselor de active importante au fost influențate negativ în mod sever, chiar și cele care funcționează tradițional ca refugii pentru investitori.

## 1.9 Elemente de perspectiva privind activitatea companiei Agroland

### Conceptul Agroland Mega

Pentru a veni în întâmpinarea creșterii cererii, atât ca volum, cât și în privința diversificării gamei de produse (care se va tripla), am dezvoltat un model inovator de magazine, de tip one stop shop, aflate în apropierea clienților, cu suprafețe de 4-5 ori mai mari decât ale actualelor magazine.

Conceptul “Agroland MEGA” este, în prezent, unic în România și se referă la un alt tip de magazine față de ceea ce există până acum. Magazinele în noul format au suprafețe de peste 400 mp, oferindu-le clienților o experiență mult îmbunătățită, pentru a satisface atât nevoile clientelei tradiționale, cât și ale unui nou segment de clienți, cu venituri peste medie și având drept hobby grădăritul, creșterea animalelor de companie sau de expoziție.

În acest sens, în anul 2020 începem să enumerăm deschiderile de magazine în format Mega din cadrul grupului AGROLAND, începând din luna martie cu Agroland Mega Brăila și Agroland Mega Giurgiu. Continuăm cu luna august când compania Agroland a inaugurat Agroland Mega Mosnita (Timișoara) care pune la dispoziția clienților peste 2.500 de produse iar în luna noiembrie a deschis Agroland Mega București pe Șoseaua Fundeni cu un portofoliu de peste 3.000 de produse, cele mai multe dintr-un magazin MEGA din cadrul rețelei. Portofoliul include articole pentru grădina, printre care material saditor, fertilizanți și echipamente pentru întreținere; produse destinate animalelor de companie, de la hrană, la suplimente și accesorii, precum și produse pentru hobby farming, precum și alte produse utile în casă și gospodărie.

Până la finalul anului 2021, grupul Agroland planifică deschiderea a cel puțin 8 magazine de tip MEGA, cu venituri de circa 3 mil. EUR, însemnând aprox. 10% din cifra de afaceri a companiei. În fiecare astfel de magazin vor fi create circa 8 noi locuri de muncă, iar din anul al treilea estimează că veniturile aduse de fiecare unitate să se situeze la aproximativ un milion de euro pe an.

### **Intrarea pe piață producătorilor de ouă –Avicola Mihăilești**

În prezent, pe platforma avicola Mihăilești se dezvoltă două activități distincte: ferme de reproducție cu stație de incubație pentru producția de pui de o zi și ferme de găini pentru producția de ouă pentru consum. Decizia de preluare a fermelor din Mihăilești face parte din strategia de dezvoltare a companiei pe termen mediu și lung, având ca piloni principali: extinderea rețelei de magazine, un nou format al acestora, creșterea gamei de produse comercializate și creșterea gamei de produse și a producției în cadrul diviziei Food.

Preluarea activelor Avicola Mihăilești marchează intrarea Agroland pe piața producătorilor de ouă de consum, care în 2019 se ridică la aproximativ 150 – 170 milioane de euro, în România.

Printre clienții fermelor se află mari lanțuri de supermarketuri din țară și străinătate, printre care și Lidl România, care achiziționează ouă de consum.

Potrivit prognozelor Agroland, se estimează că platforma Avicola Mihăilești va genera o producție de circa 3,5 milioane euro în 2021, ceea ce semnifică 10% din totalul cifrei anuale de afaceri.

### **Producția puilor de o zi**

În cadrul platformei Avicola Mihăilești, Agroland dezvoltă producția de pui de o zi, unul dintre produsele cu vanzarile cele mai mari în cadrul magazinelor sale.

În prezent, aici sunt crescute peste 200.000 de păsări, majoritatea fiind păsări tinere, găini ouătoare și păsări de reproducție. Compania Agroland va renunța treptat la o bună parte din importurile de pui, din Italia și Ungaria, și se va concentra pe creșterea păsărilor la nivel local, pe care îi comercializează în magazinele din cadrul rețelei.

Pentru creșterea capacității și modernizarea capacităților existente, societatea va accesa finanțări bancare pe termen lung (8-10 ani) precum și programe de finanțare cu fonduri europene.

## **2. Activele corporale ale companiei Agroland**

### **2.1 Precizarea amplasării și a caracteristicilor principalelor capacități de producție în proprietatea companiei Agroland**

Din totalul activelor imobilizate, în anul 2020, 62% reprezintă imobilizările corporale, respectiv echipamentele, utilajele și parcul auto iar un procent de 35% îl reprezintă imobilizările financiare. Totodată, dorim să subliniem că activele imobilizate au crescut cu un procent de 40% față de anul 2019.

La sfârșitul anului 2020, compania Agroland deține active corporale în valoare de 18.849.101 RON datorate investițiilor de-a lungul timpului în clădiri de birouri, magazine și depozite cu instalație panouri fotovoltaice, centru logistic echipat (rafturi, echipamente și utilaje de manipulare marfă), parc auto, servere și echipamente birou.

### **2.2 Descrierea și analiza gradului de uzură a proprietăților companiei Agroland**

Activele corporale ale companiei Agroland au un grad de uzură specific activității derulate, în principal de birou, magazin și depozit

### **2.3 Precizarea potențialelor probleme legate de dreptul de proprietate asupra activelor corporale ale companiei Agroland**

Nu este cazul până în prezent.

## **3. Piața valorilor mobiliare emise de către compania Agroland**

### **3.1 Obligațiuni și Acțiuni ale companiei Agroland Business System S.A.**

**Obligațiunile AGR25** se tranzacționează pe sistemul SMT al Bursei de Valori București și au intrat la tranzacționare în data de 16.06.2020.

Prin Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor Agroland Business System S.A. nr. 7 din 24.02.2020, publicată în Monitorul Oficial Partea a IV-a, nr. 1321/07.04.2020, actionarii au aprobat emiterea de către compania Agroland de obligațiuni corporative neconvertibile în acțiuni, negarantate și cu opțiune de răscumpărare înainte de scadență la inițiativa Societății, în valoare totală de 7.5 milioane RON, cu posibilitatea extinerii până la 10 milioane RON, și au autorizat Administratorul Unic al Societății să stabilească parametrii finali ai emisiunii de obligațiuni aprobate.

În acest context, Emitentul a derulat prin intermediul SSIF Tradeville S.A., în perioada 3 – 5 martie 2020, o oferta de vânzare de obligațiuni adresată unui număr de mai puțin de 150 de persoane fizice sau juridice, investitori de retail, pe un stat membru al Uniunii Europene, fără întocmirea și publicarea unui prospect. În urmă acesteia, au fost emise de către Agroland Business System S.A. un număr de 80.803 de Obligațiuni corporative negarantate, denumite în RON, cu o valoare nominală individuală de 100 RON și o valoare totală de 8.080.300 RON, emise la dată de 10 martie 2020, cu scadență 10 martie 2025 și o rată anuală a cuponului fixă de 9%, cupoanele fiind plătibile semestrial.

În cadrul plasamentului au fost emise obligațiuni către 88 de investitori, dintre care 1 investitor instituțional și 87 de investitori de retail.

Data Scadenței Obligațiunilor este în termen de 5 (cinci) ani de la Dată de Emisiune, respectiv la 10 martie 2025. Rată nominală anuală a dobânzii este fixă și are valoarea de 9% per an, cupoanele fiind plătibile semestrial la Dată Cupon.

Registrul deținătorilor de obligațiuni este ținut de către Depozitarul Central S.A. .

De la admiterea la tranzacționare și până la dată publicării prezentului raport, prețul clean de tranzacționare a fost în intervalul 99,96 – 103,98 RON/obligatiune, bazat pe prețurile de închidere. De la listare (16 iunie 2020) și până la finalul anului 2020 au fost tranzacționate 36.572 obligațiuni AGR25, respectiv 45,26% din toată emisiunea de obligațiuni. Prețul clean de închidere la finalul anului 2020 a fost de 101,55%.



Sursa: Bursa de Valori Bucuresti

**Acțiunile- simbol AG** sunt tranzacționate în cadrul Sistemului Multilateral de Tranzacționare, pe piața AeRO, operat de Bursă de Valori București și sunt în număr de 11.770.590 acțiuni ordinare, nominative, liber transferabile, dematerializate, denumite în lei, cu o valoare nominală de 0,10 lei fiecare și care conferă drepturi egale acționarilor companiei. Acțiunile societății au intrat la tranzacționare în dată de 01.03.2021.

Prin Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor companiei Agroland Business System S.A. nr. 26 din 4.11.2020, acționarii au aprobat majorarea capitalului social al societății cu suma de 176.559 lei, de la suma actuală de 1.000.500 lei, la suma de 1.177.059 lei, prin emiterea unui număr de 1.765.590 acțiuni noi, ordinare, nominative, în formă dematerializată, cu valoare nominală de 0,10 lei/acțiune, în schimbul aporturilor în numerar vărsate integral la data subscrierii, și au autorizat Administratorul Unic al Societății să stabilească parametrii finali ai emisiunii de acțiuni aprobate.

În acest context, Emitentul a derulat prin intermediul SSIF Tradeville S.A., în dată de 18 noiembrie 2020, o oferta de vânzare de acțiuni adresată unui număr de mai puțin de 150 de persoane fizice sau juridice, investitori de retail, pe un stat membru al Uniunii Europene, fără întocmirea și publicarea unui prospect. În urmă acesteia, au fost emise de către Agroland Business System S.A. un număr de 1.765.590 acțiuni, cu o valoare nominală individuală de 0,10 RON, la un preț de 4,5 RON/acțiune, cu o valoare totală de 7.945.155 RON, emise la dată de 23.11.2020.

În cadrul plasamentului privat au fost emise acțiuni către 137 de investitori dintre care 3 investitori instituționali și restul 134 de retail.

Free-float-ul companiei la momentul listării din 01.03.2021 a fost de 15% din acțiunile totale, acționari persoane fizice fiind 13.93%, iar restul de aprox. 1.07% de persoane juridice.

Prețul de închidere de la finalul primei zile de tranzacționare- 01.03.2021 a fost de 21,2 RON per acțiune iar cel de la finalul zilei de 25 martie 2021 a fost de 22 lei/acțiune.



*Sursa: Bursa de Valori Bucuresti*

Capitalizarea companiei la finalul sedinței de tranzacționare din data de 25 martie a fost de 258.952.980 lei.

### 3.2 Politică privind dividendele

În anii 2018 și 2019, compania a repartizat 64%, respectiv 0%, din profit sub formă de dividende. Pentru următorii 3 ani, având în vedere strategia de dezvoltare propusă, societatea nu are în vedere distribuția de dividende sub formă de numerar.

În același timp, compania Agroland are în plan distribuirea dividendelor către acționari sub formă de acțiuni gratuite, prin capitalizarea unei părți a profitului înregistrat. Acționarii au fost convocați pentru data de 28 aprilie 2021 să aprobe majorarea capitalului social al Societății cu suma de 3.531.177 RON



din profitul nerepartizat aferent anului 2020, prin emisiunea unui număr de 35.311.770 acțiuni noi (3 acțiuni gratuite la 1 deținută) cu o valoare nominală de 0,1 RON fiecare.

De asemenea, compania Agroland are în vedere derularea anuală de majorări de capital cu aport în numerar cu scopul de a susține ritmul rapid de creștere planificat. Tot la 28 aprilie 2021, acționarii vor hotărî în legătură cu majorarea capitalului social al Societății cu aport în numerar, operațiunea urmând a fi derulată în a două parte a acestui an.

Societatea are aprobat un program de “Stock Option Plan” prin care să își recompenseze angajații cheie și conducerea, cu scopul de a crește motivarea, implicarea și aportul acestora la creșterea companiei, dar și pentru fidelizarea și încurajarea unei atitudini proactive față de obiectivele strategice ale companiei. Prin programul de tip “Stock Option Plan”, aprobat prin Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor nr. 25/4.11.2020, se are în vedere distribuția către angajații cheie și conducere a maxim 1% din acțiunile companiei în fiecare an din program, care se întinde pe durata a 3 ani.

### **3.3 Descrierea oricăror activități ale companiei Agroland de achiziționare a propriilor acțiuni**

Nu este cazul.

### **3.4 În cazul în care emitentul are filiale, precizarea numărului și a valorii nominale a acțiunilor emise de societatea-mamă deținute de filiale**

Începând cu 2017, societatea deține participări de 80% în societatea Agroland Agribusiness SRL, de 80% în societatea Agroland Professional Farm SRL, deține integral compania Magazinul Micului Fermier SRL și, din anul 2019, deține cota de 99,99 % din Agroland Megastore SRL. Niciuna din societățile enumerate nu dețin acțiuni sau obligațiuni emise de compania Agroland.

### **3.5 În cazul în care compania Agroland a emis obligațiuni și/sau alte titluri de creanță datorie, prezentarea modului în care emitentul își achita obligațiile față de deținătorii de astfel de valori mobiliare**

Agroland Business System S.A. a emis la data de 10 martie 2020 un număr de 80.803 de Obligațiuni corporative negarantate, denumite în RON, cu o valoare nominală individuală de 100 RON și o valoare totală de 8.080.300 RON. Obligațiunile au scadența la data de 10 martie 2025 și o rată anuală a cuponului fixă de 9%, cupoanele fiind plătibile semestrial.

Data Scadenței Obligațiunilor este în termen de 5 (cinci) ani de la Data de Emisiune, respectiv la 10 martie 2025. Rata nominală anuală a dobânzii este fixă și are valoarea de 9% per an, cupoanele fiind plătibile semestrial la Dată Cupon.

Perioada de cupon va începe să curgă de la Data de Emisiune, 10 martie 2020. Cuponul (Dobânda) se calculează pe baza principiului „act/365” (adică prin raportarea numărului efectiv de zile ce au trecut dintr-o perioadă de cupon la un număr de 365 de zile reprezentând un an. De asemenea, cuponul

(dobânda) se calculează și după principiul: „prima zi din perioada de calcul inclusă, ultima zi din perioada de calcul exclusă”.

Plățile Cuponului vor fi efectuate semestrial către Deținătorii de Obligațiuni înregistrați la fiecare din Datele de Referință, în termen de 10 (zece) zile lucrătoare de la Dată de Referință.

Dacă orice Dată Cupon va cădea într-o zi care nu este Zi Lucrătoare, plata Cuponului se va efectua în ziua lucrătoare imediat următoare datei respective.

Ultima Data Cupon va fi și Data Scadenței, respectiv la împlinirea a 5 (cinci) ani de la Data de Emisiune, când obligațiunile emise vor fi răscumpărate la valoarea nominală, cu excepția cazului în care are loc o răscumpărare anticipată a Obligațiunilor. Emitentul va avea dreptul de a răscumpăra Obligațiunile integral dar nu și parțial, la inițiativa sa, începând cu al doilea an al duratei de viață a Obligațiunilor, caz în care Emitentul va plăti Deținătorilor de Obligațiuni pentru fiecare obligațiune deținută la Dată de Referință: dobânda acumulată până în momentul răscumpărării + valoarea nominală a fiecărei obligațiuni + o prima unitară de răscumpărare anticipată de 3% din valoarea nominală a obligațiunii deținute. În cazul în care Emitentul ia decizia de răscumpărare anticipată a emisiunii de obligațiuni, acesta va publică anunțul pe site-ul societății, la secțiunea de relații cu investitorii, concomitent și pe site-ul BVB. Decizia de răscumpărare anticipată va fi comunicată atât Bursei de Valori București, Depozitarului Central, cât și Autorității de Supraveghere Financiară. În cadrul comunicatului societății, Emitentului va menționa Prețul de Răscumpărare, Dată de Referință pentru identificarea obligatiunilor care beneficiază de răscumpărarea anticipată și Dată Plății stabilită astfel încât Emitentul să poată realiza toate procedurile tehnice necesare cu instituțiile implicate.

Plata dobânzii (Cuponului) și a Principalului: Toate plățile în ceea ce privește Obligațiunile emise, principal și cupoane, vor fi efectuate la Dată Cupon și/sau la Dată Scadenței, după caz, prin intermediul Depozitarului Central și al Agentului de Plata desemnat de către Emitent, către Deținătorii de Obligațiuni înregistrați în Registrul Deținătorilor de Obligațiuni la Dată de Referință aplicabilă.

La momentul actual, compania Agroland este la zi cu plata cupoanelor către deținătorii de obligațiuni, pentru toate emisiunile de obligațiuni, efectuată prin sistemul Depozitarului Central.

#### 4. Conducerea emitentului

**Administrarea companiei Agroland Business Systems S.A este asigurată de către Administratorul Unic, Horia Dan Cardos**, ales de către Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor pentru o perioadă de 2 ani, începând cu dată de 28.01.2020 și până la dată de 28.01.2022.

Horia Dan Cardos, absolvent al Universității de Politehnica din Timișoara, Facultatea de Chimie Industrială are un istoric îndelungat în dezvoltarea și conducerea companiilor din diverse domenii. Pe lângă fondarea și conducerea companiei Agroland, a dezvoltat companii precum GPM – dealer Vodafone, Devest Logistic (specializată în transporturi), Frido Invest (specializată pe comercializarea produselor Pet Care.

**Persoanele implicate în conducerea executivă a emitentului:****Horia Dan Cardos – Director General**

Fondatorul Agroand Business Systems S.A., dl. Cardos este atât Administratorul Unic al Societății, cât și Directorul General al acesteia. La momentul realizării documentului, domnul Horia Cardos deține 76.5% din capitalul social al societății.

**Daniel Liciu - Director General Adjunct, coordonează regiunea de Sud-Vest**

De profesie medic veterinar, absolvent al Universității de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului din Timișoara, dl. Liciu lucrează în cadrul companiei încă din 2009. Până în 2016, când a preluat funcția de Director General Adjunct, timp de 5 ani, dl. Liciu a fost Director regional pe zona de Vest, funcție din care a coordonat activitatea magazinelor din această zona. La momentul realizării documentului, domnul Daniel Liciu nu deține acțiuni în cadrul societății.

**Costel Judeanu - Director General Adjunct, coordonează regiunea de Nord-Est**

De profesie inginerzootehnist, absolvent al Universității de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului din Timișoara, dl. Judeanu are o experiență de peste 10 ani în cadrul Societății. Înainte de a fi Director General Adjunct în 2016, a ocupat pentru 5 ani funcția de Director regional pe zona de Est, unde coordona și verifică eficiența activității magazinelor din zona și lua măsuri în vederea creșterii eficienței acestora. La momentul realizării documentului, domnul Costel Judeanu nu deține acțiuni în cadrul societății.

**Denisa Cardos – Director Economic (CFO)**

Este absolventă de științe economice la Universitatea Babeș Bolyai din Cluj-Napoca, Facultatea Management în Industrie. Cu o experiență îndelungată în cadrul societății, este directorul economic al Agroland Business Systems S.A. de 10 ani, coordonează și supraveghează întreaga activitate financiară. De asemenea, organizează și implementează în cadrul companiei Agroland soluții inovatoare de gestiune a afacerii: sistem ERP (Enterprise Resource Planning) din anul 2011, din 2018 o platforma de preluare a comenzilor în magazine pe platforma B2B Senior E-commerce și, începând cu 2019, un sistem performant de gestiune și vânzare pentru segmentul retail – Magister Software. La momentul realizării documentului, doamna Denisa Cardos nu deține acțiuni în cadrul societății.

**Ioana Rădoi - Director Comercial**

Intră în echipa Agroland în anul 2012 conducând cu succes departamentul logistic timp de 4 ani. Începând cu anul 2016 își continuă formarea profesională în domeniul comercial în cadrul grupului francez Noz (nr. 1 în Europa în domeniul destockajului) fiind parte activă a echipei care a implementat proiectul de dezvoltare în România a unei rețele de magazine, precum cea din Franța. Se realatura echipei Agroland și preia poziția Pagină | 25 de Director Comercial și coordonează echipa de Manageri de

Categorie, dezvoltând strategia comercială a companiei. La momentul realizării documentului, doamna Ioana Rădoi nu deține acțiuni în cadrul societății.

#### **Nicoleta Pața - Director Achiziții**

Ocupând roluri și ducând la bun sfârșit misiuni pe proiecte transversale atât în Bricostore cât și în Auchan, aplicabile la nivel Național cât și Internațional, cu o experiență de peste 15 ani în vânzări și achiziții, Nicoleta s-a alăturat echipei Agroland în luna ianuarie 2020, pe poziția de Manager de Achiziții pentru a răspunde de dezvoltarea strategiilor de achiziții pentru categoriile grădina și animalier, completând astfel oferta retailerului Agroland și răspunzând unei palete mai largi de nevoi ale micilor fermieri. La momentul realizării documentului, doamna Nicoleta Pața nu deține acțiuni în cadrul societății.

### **5. Situația financiar-contabilă**

Emitentul nu are obligația de a întocmi conturi consolidate. Acestea au fost prezentate cu rol informativ. Prin urmare situațiile financiare auditate conțin numai situațiile financiare individuale ale companiei Agroland.

Situațiile financiare aferente exercițiului financiar încheiat la 31 decembrie 2020 au fost auditate de către Auditorul societății: Expert Ignea Nicolae SRL cu sediul social în Timișoara, Str. Simion Bărnuțiu 71 A, înregistrat la Registrul Comerțului sub nr. J35/1277/2001, cod unic de înregistrare la DGFPFCS Timiș 14290974, autorizat de Camera Auditorilor Financiar din România, reprezentată legal prin Ignea Daniel, membru CAFR. Numărul de autorizare al societății este 208/23.05.2002.

Expert Ignea Nicolae SRL a auditat rezultatele financiare anuale din perioada 2016 – 2020, inclusiv cele prezentate în cadrul documentului.

**Cont de Profit si Pierdere (in RON)**

Indicatori cont de profit si pierdere (RON)	2018	2019	2020
Agroland Business System SA			
<b>Venituri din exploatare, din care:</b>	<b>136.506.811</b>	<b>134.542.486</b>	<b>167.911.819</b>
Cifra de afaceri, din care:	136.147.539	133.643.488	165.369.049
Productia vanduta	1.084.496	1.102.638	3.395.967
Venituri din vanzarea marfurilor	141.376.203	137.032.115	166.615.986
Reduceri comerciale acordate	6.313.160	4.491.264	4.642.904
Venituri din productia in curs de excutie			1.180.819
Venituri din subventii de exploatare			1.120.000
Alte venituri din exploatare	359.272	898.998	241.951
<b>Cheltuieli din exploatare, din care:</b>	<b>130.804.082</b>	<b>130.750.000</b>	<b>157.144.298</b>
Cheltuieli cu materii prime si materiale	2.106.431	1.199.263	3.504.090
Alte cheltuieli materiale	445.482	296.726	612.591
Cheltuieli cu energia si apa	259.725	225.337	553.714
Cheltuieli privind marfurile	111.461.209	108.160.897	122.896.419
Reduceri comerciale primite	1.427.698	1.988.080	664.069
Cheltuieli cu personalul	5.058.835	7.852.657	10.873.375
Cheltuieli cu amortizarea si ajustarile de valoare	1.190.110	861.095	904.061
Alte cheltuieli de exploatare	11.709.988	14.142.105	18.464.116
<b>Rezultat operational</b>	<b>5.702.729</b>	<b>3.792.486</b>	<b>10.767.521</b>
<b>Venituri financiare</b>	<b>83.390</b>	<b>73.168</b>	<b>87.843</b>
<b>Cheltuieli financiare</b>	<b>904.049</b>	<b>944.330</b>	<b>1.078.740</b>
<b>Rezultat financiar</b>	<b>-820.659</b>	<b>-871.162</b>	<b>-990.897</b>
Venituri totale	136.590.201	134.615.654	167.999.662
Cheltuieli totale	131.708.131	131.694.330	158.223.038
<b>Rezultat brut</b>	<b>4.882.070</b>	<b>2.921.324</b>	<b>9.776.624</b>
Impozitul pe profit/alte impozite	758.906	455.431	1.142.174
<b>Rezultat net</b>	<b>4.123.164</b>	<b>2.465.893</b>	<b>8.634.450</b>

**Bilanț (in RON)**

Indicatori de bilant (RON)	2018	2019	2020
<b>Active imobilizate, din care:</b>	<b>19.955.881</b>	<b>21.649.808</b>	<b>30.302.033</b>
Imobilizari necorporale	649.374	624.882	694.431
Imobilizari corporale	14.893.862	14.042.841	18.849.101
Imobilizari financiare	4.412.645	6.982.085	10.758.501
<b>Active circulante, din care:</b>	<b>22.073.427</b>	<b>21.821.817</b>	<b>35.261.997</b>
<b>Stocuri</b>	<b>5.744.041</b>	<b>5.328.809</b>	<b>14.027.344</b>
Materii prime si materiale consumabile	582.249	1.635.771	2.384.356
Produce finite si marfuri	4.753.584	3.490.427	10.608.846
Productia in curs de executie	0	0	
Avansuri achizitie de stocuri	408.208	202.611	1.034.142
<b>Creante</b>	<b>15.168.501</b>	<b>14.090.350</b>	<b>16.210.106</b>
Creante comerciale cu tertii	14.125.158	12.353.885	11.686.623
Alte active	1.043.343	1.736.465	4.523.483
<b>Investitii pe termen scurt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Casa si conturi la banci</b>	<b>1.160.885</b>	<b>2.402.658</b>	<b>5.024.547</b>
<b>Cheltuieli inregistrate in avans</b>	<b>0</b>	<b>203.476</b>	<b>0</b>
<b>Total activ</b>	<b>42.029.308</b>	<b>43.675.101</b>	<b>65.564.030</b>
<b>Datorii curente, din care:</b>	<b>28.509.725</b>	<b>32.998.699</b>	<b>29.465.609</b>
Datorii comerciale	12.075.948	12.024.646	8.301.336
Datorii catre institutiile de credit	12.908.146	16.658.926	16.716.762
Avansuri incasate	767.935	168.756	926.500
Efecte de comert de platit	496.083	443.223	596.355
Alte datorii pe termen scurt	2.261.613	3.703.148	2.924.656
<b>Datorii pe termen lung, din care:</b>	<b>7.957.380</b>	<b>4.729.536</b>	<b>14.288.051</b>
Datorii catre institutiile de credit	7.323.890	4.097.895	5.155.085
Imprumuturi din emisunea de obligatiuni			8.080.300
Alte datorii pe termen lung	633.490	631.641	1.052.666
<b>Provizioane</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Venituri In avans</b>	<b>0</b>	<b>716.102</b>	
<b>Total Datorii</b>	<b>36.467.105</b>	<b>38.444.337</b>	<b>43.753.660</b>
<b>Capitaluri proprii, din care:</b>	<b>5.562.203</b>	<b>5.230.764</b>	<b>21.810.370</b>
Capital subscris si varsat	1.000.500	1.000.500	1.177.059
			7.768.596
Rezerve legale	200.100	200.100	235.412
Profitul sau pierderea reportata	238.439	1.564.235	4.030.164
Profitul sau pierderea exercitiului financiar	4.123.164	2.465.929	8.634.451
Repartizarea profitului	0	0	35.312
<b>Total capitaluri proprii si datorii</b>	<b>42.029.308</b>	<b>43.675.101</b>	<b>65.564.030</b>

**Situatia Fluxurilor de Numerar (in RON)**

Cash Flow (RON)	2018	2019	2020
<b>Agroland Business System SA</b>			
Încasări de la clienți	149.334.781	146.759.794	181.904.646
Încasări din redevențe, onorarii, comisioane			
Alte încasări generate de exploatare	920.376	572.842	870.463
Plăți către furnizori ( exclusiv cele către furnizorii de imobilizări )	134.687.206	130.848.364	171.800.653
Plăți în favoarea și în numele angajaților	3.008.376	4.025.426	6.226.537
Plăți TVA	2.788.062	2.037.523	3.042.092
Plăți de redevențe, onorarii, comisioane	533.198	530.416	407.210
Plăți de alte impozite și taxe de exploatare	2.409.797	3.565.527	4.460.554
Alte plăți de exploatare	2.525.953	2.263.690	8.705.650
Dobânzi și dividende plătite	3.710.000	1.485.000	325.000
Plăți de impozit pe profit	920.454	782.398	1.146.156
<b>I. Flux net de trezorerie din activități de exploatare</b>	<b>-327.888</b>	<b>1.794.292</b>	<b>-13.338.744</b>
Încasări din vânzarea imobilizărilor	70.003	496.910	10.781
Încasări din vânzarea investițiilor financiare pe termen scurt			7.945.155
Încasări de dobânzi și dividende			
Încasări din rambursarea împrumuturilor acordate altor entități	1.117.796	485.900	588.900
Încasări din subvenții pentru investiții			
Plăți din achiziția de imobilizări			
Plăți din achiziția de investiții financiare pe termen scurt			15.072
Plăți din acordarea de împrumuturi altor entități	2.090.449	961.126	588.900
<b>II. Flux net de trezorerie din activitatea de investiții</b>	<b>-902.650</b>	<b>21.684</b>	<b>7.940.863</b>
Încasări din noi emisiuni de acțiuni			
Încasări din noi emisiuni de obligațiuni			8.080.300
Încasări din credite primite de la bănci	8.973.423	13.820.017	159.166.125
Rambursări de capital în numerar			
Rambursări de împrumuturi obligatate			
Rambursări de credite bancare	7.399.373	13.295.233	158.051.100
Plăți dobânzi	956.276	1.098.987	1.175.555
Plăți dividende			
Plăți de chirii aferente contractelor de leasing financiar			
<b>III. Flux net de trezorerie din activități de finanțare</b>	<b>617.774</b>	<b>-574.203</b>	<b>8.019.770</b>
<b>IV Variația lichidităților bănești și a echivalentelor de lichidități ( I + II + III )</b>	<b>-612.764</b>	<b>1.241.772</b>	<b>2.621.890</b>
<b>V Lichidități și echivalente de lichidități la începutul anului ( din bilanț )</b>	<b>1.773.649</b>	<b>1.160.885</b>	<b>2.402.657</b>
<b>VI Lichidități și echivalente de lichidități la sfârșitul anului ( V + IV )</b>	<b>1.160.885</b>	<b>2.402.657</b>	<b>5.024.547</b>
<b>VII Lichidități și echivalente de lichidități la sfârșitul anului ( din bilanț VI = VII )</b>	<b>1.160.885</b>	<b>2.402.657</b>	<b>5.024.547</b>

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

**Horia Dan Cardoso,**

**Administrator unic**

**Agroland Business System S.A.**