



RAPORT FINANCIAR T3 2021

la 30.09.2021



CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	3
MESAJ DE LA CEO	4
DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM	6
EVENIMENTE CHEIE	8
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	11
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	16
BILANȚ	17
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	18
DECLARAȚIA CONDUCERII	19

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

INFORMAȚII EMITENT

INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT FINANCIAR

Tipul raportului	Raport Trimestrial – T3
Pentru exercițiul financiar	T3 2021: 01.07.2021 – 30.09.2021 9L 2021: 01.01.2021 – 30.09.2021
Data publicării raportului	15.11.2021 / <i>Erata: 17.11.2021</i>
Conform	Anexa 13 la Regulamentul ASF 5/2018

INFORMAȚII DESPRE EMITENT

Nume	Agroland Business System S.A.
Cod fiscal	RO 25165241
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J35/405/2009
Sediu social	Timișoara, str. Gării nr. 14, jud. Timiș, Romania

INFORMAȚII DESPRE VALORILE MOBILIARE

Capital subscris și vărsat	4.708.236 RON
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Număr total acțiuni	47.082.360 acțiuni
Simbol	AG acțiuni; AGR25 obligațiuni

DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

Număr de telefon	+40 731 333 791
Email	investitor@agroland.ro
Website	www.agroland.ro

Situațiile financiare interimare la 30 septembrie 2021 prezentate în paginile următoare sunt **neauditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Vă prezentăm astăzi rezultatele înregistrate în primele nouă luni din 2021 de Agroland Business System. Deja săptămâna trecută, pe 11 noiembrie, v-am împărtășit rezultatele excelente pe care le-a înregistrat una dintre companiile din grupul nostru, Agroland Agribusiness, listată pe piața AeRO sub simbolul AAB (raport complet [aici](#)). Astăzi continuăm să raportăm despre tendința pozitivă pe care a înregistrat-o grupul nostru în T3 2021.

După cum vă amintiți cu siguranță din rapoartele anterioare, în domeniul nostru de activitate, din punct de vedere istoric, aproape toată cifra de afaceri este generată în prima jumătate a anului. Lucrăm intens la reechilibrarea acestei structuri, cu scopul de a atinge raportul de 70%-30% între S1 și S2 începând cu acest an. Această reechilibrare este determinată de axarea pe deschiderea de magazine MEGA, care sunt mai puțin susceptibile la sezonalitate, precum și de creșterea producției de ouă de consum. Începând cu 2022, ne așteptăm la o reechilibrare suplimentară a vânzărilor între semestre datorită vânzărilor de carne de pasăre nemodificată genetic.



Revenind la rezultate, în primele nouă luni ale anului 2021, Agroland Business System a înregistrat venituri consolidate din exploatare de 193,4 milioane lei. Cifra de afaceri a Grupului a crescut cu 12%, până la 189,4 milioane lei, determinată de o majorare impresionantă de 1446% a producției avicole vândute – ouă consum și pui de o zi, care a avut o performanță excelentă în T3 2021.

Rămânem dedicați pentru dezvoltarea și creșterea în continuare a acestei linii de afaceri, susținută de investiții ulterioare în platforma Avicola Mihăilești. Prin această linie de afaceri, obiectivul nostru este să devenim cel mai important producător local de ouă de consum și carne de pasăre certificate non-OMG. Până la acest moment al anului 2021, am demarat un program de investiții de peste 12,5 milioane de lei în extinderea capacității de producție de ouă de consum și pui de o zi, precum și modernizarea fermelor de pe această platformă.

Investiția în Avicola Mihăilești a fost o decizie excelentă, având în vedere că în contextul crizei alimentare din 2022 suntem pregătiți să profităm de oportunitățile care se ivesc atât în ceea ce privește prețul ouălor de consum, precum și prețul puilor de o zi. Pentru 2022, ne poziționăm deja în top cinci la nivel național din punctul de vedere al producției de ouă de consum, iar în privința puilor de o zi suntem, de asemenea, în top cinci, fără a lua în considerare incubatiile avicole integrate.

În ceea ce privește linia noastră de afaceri „tradițională”, cea de retail, suntem încântați că primele nouă luni ale anului au demonstrat că formatul Agroland MEGA este acceptat foarte bine de piață și este profitabil pentru companie. Am ajuns la 13 magazine MEGA până la sfârșitul lunii septembrie 2021, cu 10 magazine mai multe decât aveam la finalul T3 2020. Performanța bună înregistrată până acum de aceste noi locații ne demonstrează că strategia noastră de a dezvolta rețeaua de magazine în proximitatea marilor aglomerări urbane este una corectă. În ceea ce privește activitatea, ne așteptăm ca magazinele tradiționale, chiar dacă au suferit în T2 și parțial în T3, să fie un factor determinant în ceea ce privește veniturile și profiturile pentru 2022.

Reechilibrarea modelului nostru de afaceri, așa cum am menționat mai sus, după cum era așteptat, are un impact temporar asupra rezultatului nostru. Investițiile semnificative, cofinanțate prin capitalurile proprii dar și prin obligațiuni corporative și împrumuturi bancare necesită timp pentru a începe să genereze venituri la scara dorită. Prin urmare, în ciuda unei scăderi temporare a profitului net care a ajuns la 7,7 milioane de lei, și a marjei de profit, rămânem devotați planului nostru de dezvoltare pentru că suntem încrezători că, pe termen mediu, va genera rezultate foarte bune tuturor acționarilor noștri.

Aș dori să închei această scrisoare oferind câteva direcții în ceea ce privește așteptările pentru ultimul trimestru al acestui an. Vânzările din magazinele Agroland (atât cele tradiționale, cât și cele MEGA) în primele șase săptămâni din T4 au fost foarte pozitive, performanța tuturor magazinelor crescând cu 25%. Cu toate acestea, introducerea „Certificatului Verde”, obligatoriu pentru a intra în orice spațiu aflat la interior, inclusiv în magazine, ne-a temperat ușor entuziasmul pentru T4 2021 cu privire la vânzările în magazine. Prin urmare, estimăm că toate vânzările în magazine vor crește într-un ritm mai moderat, în jur de 10% în T4 2021 comparativ cu T4 2020.

În același timp, anticipăm o redresare pe celelalte linii de activitate – ne așteptăm ca vânzările de ouă să crească cu peste 80% în T4 2021 comparativ cu T4 2020, datorită capacității crescute a fermelor noastre în 2021 și a majorării continue a prețurilor pentru alimente în general. În consecință, menținem obiectivele bugetare aprobate în Adunarea Generală a Acționarilor din aprilie 2021, care au inclus venituri din exploatare de 203,3 milioane de lei, o cifră de afaceri de 200,7 milioane de lei și un profit net de 9,8 milioane lei.

Credem că modelul curent de business, care include componenta de retail, precum și agricultura și alimentația este unul corect, deoarece ne ajută să ne echilibrăm afacerea și, mai important, ne ajută să absorbim șocurile temporare care pot apărea – fie ele economice, de sănătate sau operaționale.

Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în T3 2021 în paginile următoare. În cazul oricăror întrebări legate de activitatea noastră de la începutul anului, fie că este vorba despre afaceri sau de piața de capital, vă rugăm să nu ezitați să ne contactați la investors@agroland.ro.

Horia Cardoș
Director General

DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM

Agroland Business System S.A. 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. 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, a urmat decizia naturală ca Societatea să comercializeze și produse pentru grădină (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 atât o extindere a gamei de produse din magazine, cât și extinderea clientelei către familii care nu aveau ca 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 experiența 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”.

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 urma căruia între 25% și 40% dintre aceștia erau interesați ferm de produse de fitofarmacie, s-a decis dezvoltarea segmentului de fitofarmacii. La 30 septembrie 2021, grupul Agroland a ajuns la un număr de 20 de fitofarmacii.

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 magazine 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 246, la 30 septembrie 2021.

Începând cu anul 2020, Emitentul a îmbunătățit 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 cinci 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.A., Agroland Professional Farm S.R.L. și Agroland Megastore S.R.L..

Astfel, rezultatele consolidate ale Agroland Business System S.A. includ rezultatele consolidate generate de societatea mamă precum și de următoarele companii-fiice:

- **Agroland Professional Farm S.R.L.** se ocupă cu vânzarea directă către fermierii mari și medii care nu pot fi deserviți în magazinele Agroland, deoarece au alte nevoi privind prețurile sau cantitățile. Acest tip de clienți primesc și consultanță din partea societății.
- **Agroland Agribusiness S.A.** a luat ființă ca urmare a transformării diviziei de inputuri din cadrul ABS. Această divizie a fost înființată în 2016, profitând de închiderea operațiunilor Cargill privind inputurile în România. Societatea a reușit să profite de această situație și a recrutat directorul regional și câțiva agenți din zona Olteniei, fiind una din cele mai dezvoltate zone din agricultura românească. Acțiunile companiei se tranzacționează pe piața AeRO a BVB sub simbolul AAB din 15 iunie 2021. Compania, de asemenea, a listat o emisiune de obligațiuni corporative pe piața AeRO a Bursei de Valori București în data de 9 septembrie 2021 sub simbolul AAB26.
- **Agroland Megastore S.R.L.** a fost înființată în 2019, în scopul construirii magazinelor de suprafață mare pentru ABS. Această 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 **Micul Fermier S.R.L.** este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Agroland. Compania, înființată în 2011, operează 22 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.

EVENIMENTE CHEIE

Noutăți despre business

DESCHIDERE AGROLAND MEGA LUGOJ

În data de 15 iulie 2021, Compania a deschis Agroland Mega Lugoj, situat în Lugoj, strada Timișorii 62. Investiția alocată pentru deschiderea acestui magazin a fost de aproximativ 100.000 euro, fără stocuri de marfă. Investiția a fost finanțată cu sume obținute din majorarea de capital și surse proprii.

FINANȚARE DE CÂTE 10.000 DE EURO PENTRU TREI START-UP-URI TECH ROMÂNEȘTI

În data de 9 iulie 2021, Compania a anunțat oferirea a trei finanțări a câte 10.000 euro fiecare pentru Planty AI, Tailpath și Hardwired, trei dintre cele cinci startup-uri tech, din România, cu aplicații directe în zona agricolă, care au fost declarate finaliste în cadrul incubatorului de afaceri AgTech TM, organizat de Agroland în parteneriat cu X by Ascendis.

Planty AI este o aplicație mobilă care folosește inteligență artificială pentru a-i ajuta pe fitofarmaciiști și pe fermieri să detecteze bolile plantelor și să ofere clienților tratamentul potrivit, economisind timp și bani. Algoritmul este antrenat în prima etapă pentru culturile de cereale, roșii, pomi fructiferi și pune la dispoziția fermierului o hartă a fitofarmaciiilor din țară.

TailPath rezolvă problemele verificării produselor contrafăcute și ale siguranței alimentare de la producător la consumatorul final, prin implementarea unui sistem de trasabilitate, folosind coduri QR și tehnologie blockchain. Astfel, contribuie la siguranța alimentară, combaterea produselor contrafăcute și crearea unei legături sigure între producători, distribuitori, retaileri și consumatori.

Pe parcursul a 12 săptămâni, cele 26 de echipe înscrise în incubatorul AgTech TM by Agroland au beneficiat de training-uri online, precum și de îndrumarea a numeroși mentori din companii importante aparținând unor domenii precum: tehnologie, agricultură, marketing, finanțe etc. AgTech TM by Agroland este primul program complet de incubare de startup-uri din România, care stimulează și susține inovația în agricultură, la nivel național.

PRELUAREA ACTIVITĂȚII FABRICII DE NUTREȚURI COMBinate DE LA CARANSEBEȘ

În data de 21 iulie 2021, Agroland a anunțat preluarea activității fabricii de nutrețuri combinate din municipiul Caransebeș, de la Lipoplast SRL. Investiția totală se va ridica la 1.300.000 euro și include achiziția propriu-zisă, precum și repornirea proceselor de producție. Reprezentanții Agroland au în plan obținerea certificării non-GMO (organisme nemodificate genetic) pentru furaje, fabrica din Caransebeș devenind astfel prima unitate din România, cu această certificare.

Preluarea fabricii face parte din strategia Agroland de a deveni cel mai important producător local de ouă de consum și carne de pasăre certificate non-GMO. În octombrie 2020, Agroland a intrat pe piața ouălor de consum prin preluarea platformei Avicola Mihăilești, producător de ouă de consum și pui de o zi, care include șase ferme.

DESCHIDERE AGROLAND MEGA NĂVODARI

În data de 15 septembrie 2021, Compania a anunțat deschiderea Agroland Mega Năvodari, situat în Năvodari, strada Constanței nr. 40A, și ocupă o suprafață de aproximativ 500 mp. Investiția alocată pentru deschiderea acestui magazin a fost de aproximativ 100.000 euro, fără stocuri de marfă. Investiția a fost finanțată cu sume obținute din majorarea de capital și surse proprii.

DESCHIDERE AGROLAND MEGA SIBIU

În data de 7 octombrie 2021, Compania a anunțat deschiderea Agroland Mega Sibiu, situat în Sibiu, Calea Surii Mari nr. 39B în 07.10.2021, că urmare a investițiilor de aproximativ 200.000 euro, în care nu sunt incluse stocuri de marfa. Agroland Mega Sibiu este cea de-a zecea unitate de acest tip deschisa de companie în 2021, la nivel national. Odată cu aceasta inaugurare, rețeaua de magazine Agroland MEGA a ajuns la 15 unități.

EXTINDEREA OBIECTULUI DE ACTIVITATE AL COMPANIEI

În data de 22 octombrie 2021, Compania a informat piața în legătură cu extinderea obiectului de activitate al acesteia prin introducerea codurilor CAEN 6619 - activități auxiliare intermediarilor financiare, exclusiv activități de asigurări și fonduri de pensii și 6629 - alte activități auxiliare de asigurări și fonduri de pensii. Ca urmare a acestei modificări, Compania se află în curs de pregătire a dosarului de autorizare ca broker de credite.

După obținerea autorizației, Compania vă putea oferi servicii de creditare în magazinele sale Agroland MEGA, similar altor rețele de magazine de bricolaj, putând astfel finanța clienții care intenționează să achiziționeze echipamente sau utilaje pentru grădini, livezi sau ferme.

Compania estimează că pentru anul 2022, sistemul în rate va avea un impact de aproximativ 4 milioane de lei dintr-un total de 7 milioane de lei vânzări estimate de echipamente și utilaje, în cele 18 magazine Agroland MEGA pe care Compania le va deschide până la sfârșitul anului 2021.

ÎNCHEIEREA UNEI PROMISIUNI BILATERALE DE VÂNZARE-CUMPĂRARE

În data de 3 noiembrie 2021, Compania a anunțat încheierea unei promisiuni bilaterale de vânzare-cumpărare, în vederea înstrăinării imobilului situat în Loc. Giarmata, Calea Lipovei, nr. KM1, Jud. Timiș, având o suprafață de 1.987 mp și a halei construite pe acest teren, având destinația construcții industriale, cu suprafață construită de 2.096 mp aferenți celor două niveluri ale clădirii. Activele care urmează să fie vândute reprezintă fosta locație în care Compania își avea sediul.

În cazul în care sunt îndeplinite toate condițiile stabilite în promisiune, Compania și cumpărătorul se obligă să încheie contractul de vânzare-cumpărare, până cel mai târziu la data de 03.02.2022. Prețul stabilit pentru promisiunea de vânzare a imobilului este de 630.000 EUR, cu regim de T.V.A cu taxare inversă. Fondurile obținute în urma acestei vânzări vor fi folosite pentru achitarea unei părți din creditele contractate de Companie.

Noutăți privind piața de capital

ALOCARE ACȚIUNI GRATUITE

În data de 2 august 2021, Compania a anunțat investitorii despre emiterea de către Autoritatea de Supraveghere Financiară a certificatului nr. AC-5220-2/26.07.2021 prin care a fost înregistrat în evidențele ASF noul număr de acțiuni rezultat din aplicarea raportului de majorare a capitalului social conform pct. 3 din Hotărârea AGEA nr. 32 din 28 aprilie 2021. Astfel, noul număr de acțiuni în urma majorării era de 47.082.360. Cele 35.311.770 acțiuni noi cu care se majorează capitalul social conform hotărârii acționarilor ante menționate au fost distribuite tuturor acționarilor de la data de înregistrare 5 august 2021 proporțional cu deținerile acestora și într-un raport de 3 acțiuni gratuite la 1 deținută în data de 6 august 2021.

INCLUDERE ÎN INDICELE BET-AERO DEZVOLTAT DE BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

În data de 11 octombrie 2021, Compania a fost inclusă în indicele BET-AeRO, primul indice pentru piața AeRO, dezvoltat de Bursa de Valori București, ce include în componența sa companii selectate pe baza lichidității acestora și capitalizare free-float. Companiile incluse în indicele BET AeRO la momentul lansării reprezintă aproximativ 40% din capitalizarea companiilor românești de pe piața

AeRO și au generat pe parcursul ultimului an peste 85% din lichiditatea de pe piața secundară a acestui segment.

MAJORARE CAPITAL SOCIAL - STABILIREA PREȚULUI DE SUBSCRIERE

În data de 5 noiembrie 2021, Compania a informat piața cu privire la stabilirea prețului de subscriere pentru acțiunile noi emise în cadrul operațiunii de majorare a capitalului social, aprobată prin Hotărârea Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor („AGEA”) nr. 32/28.04.2021.

Prețul per acțiune la care deținătorii de drepturi de preferință vor putea subscrie („Etapa 1”) a fost stabilit la 3,07 lei / acțiune. Prețul per acțiune include valoarea nominală (0,1 lei) și prima de emisiune (2,97 lei). Prețul a fost calculat prin adăugarea valorii nominale de 0,1 lei la rezultatul împărțirii prețului mediu de tranzacționare din ultimele 30 de zile la factorul de ajustare stabilit de AGEA.

Acțiunile nou emise sunt oferite spre subscriere prin exercitarea dreptului de preferință de către acționarii înregistrați la data de înregistrare din 20.05.2021 sau de către investitorii care achiziționează drepturi de preferință în perioada de tranzacționare a acestora. Pentru subscrierea unei acțiuni noi sunt necesare 2,5 drepturi de preferință, cu rotunjire la cel mai apropiat număr natural inferior. Anterior perioadei de subscriere, drepturile de preferință vor fi tranzacționate pe piață SMT a BVB pe o perioadă de 10 zile lucrătoare, începând cu a treia zi lucrătoare de la data publicării prospectului. Perioada de exercitare a dreptului de preferință vă fi de 30 de zile de la data stabilită în prospectul aprobat de către ASF.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

În primele nouă luni ale anului 2021, Agroland Business Systems a operat 246 de magazine, cu 6 magazine nete mai mult decât în perioada corespondentă a anului trecut. În perioada de 12 luni, Agroland a închis 5 magazine tradiționale în Afumați, Bolintin Vale, București 2 – Mogoșoaia, Târgu Frumos, Slobozia, unde în schimb, compania a deschis noi magazine – fie în format Mega, fie magazine mai mari. Numărul magazinelor Mega a crescut cu 10 noi locații deschise în ultimele 12 luni.

Magazine	30.09.2020	30.09.2021	Δ %
Tradițional	237	233	-2%
Mega	3	13	333%
Total magazine	240	246	3%

Performanța tuturor magazinelor (*all stores, excluzând performanța magazinelor MEGA*) a înregistrat o evoluție pozitivă în T3 2021, înregistrând o creștere de 37% a vânzării nete, de 35% a numărului de clienți serviți și o majorare cu 2% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare. Acest lucru a contribuit la rezultatul pentru primele nouă luni din 2021, vânzările nete ajungând la 60,8 milioane de lei, în creștere cu 17%, în timp ce numărul clienților deserviți a crescut cu 31%, până la 831.084. În paralel, valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 11% - rezultat firesc ca urmare a creșterii și diversificării portofoliului de clienți prin extinderea geografică realizată de companie. În primele nouă luni ale anului 2021, vânzările totale în magazinele MEGA s-au ridicat la 17,2 milioane de lei.

PERFORMANȚĂ TOATE MAGAZINELE (excluzând performanța magazinelor MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	10.338.417	13.879.191	34%	123.274	184.952	50%	83,9	75,0	-11%
T2	30.968.108	32.264.278	4%	341.940	417.310	22%	90,6	77,3	-15%
T3	10.649.265	14.642.104	37%	169.856	228.822	35%	62,7	64,0	2%
9L	51.955.790	60.785.573	17%	635.070	831.084	31%	81,8	73,1	-11%

Performanța magazinelor comparabile (*same store, excluzând performanța magazinelor MEGA*) a crescut cu 21% în T3 2021, vânzările nete au ajuns la 11,1 milioane de lei, impulsionate de o creștere cu 28% a numărului de clienți deserviți și contrabalansată de scăderea cu 6% a valorii medii a bonurilor fiscale. În consecință, pentru perioada de nouă luni, vânzările magazinelor comparabile au crescut cu 6%, în timp ce numărul clienților a crescut cu 28%.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (excluzând performanța magazinelor MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	9.205.930	11.505.926	25%	72.586	112.816	55%	126,8	102,0	-20%
T2	27.822.059	26.519.900	-5%	214.009	254.851	19%	130,0	104,1	-20%
T3	9.244.612	11.145.295	21%	112.588	143.718	28%	82,1	77,5	-6%
9L	46.272.602	49.171.120	6%	399.183	511.385	28%	115,9	96,2	-17%

În ultimele 12 luni, compania a implementat un plan de expansiune agresiv, deschizând 10 noi magazine MEGA. Prin urmare, este important de subliniat că în cazul magazinelor noi deschise este nevoie de timp pentru a ajunge la potențialul lor maxim.

Acest lucru poate fi observat cel mai bine în cazul Agroland MEGA Moșnița. Pentru acesta, compania are ca termen de comparație primele șase săptămâni de la deschiderea din august 2020. În aceeași perioadă din 2021, vânzările au crescut cu 43%, numărul de clienți cu 32% și valoarea medie a bonului fiscal cu 8%. Conform datelor companiei și celelalte magazine MEGA urmează aceeași traiectorie. La sfârșitul anului 2021, Agroland va avea 16 magazine MEGA deschise, urmând ca la finalul anului 2022 să ajungă la 30 de magazine deschise în acest format. Compania se așteaptă ca acestea să genereze vânzări de minimum 89 milioane de lei.

PERFORMANȚĂ MAGAZIN MEGA MOSNITA

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
August	182.857	241.022	32%	3.974	4.797	21%	46,0	50,2	9%
Septembrie	222.404	337.789	52%	4.562	6.444	41%	48,8	52,4	8%
Total	405.261	578.811	43%	8.536	11.241	32%	47,5	51,5	8%

În paralel, vânzările online au explodat în 2021 față de aceeași perioadă a anului 2020, înregistrând o creștere de 129% în T3 2021, pe fondul unei majorări cu 11% a numărului de clienți. Valoarea medie a bonului fiscal pentru vânzările online a crescut cu 107% față de T3 2020 și aproape s-a dublat raportat la trimestrul trecut, fiind de peste șase ori mai mare decât valoarea mediei a bonului fiscal în aceeași perioadă pentru vânzările în magazin. Per total, în primele nouă luni ale anului curent, vânzările online au ajuns la 5,3 milioane de lei, o creștere de 105%, deoarece numărul clienților a crescut cu 36%. Rezultatele vânzărilor online prezintă o bună oportunitate de dezvoltare pentru Agroland, asupra căreia compania va continua să se concentreze în viitor.

VÂNZĂRI ONLINE

	Vânzări			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	546.902	1.407.010	157%	3.425	7.768	127%	159,7	181,1	13%
T2	1.105.054	1.735.770	57%	7.607	8.501	12%	145,3	204,2	41%
T3	953.101	2.187.042	129%	4.975	5.504	11%	191,6	397,4	107%
9L	2.605.057	5.329.822	105%	16.007	21.773	36%	162,7	244,8	50%

Vânzările nete înregistrate de francizorii Agroland au înregistrat o scădere cu 23% în T3 2021 față de aceeași perioadă a anului trecut în principal din cauza interzicerii comerțului cu pui de o zi în magazine în perioada 7-21.05.2021, precum și ulterior a interzicerii comercializării de pui de o zi proveniți din comerțul intracomunitar. Acest fapt a avut influență nu doar în T2 ci s-a propagat și în T3. Per total, în primele nouă luni ale anului 2021, francizorii au generat vânzări totale de 72,5 milioane de lei, în scădere cu 16% comparativ cu aceeași perioadă a anului 2020, ca urmare a vânzărilor mai slabe din T2 și T3 2021.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZORI			
	2020	2021	Δ%
T1	21.998.860	26.110.839	19%
T2	46.399.828	32.670.691	-30%
T3	17.867.427	13.758.875	-23%
9L	86.266.115	72.540.405	-16%

CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri combinată, împărțită pe tip de produs vândut, pentru primele nouă luni ale anului 2021 comparativ cu performanța din perioada corespondentă a anului 2020 este prezentată mai jos. Vă rugăm să rețineți că cifrele de mai jos prezintă vânzările totale, combinate, **neconsolidate** în perioada respectivă.

Cifra de afaceri	30.09.2020	30.09.2021	Δ %
Furaje & concentrate	90.139.778,57	81.446.329,97	-10%
Pui	52.646.674,97	50.721.240,79	-4%
Input (AAB)	14.484.549,57	22.214.700,19	53%
Produse <i>pet food</i>	9.362.586,33	15.244.356,11	63%
Agricole	5.265.372,94	11.331.160,34	115%
Aditivi	8.386.352,78	7.177.585,79	-14%
Echipeamente	5.545.412,70	6.652.917,19	20%
Alimentație	0	6.618.404,40	100%
Ferme	1.608.133,50	2.718.553,64	69%
Altele	1.731.568,73	479.801	-72%
Total CA	189.170.430,09	204.605.049,15	8%

Așa cum a fost menționat și în raportul S1 2021, din cauza gripei aviare din județul Mureș, din luna mai 2021, autoritățile au decis interzicerea comerțului cu pui de o zi, proveniți din comerțul intracomunitar. Acest lucru a afectat compania pe termen scurt, deoarece nu a mai putut onora solicitările ridicate și astfel, a pierdut vânzări inclusiv pe categoriile de furaje, echipamente și aditivi. Conducerea estimează că acest eveniment a avut un impact negativ de aproximativ 6-7 milioane de lei în cifra de afaceri și de circa 1,5 milioane de lei marja brută. Important de precizat: datorită măsurilor luate de autorități, au fost afectate și companii care nu se aflau în zona de restricții sanitar-veterinare și astfel a fost depus la Parlamentul României un proiect de lege privind acordarea de despăgubiri pentru pagube cauzate de epizootia de gripă aviară.

ANALIZA P&L

În primele nouă luni ale anului, veniturile din exploatare au crescut cu 14%, ajungând la 193,4 milioane de lei, determinate de o creștere cu 12% în cifra de afaceri, noua linie de venituri din subvenții de exploatare (primito de AAB). Alte venituri din exploatare provin din lichidarea afacerilor și a activelor nestrategice precum afacerea cu import și vânzare telefoane mobile sau vânzarea de clădiri de birouri, depozite sau ferme neutilizate, conform deciziei conducerii AG de a se concentra exclusiv pe retail și producție agro-alimentară.

Veniturile din vânzarea mărfurilor au rămas la un nivel constant, similar cu cel din aceeași perioadă din 2020, dar a fost înregistrată o creștere semnificativă, de 144%, pentru producția vândută. Această linie reprezintă venituri producție vândută de Avicola Mihăilești – ouă consum și pui de o zi.

Reducerile comerciale acordate au scăzut ușor în primele nouă luni din 2021, cu 11% la 7,9 milioane de lei. Acest lucru a fost determinat de vânzările scăzute către francizori și de gripa aviară din mai 2021.

Cheltuielile din exploatare au crescut ușor mai rapid decât vânzările, cu 16%, în primele nouă luni din 2021, atingând cifra de 182,2 milioane de lei. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut semnificativ, cu 752%, ajungând la 14 milioane de lei, determinate în principal de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Creșterea cu 319% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 1,6 milioane de lei în primele nouă luni din 2021, a fost determinată de deschiderea de noi magazine în perioada de 12 luni, precum și de integrarea Avicola Mihăilești.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 45%, ajungând la 15,4 milioane de lei deoarece numărul de angajați cu normă întreagă aproape s-a dublat, de la 218 angajați în data de 30 septembrie 2020, la 408 angajați la 30 septembrie 2021. Creșterea este determinată de extinderea lanțului MEGA precum și de personalul necesar operării platformei Mihăilești.

Cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 51% până la 2,1 milioane de lei, determinate de achiziționarea Avicola Mihăilești în mai 2021 și a deschiderii de noi magazine în perioada de 12 luni anterioară.

Rezultatul operațional a scăzut cu 10%, până la 11,1 milioane de lei, determinat de creșterea semnificativă în deschiderea de noi magazine, în primul rând magazine la scară mai mare de tip MEGA, precum și de preluarea Avicola Mihăilești în mai 2021 și de costurile aferente acestei tranzacții. Cheltuielile financiare au crescut în perioada analizată cu 156%, până la 2,7 milioane de lei din cauza costurilor aferente listării acțiunilor AG și AAB, precum și obligațiunilor AAB26, asociate cu ratele dobânzilor la credit și obligațiunile corporative.

Cu un rezultat financiar negativ, rezultatul brut a scăzut la 9 milioane lei, fiind înregistrat un rezultat net de 7,7 milioane lei.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	30/09/2020	30/09/2021	Δ %
Venituri din exploatare	169.392.263	193.364.804	14%
Cheltuieli din exploatare	157.136.504	189.377.454	12%
Rezultat operațional	12.255.759	11.081.762	-10%
Rezultat financiar	(814.699)	(2.098.206)	158%
Rezultat brut	11.441.060	8.983.555	-21%
Rezultat net	9.828.018	7.670.966	-22%

ANALIZA BILANȚ

Activele totale au crescut cu 97% între 30 septembrie 2020 și 30 septembrie 2021, datorită creșterii cu 104% a activelor imobilizate (în valoare de 51,9 milioane lei de la 30.09.2021), creșterea cu 91% a activelor circulante (75,4 milioane de lei), 458% creștere în investiții pe termen scurt (1,2 milioane de lei) și creștere de 44% în ceea ce privește poziția casa și conturi la bănci (11,6 milioane de lei).

Activele imobilizate au crescut în principal datorită aprecierii cu 154% a imobilizărilor corporale, până la 43,8 milioane de lei, determinate de deschiderea de noi magazine MEGA în întreaga țară. Activele circulante s-au apreciat datorită creșterii cu 136% a stocurilor, care au ajuns la 34,5 milioane de lei, determinate de dimensiunea mai mare a afacerii și deschiderea de noi magazine în perioada analizată, precum și de decizia de a continua creșterea ofertei de produse disponibile în magazine. Creanțele au crescut cu 70% și au ajuns la 28,1 milioane de lei, datorită dimensiunii mai mari a afacerii. Alte active au atins cifra de 1,2 milioane de lei la sfârșitul T3 2021. Poziția casa și conturi la bănci a atins suma de 11,6 milioane de lei, datorită infuziei de capital generată de listarea acțiunilor AG și AAB, precum și a emisiunilor de obligațiuni AAB26.

Datoria totală a crescut cu 80%, de la 49,8 milioane de lei la 90 milioane de lei la 30 septembrie 2021 și este determinată de investițiile semnificative efectuate de companie în extinderea rețelei de magazine MEGA, achiziția și modernizarea platformei Avicola Mihăilești (aprox. 20 milioane de lei), precum și achiziția și modernizarea fabricii de nutrețuri combinate de la Caransebeș (aprox. 6,5 milioane lei).

Datoriile curente au crescut cu 28%, până la 45,7 milioane de lei. La această categorie, datoriile către furnizori au crescut cu 22%, până la 25,2 milioane de lei, datoria bancară pe termen scurt a crescut cu 12%, până la 11,8 milioane de lei, alte datorii cu 53%, până la 3,5 milioane de lei în timp ce salariile și impozitele pe salarii s-au majorat cu 235%, până la 2,9 milioane de lei. Impozitul pe venit s-a ridicat la 950.000 lei, o creștere de 298%. Datoria pe termen lung a crescut cu 217%, la 44 milioane de lei, determinată de creșterea cu 415% a datoriei bancare, care a însumat 22,7 milioane de lei și a unei creșteri cu 124% a obligațiunilor corporative, care au crescut cu 10 milioane lei datorită emisiunii de obligațiuni corporative a Agroland Agribusiness. Leasingul a crescut cu 130%, la 3,2 milioane lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 150%, de la 14,9 la 37,3 milioane de lei, această creștere fiind determinată în principal de o majorare cu 13,8 milioane de lei a primelor de emisiuni aferente ofertelor de acțiuni AG și AAB și o creștere de 373% a capitalului subscris și vărsat, până la 4,7 milioane de lei. Rezervele legale au crescut ușor, ajungând la 236 mii de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	30/09/2020	30/09/2021	Δ %
Active imobilizate	25.371.915	51.885.503	104%
Active circulante	39.360.343	75.350.721	91%
Alte active	213.531	1.190.651	458%
Casa si conturi la bănci	8.035.773	11.574.046	44%
TOTAL ACTIV	64.732.258	127.236.224	97%
Datorii curente	35.809.515	45.724.578	28%
Datorii pe termen lung	13.893.777	44.023.681	217%
Venituri in avans	141.643	216.349	53%
Total datorii	49.844.936	89.964.607	80%
Capitaluri proprii	14.887.321	37.271.616	150%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	64.732.257	127.236.224	97%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	30/09/2020	30/09/2021	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	169.392.263	193.364.804	14%
Cifra de afaceri, din care:	169.341.252	189.377.454	12%
<i>Producția vândută</i>	1.116.745	17.259.900	1446%
<i>Venituri din producția în curs de execuție</i>	0	2.026.140	100%
<i>Venituri din vânzarea mărfurilor</i>	177.071.390	177.258.719	0%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	8.846.883	7.907.933	-11%
<i>Venituri din subvenții de exploatare</i>	0	740.629	100%
Alte venituri din exploatare	51.011	3.987.350	7717%
Cheltuieli din exploatare, din care:	157.136.504	182.238.377	16%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	1.641.577	13.984.023	752%
Cheltuieli cu energia și apă	387.922	1.623.584	319%
Cheltuieli privind mărfurile	127.951.560	129.938.022	2%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	2.015.980	2.600.828	29%
Cheltuieli cu personalul	10.686.022	15.442.593	45%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	1.399.575	2.115.764	51%
Alte cheltuieli de exploatare	15.198.745	21.735.219	43%
Cheltuieli privind provizioanele	1.887.082	44.665	-98%
Rezultat operațional	12.255.759	11.081.762	-10%
Venituri financiare	71.440	171.491	140%
Cheltuieli financiare	886.139	2.269.697	156%
Rezultat financiar	(814.699)	(2.098.206)	158%
Venituri totale	169.463.703	208.719.062	23%
Cheltuieli totale	158.022.643	199.735.507	26%
Rezultat brut	11.441.060	8.983.555	-21%
Impozitul pe profit/alte impozite	1.613.042	1.312.589	-19%
Rezultat net	9.828.018	7.670.966	-22%

BILANȚ

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	30/09/2020	30/09/2021	Δ %
Active imobilizate, din care:	25.371.915	51.885.503	104%
Imobilizări necorporale	660.056	857.602	30%
Imobilizări corporale	17.259.679	43.826.538	154%
Imobilizări financiare	7.452.179	7.201.363	-3%
Active circulante, din care:	39.360.343	75.350.721	91%
Stocuri	14.618.765	34.503.100	136%
Creanțe	16.492.274	28.082.925	70%
Alte active	213.531	1.190.651	458%
Casa și conturi la bănci	8.035.773	11.574.046	44%
TOTAL ACTIV	64.732.258	127.236.224	97%
Datorii curente, din care:	35.809.515	45.724.578	28%
Datorii bancare	11.752.222	13.155.096	12%
Impozit	238.995	950.172	298%
Furnizori terți	20.676.435	25.245.401	22%
Salarii și impozite pe salarii	857.445	2.873.904	235%
Alte datorii pe termen scurt	2.284.418	3.500.005	53%
Datorii pe termen lung, din care:	13.893.777	44.023.681	217%
Datorii bancare	4.404.577	22.700.102	415%
Obligațiuni corporative	8.080.300	18.080.300	124%
Leasing	1.408.900	3.243.279	130%
Venituri în avans	141.643	216.349	53%
Total datorii	49.844.936	89.964.607	80%
Capitaluri proprii, din care:	14.887.321	37.271.616	150%
Capital subscris și vărsat	1.001.140	4.730.936	373%
Prime de capital	0	13.821.096	100%
Rezerve legale	200.500	235.812	18%
Profitul sau pierderea reportată	3.857.663	10.812.806	180%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	9.828.018	7.670.966	-22%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	64.732.257	127.236.224	97%

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 30 septembrie 2021, sunt prezentați mai jos:

Indicatorul lichidității curente la 30.09.2021

Active curente	75.350.721	= 1,65
Datorii curente	45.724.578	

Indicatorul gradului de îndatorare la 30.09.2021

Capital împrumutat	x 100	40.780.402	x 100	= 109%
Capital propriu		37.271.616		

Capital împrumutat	x 100	40.780.402	x 100	= 52%
Capital angajat		78.052.018		

Capital împrumutat = Credite peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 30.09.2021

Cifra de afaceri	189.377.454	= 3,65
Active imobilizate	51.885.503	

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 15 noiembrie 2021

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că situațiile financiare neauditare pentru perioada de nouă luni cuprinsă între 01.01.2021 și 30.09.2021 redau o imagine corectă și conformă cu realitatea a activelor, obligațiilor, poziției financiare și a situației veniturilor și cheltuielilor Agroland Business System S.A. și că raportul de management oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc în T3 2021 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoș

Agroland Business System S.A.