

2021

RAPORTUL ADMINISTRATORULUI




agroland

Agroland Business System S.A.
Companie listată la Bursa de Valori București
Simbol: acțiuni **AG** / obligațiuni **AGR25**

CUPRINS

MESAJ DE LA CEO	4
DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM	6
SCURT ISTORIC ȘI DESCRIEREA ACTIVITĂȚII EMITENTULUI	6
ORGANIGRAMA GRUPULUI	7
EXPERIENȚĂ	8
CERCETARE ȘI PORTOFOLIU DE PRODUSE	9
FURNIZORI	10
DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ	11
ANGAJAȚI	12
ADMINISTRATORI ȘI CONDUCEREA EXECUTIVĂ	13
IMPACT ASUPRA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR	15
ACȚIUNILE AG LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI	16
OBLIGAȚIUNILE AGR25 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI	16
EVENIMENTE CHEIE ÎN 2021	17
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	21
PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND	21
CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS	23
ANALIZA P&L	24
STRATEGIA DE BUSINESS & VÂNZĂRI	25
CLIEȚI SEMNIFICATIVI	25
PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI	26
ANALIZA BILANȚ	26
POLITICA DIVIDENDE	27
PROPUNERE DE DISTRIBUIRE A PROFITULUI	28
ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI	29
BVC 2022	29
RISCURI	31
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	34
BILANȚ CONSOLIDAT	35
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL	36
BILANȚ INDIVIDUAL	37
CASH-FLOW INDIVIDUAL	38
PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ	39
DECLARAȚIA CONDUCERII	43

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	Raportul Administratorului pentru 2021
Conform	Anexa 15 la Regulamentul ASF 5/2018
Pentru exercițiul financiar	01.01.2021 – 31.12.2021
Data publicării raportului	29.03.2022

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	5.179.059,60 RON
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Număr total acțiuni	51.790.596 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 preliminare pentru anul 2021 prezentate în paginile următoare sunt **auditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Anul 2021 a fost un an plin de evenimente și de provocări, deoarece trecem prin vremuri extrem de tulburi. Conflictul geopolitic, inflația în creștere, provocările legate de lanțul de aprovizionare, toate acestea ne așteptăm să aibă un impact direct asupra economiei locale pe parcursul anului 2022. Ținând cont de toate aceste aspecte, suntem recunoscători că am încheiat cu succes operațiunea de majorare a capitalului social la începutul acestui an, deoarece ne-a îmbunătățit semnificativ poziția de numerar și suntem pregătiți să continuăm să investim în dezvoltarea tuturor liniilor noastre de afaceri.



La fel cum am făcut și în 2020, luăm în considerare în mod activ provocările pe care le aduce 2022. Mulți dintre voi ați simțit deja că prețurile alimentelor cresc în fiecare zi. În acest context, precum și în contextul geopolitic actual, vedem o cerere în creștere din partea micilor fermieri care văd oportunitățile din piață și care doresc să-și dezvolte afacerea. Suntem gata să fim partenerul lor, susținându-i prin rețeaua noastră – 14 magazine MEGA și 238 tradiționale Agroland.

Înainte de a vorbi despre planurile noastre pentru 2022, aș dori să vă prezint o scurtă recapitulare a rezultatelor noastre preliminare consolidate pe care Agroland Business System și companiile noastre fiice le-au generat în 2021.

Grupul nostru a generat în 2021 venituri consolidate de 233,4 milioane de lei, o creștere de 21% față de 2020. Cele mai notabile creșteri le-am observat pentru cifra de afaceri generată de producția vândută (creștere de 576%, ajungând la 21,9 milioane de lei). În ciuda investițiilor mari făcute în 2021 pentru extinderea rețelei noastre de magazine MEGA, precum și a investițiilor făcute în extinderea afacerii avicole, costurile au crescut într-un ritm puțin mai rapid decât veniturile, cu 24%, ajungând la 221,2 milioane de lei. Acest lucru a condus la un rezultat operațional de 12,2 milioane de lei, o scădere de 6% față de 2020, un profit brut de 9,9 milioane și 8,7 milioane lei profit net. Ne bucurăm că rezultatul net este în concordanță cu cifra pe care am publicat-o în memorandumul de admitere la tranzacționare a acțiunilor AG, respectând astfel promisiunea făcută acționarilor noștri în urmă cu un an.

Mai mult ca oricând, suntem încântați să vedem numărul tot mai mare de clienți Agroland. În 2021, am avut în total 1.032.942 de clienți care au cumpărat din rețeaua Agroland, care include magazine MEGA, magazine tradiționale precum și magazinul nostru online, www.agroland.ro. Suntem mulțumiți de această bornă atinsă de rețeaua de magazine Agroland! Aceasta reprezintă o creștere de 25% față de 2020, care reprezintă dovada că strategia de diversificare a clientelei noastre, prin oferirea de acces la o gamă variată de produse pentru hobby farming, grădinărit și animale de companie funcționează. Suntem extrem de mulțumiți și de creșterea de 6 ori a numărului de clienți ai magazinelor MEGA mai ales având în vedere că în 2021, magazinele MEGA nu au ajuns încă la maturitatea deplină și, prin urmare, veniturile lor vor continua să crească și în 2022. Rezultatele din 2021, în special creșterea tranzacțiilor validează strategia de dezvoltare pe care ne-am propus-o când ne-am listat pe piața AeRO în urmă cu un an.

În ceea ce privește distribuirea profitului, propunerea noastră pentru Adunarea Generală a Acționarilor va fi să păstrăm profitul în companie. Considerăm că există oportunități semnificative de a ne dezvolta afacerea, care pot genera valoare suplimentară pentru acționarii noștri și, prin

urmare, rămânem angajați față de politica noastră de dividende care se concentrează pe capitalizarea profiturilor.

Vorbind de oportunitățile de dezvoltare, în luna februarie a acestui an, am publicat bugetul de venituri și cheltuieli pentru 2022. Pentru acest an, planificăm investiții totale de 17 milioane de lei, care se vor concentra pe deschiderea de noi magazine, extinderea afacerii avicole, modernizarea fabricii de furaje din Caransebeș și dezvoltarea magazinului online. Mai mult, ne așteptăm ca magazinele deschise în 2021 să ajungă la maturitate anul acesta. Intenționăm să deschidem peste 10 noi magazine MEGA, precum și 10 noi magazine tradiționale în toată țara. Obiectivul nostru este de a dubla cifra de afaceri generată de magazinele Mega în 2022. În paralel, rămânem dedicați creșterii capacității de producție în ferma avicolă Mihăilești, întrucât creșterea prețurilor la alimente va duce la volume mai mari de vânzări. Astfel, ne propunem să extindem capacitatea de producție a puilor de o zi la 1.000.000 de ouă pentru incubatie pe lună și creșterea capacității de producție a ouălor pentru consum la un minim de 180.000 de ouă pe zi. Estimăm că în 2022 vom înregistra o creștere de 50% a veniturilor din această linie de afaceri. Prin urmare, ne propunem ca în 2022 să atingem o cifră de afaceri consolidată de 241 milioane lei, un EBITDA de 20,7 milioane lei și un profit net de 13 milioane lei.

2022 va fi și anul unui alt proiect major pentru noi – vom începe pregătirile pentru transferul pe Piața Principală a Bursei de Valori București. Ne propunem ca transferul efectiv pe Piața Principală să aibă loc la începutul anului 2023. În viitoarea Adunare Generală a Acționarilor, care va avea loc pe 29 aprilie, vom propune acționarilor aprobarea trecerii noastre pe piața reglementată a BVB. Pentru a îndeplini criteriile de guvernare corporativă, vom propune, de asemenea, o schimbare în structura de guvernare a Agroland Business System și o înființare a unui Consiliu de Administrație, care va fi format din minimum trei membri. În ceea ce privește componența acestuia, avem în vedere să atragem membrii cu experiență semnificativă în domenii relevante pentru afacerea noastră – retail, expansiune, operațiuni, finanțare. Suntem încântați că în operațiunea de majorare a capitalului un fond local, controlat de Leonard Leca și Iulian Cîrciumaru, a achiziționat un pachet de 3% din Agroland și mă bucur că Leonard Leca a acceptat invitația noastră de a fi unul dintre membrii viitorului Consiliu de Administrație al companiei noastre.

În încheierea acestei scrisori, aș dori încă o dată să vă mulțumesc tuturor pentru că ați fost alături de noi în ultimele 12 luni – a fost un an cu provocări fără egal. Ne-am listat într-un moment de euforie post-pandemică la bursa locală, euforie vizibilă în special pe piața AeRO, iar pe parcursul anului trecut cu toții ne-am confruntat cu volatilitatea extremă și imprevizibilitatea mediului economic, cel mai dur test venind luna trecută. Cu toate acestea, suntem optimiști în ceea ce privește activitatea noastră din acest an și așteptăm cu nerăbdare să fim alături de clienții noștri.

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

Horia Cardoso

DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM

SCURT ISTORIC ȘI DESCRIEREA ACTIVITĂȚII EMITENTULUI

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.

Emitentul 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, compania a urmat decizia naturală să comercializeze și produse pentru grădina (butași de trandafiri, arbuști și pomi fructiferi, semințe de legume și bulbi de flori, fertilizanți, echipamente și scule) și pentru 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 către Emitent 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 2021, grupul Agroland a ajuns la un număr de 20 de fitofarmacii.

Inițial, Emitentul a abordat 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 252 la finalul anului 2021

Începând cu anul 2020, Emitentul a ajustat 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 Emitentului, 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 agricultură de tip hobby.

În ceea ce privește companiile din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, Emitentul 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 ocupă 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 2021, Emitentul a deținut 80%, restul de 20% fiind deținut de managerul diviziei.

În prima zi a lunii martie 2021, 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.

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. Această practică o au aproape toți retailerii mari care dețin o societate separată, prin care desfășoară activitățile imobiliare.

Magazinul Micului Fermier S.R.L. este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Emitent. Societatea, înființată în 2011, operează 17 magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.

ORGANIGRAMA GRUPULUI

Agroland Business Systems S.A. face parte dintr-un grup, neinregistrat la ONRC, iar societățile afiliate sunt următoarele:

	Denumire	CUI	Activitate principala*	Anul infintarii	Acționari	Deținere acționari
Leader de grup	Agroland Business System S.A.	26165241	4776	2009	Cardos Horia	76,6%
					Martin Stefan	8,5%
					Alți acționari	15%
Membru grup	Agroland Agribusiness SA	37478862	4621	2017	Agroland Business System S.A.	56%
					Radu Florin	24%
					Alți acționari (BVB)	20%
Membru grup	Agroland Professional Farm SRL	37208060	4621	2017	Agroland Business System S.A.	80%
					Robasciuc Dan Dorel	20%
Membru grup	Agroland Megastore SRL	40417148	6820	2019	Cardos Horia	0,0004%
					Agroland Business System S.A.	99,9996%

Membru grup	Magazinul Micului Fermier SRL	29327516	4778	2011	Agroland Business System S.A.	100%
Membru grup	Devest Farmatech SRL	9050231	4675	1996	Cardos Horia	95%
					Cardos Denisa	5%
Membru grup	Astradriving SRL	19345337	8553	2006	Cardos Horia	50%
					Boca Cristinel	50%
Membru grup	Sports Games SRL	14522187	4762	2002	Agroland Business System S.A.	33%
					Contra Cosmin Marius	25%
					Popoviciu Alin Augustin	42%
Membru grup	Asociatia Sportiva Agroland	32848123		2014	Cardos Horia – președinte și membru fondator	In cazul ONG-urilor nu există procente ci doar membri ai asociației

***Activitate principală:**

4776 - Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și a hranei pentru acestea, în magazine specializate

4621 - Comerț cu ridicata al cerealelor, semințelor, furajelor și tutunului neprelucrat

6820 - Închirierea și subînchirierea bunurilor imobiliare proprii sau închiriate

4778 - Comerț cu amănuntul al altor bunuri noi, în magazine specializate

4675 - Comerț cu ridicata al produselor chimice

8553 - Școli de conducere (pilotaj)

4762 - Comerț cu amănuntul al ziarelor și articolelor de papetărie, în magazine specializate

EXPERIENȚĂ

Având în vedere momentul înființării Emitentului, precum și colaborarea pe care acesta o are cu numeroși clienți și furnizori, experiența Emitentului este una vastă, cele mai relevante aspecte în acest sens fiind:

- Acoperirea unui teritoriu extins la nivel național prin numărul ridicat de magazine – acoperind mai multe zone din țară; este singurul lanț de magazine de acest tip cu reprezentare națională;
- Dezvoltarea de parteneriate puternice – demonstrate prin numărul ridicat de magazine deschise în franciză și relațiile de lungă durată cu furnizorii; numărul ridicat de magazine a contribuit pe lângă creșterea cifrei de afaceri și la notorietatea extinsă a mărcii Agroland;
- Oferirea unei game largi de produse din categoriile gardening, pet care, hobby farming, având o diversitate largă a produselor comercializate (peste 3.000 de produse în magazinele tip "MEGA");
- Oferirea unui raport bun preț/calitate pentru produsele și serviciile sale – ca urmare a volumelor intermediare și a stabilirii unor parteneriate pe termen lung cu furnizorii;
- O reputație foarte bună în rândul clienților ce au hobby-uri precum grădinăritul, creșterea animalelor de companie sau de expoziție/fermă, dar și clienților tradiționali ce desfășoară activități de agricultură;
- O notorietate ridicată – vizibilă prin creșterea susținută a vânzărilor de la an la an și înregistrarea unui număr de peste 2 milioane de vizite în magazine la nivel anual;

- Obținerea și păstrarea poziției de cel mai mare furnizor local de pui de o zi;
- Echipa experimentată, specializată în domeniul în care activează Emitentul;
- Linii de business complementare, cu diversificarea riscului și maximizarea avantajelor competitive – oferind o gamă completă clienților Emitentului; se adresează cu succes atât clientului din mediul rural, cât și celui din mediul urban (prin magazinele "MEGA");
- Dezvoltarea rețelei de magazine este completată de vânzările online prin intermediul site-ului propriu;
- Concept inovator de magazin, de tip one stop shop, aflat în apropierea clienților, cu suprafețe de 4-5 ori mai mari decât ale actualelor magazine, accentul sporit pus pe experiența oferită clienților (prin amenajarea raioanelor și aranjarea la raft), precum și consultanță de specialitate oferită cumpărătorilor.

CERCETARE ȘI PORTOFOLIU DE PRODUSE

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

Miza incubatorului de afaceri este aceea de 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.

Emitentul 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 Emitentului 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. Acest program este gestionat de societatea Agroland Agribusiness.

Referitor la produsele proprii, Emitentul deține un portofoliu vast de produse create special pentru clienții acestuia, cu un raport calitate-preț atractiv:

Aditivi Furajeri Agroland

Emitentul a dezvoltat o gamă completă de aditivi furajeri care să le asigure necesarul de vitamine și minerale pentru o dezvoltare armonioasă și sănătoasă. Gama de produse este potrivită, în funcție de nevoi, pentru: păsări, curci, porumbei, iepuri, mânji, viței, porci, miei.

Raticide Agroland

Emitentul a dezvoltat o gamă completă de raticide care garantează eliminarea dăunătorilor din gospodărie. Produsele oferă soluții complete pentru utilizare în exterior sau interior: pastă, parafină, grâu și cuburi. Raticidele Agroland se comercializează sub formă de cutii de 150 g sau găleți de 3 Kg.

A-Pet-It - Hrană pentru Câini, Pisici, Porumbei etc.

Compania a dezvoltat o gamă proprie de hrană economică din ingrediente de bază de calitate, la un preț corect, accesibil tuturor iubitorilor de animale de companie.

A-Pet-It - Așternut absorbant Pisici

Așternutul de la A-Pet-It este un produs 100% natural. Este util în orice casă în care este îngrijită o pisică. Cu ajutorul lui se amenajează locul în care aceasta își face nevoile. Are putere mare de absorbție a lichidului, dar și de încapsulare a mirosului urât.

A-Pet-It - Recompense pentru Câini

Gama de recompense pentru câini A-Pet-It conține 2 categorii de produse: sticks-uri pentru dantură și recompense delicioase pentru dresaj. În conceperea produselor Emitentul s-a ghidat după cele 2 obiective: asigurarea sănătății danturii câinilor și obținerea unui gust delicios și motivant pentru câini, totul la un preț corect.

Agroland - Ulei de somon premium

Ulei de somon norvegian cu prospețime ridicată, obținută prin conservarea imediată.

Astfel acizii grași Omega-3 sunt optim protejați și păstrați la maximul biologic posibil. Beneficiile uleiului de somon – Agroland Premium:

- asigură un aport nutritiv și creștere rapidă
- blană și piele sănătoasă
- articulații puternice

Butași de Trandafiri

Emitentul comercializează anual (primăvara și toamna) peste 50 de soiuri de butași de trandafiri parfumați și intens colorați, cu rădăcina protejată cu turbă și substanțe nutritive:

- Butași de trandafiri Teahibrizi
- Butași de trandafiri Cățărațori
- Butași de trandafiri Pomișor

Pomi Fructiferi

Emitentul comercializează anual peste 30 de soiuri de pomi fructiferi cu rădăcină protejată și adaptați condițiilor din România. Compania pune la dispoziția clienților diferite soiuri rezistente și delicioase de meri, peri, pruni, cași, piersici, nectarini, vișini, cireși, gutui sau nucifere. Primele roade apar după 2 ani de la plantare. Produse comercializate în perioada de primăvară și toamnă.

Viță de Vie

Emitentul comercializează anual peste 10 soiuri de viță de vie cu struguri atât pentru degustat la masă cât și pentru obținerea în propria gospodărie a unui vin calitativ. Produse comercializate în perioada de primăvară și toamnă.

FURNIZORI

Din punct de vedere al furnizorilor în anul 2021, baza este de peste 200 de furnizori activi.

Denumire	Domeniu de activitate	Pondere
Furnizor 1	Furaje	29,28%
Furnizor 2	Furaje	4,39%

Furnizor 3	Pui	4,14%
Furnizor 4	Pui	2,43%
Furnizor 5	Hrana animale de companie	2,15%

DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ

În ceea ce privește sectorul de piață pe care este prezentă Agroland, nu se poate vorbi de o polarizare a acesteia în jurul unor anumite companii, fiind un sector cu competitori mulți și de talie mica. 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 franciza), 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 răspândit geografic, care să comercializeze toate categoriile importante, ci există doar jucători care activează pe câte o singură categorie.

La nivel național pe categoria Hobby farming există 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 sunt prezente rețelele de magazine de bricolaj: Dedeman, Hornbach, Leroy Merlin.

În ceea ce privește factorii care diferențiază Emitentul de celelalte companii care activează în același sector de piață din România, aceștia pot fi prezentați pe scurt, după cum urmează:

- Emitentul deține 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;
- Emitentul 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 Emitentului 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 reprezentat de 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 Emitentului, 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 Emitentului încheierea unor contracte cu furnizori specializați, care-i permite obținerea unor condiții comerciale mai avantajoase decât a multor competitori.

ANGAJAȚI

Numarul de angajați la data de 31.12.2021 a fost de 325, în creștere cu 74,15% față de 31.12.202, când numărul salariaților existenți în companie era de 241.

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

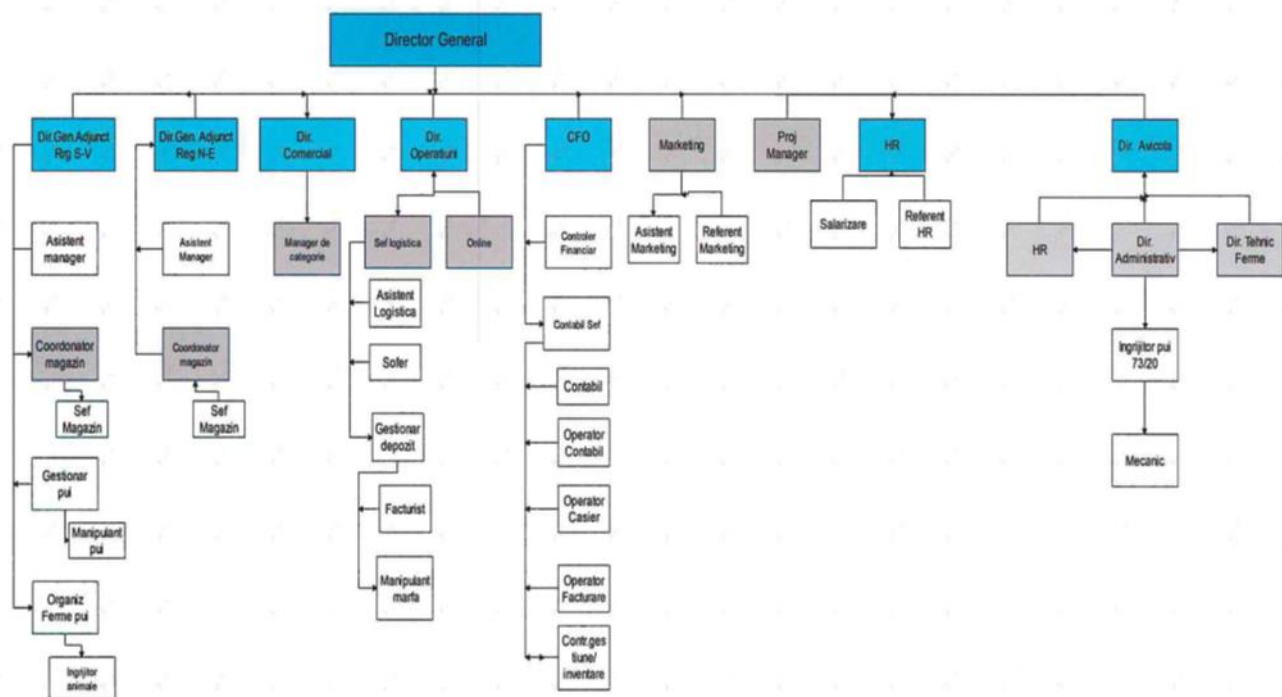
DETALII CU PRIVIRE LA ANGAJAȚI LA DATA DE 31.12.2021

Departament	Nr. angajați
Management	12
Administrativ	32
Financiar	12
Fitofarmacii	3
Input	1
Logistica	38
Marketing	4
Online	8
Retail	122
Ferme proprii	3
Avicola Mihăilești	90

NIVELUL DE STUDII AL ANGAJAȚILOR LA 31.12.2021

Departament	Studii superioare	Studii medii și sub studii medii
Management	12	
Administrativ	25	22
Financiar	12	
Fitofarmacii	2	1
Input	1	
Logistica	4	34
Marketing	4	
Online	2	6
Retail	12	110
Ferme proprii		3
Avicola Mihăilești	4	86

De asemenea Organigrama Emitentului este următoarea:



ADMINISTRATORI ȘI CONDUCEREA EXECUTIVĂ

În anul 2021 administrarea Emitentului a fost asigurată de către Agroland Management Services SRL, conform Hotărârii nr. 31 / 28.04.2021 a Adunării Generale Ordinare a Acționarilor, prin reprezentant legal **Horia Dan Cardos** (CV-ul acestuia este prezentat mai jos).

Persoanele implicate în conducerea executivă a emitentului:

Horia Dan Cardos – Director General

Fondatorul Agroand Business Systems S.A., dl. Cardoș este atât Administratorul Unic al Societății, cât și Directorul General al acesteia. Absolvent al Universității de Politehnică din Timișoara, Facultatea de Chimie Industrială, acesta 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).

Procent de deținere: Horia Dan Cardoș deține la momentul redactării prezentului raport financiar 69,7% din capitalul social al Emitentului.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Horia Dan Cardoș nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale.
- În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Horia Dan Cardoș.

- Horia Dan Cardoso nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator

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 zonă.

Procent de deținere: Daniel Liciu deține la momentul redactării prezentului raport financiar 0% din capitalul social al Emitentului.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Daniel Liciu nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale.
- În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Daniel Liciu.
- Daniel Liciu nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator

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

De profesie inginer zootehnist, absolvent al Universității de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului din Timișoara, dl. Judeanu are o experiență de peste 10 ani în cadrul Emitentului. 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 verifica eficiența activității magazinelor din zona și lua măsuri în vederea creșterii eficienței acestora.

Procent de deținere: Costel Judeanu deține la momentul redactării prezentului raport financiar 0% din capitalul social al Emitentului.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Costel Judeanu nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale.
- În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Costel Judeanu.
- Costel Judeanu nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator

Denisa Cardoso – 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 Emitentului, 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 din magazine pe platforma B2B Senior E-commerce și, începând cu 2019, un sistem performant de gestiune și vânzare pentru segmentul retail – Magister Software.

Procent de deținere: Denisa Cardoș deține la momentul redactării prezentului raport financiar 0% din capitalul social al Emitentului.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, Denisei Cardoș nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale.
- În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Denisa Cardoș.
- Denisa Cardoș nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator

Ioana Rădoi - Director Comercial

A intrat 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 de Director Comercial și coordonează echipa de Manageri de Categorie, dezvoltând strategia comercială a companiei.

Procent de deținere: Ioana Rădoi deține la momentul redactării prezentului raport financiar 0% din capitalul social al Emitentului.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, Ioanei Rădoi nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale.
- În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Ioana Rădoi.
- Ioana Rădoi nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator

IMPACT ASUPRA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR

Emitentul a evoluat cu succes în ultimii ani, fiind conștient de responsabilitatea față de mediu și protecția climei. Acesta livrează în fiecare zi comenzi din depozitele proprii, utilizând responsabil resursele naturale și respectând legislația de mediu. Astfel, prin rețeaua logistică optimizează rutele de transport, reducând poluarea mediului.

În plus, în magazinele Agroland a fost implementat un sistem de utilizare a 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 Emitentul a decis să folosească eficient materialele necesare astfel încât să protejeze mediul înconjurător.

Compania are în vedere și demararea de proiecte de sustenabilitate, prin investiții în instalarea de panouri fotovoltaice și utilizarea de alte soluții de energie regenerabilă pentru magazinele, depozitele și fermele sale. Obiectivul pe termen mediu în această direcție este ca toate liniile de business ale Agroland să își reducă semnificativ amprenta de carbon prin utilizarea surselor proprii de energie verde.

Nu exista litigii și nici nu se preconizează apariția de litigii legate de protecția mediului înconjurător.

ACȚIUNILE AG LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

Acțiunile Agroland Business System S.A. au fost admise la tranzacționare pe segmentul SMT al Bursei de Valori București la data de 01.03.2021.

În cadrul plasamentului privat ce s-a desfășurat în data de 18.11.2022 totalul acțiunilor subscribe a fost de 4,85 ori mai mare decât oferta inițială de 1.765.590 de acțiuni și s-au înregistrat 139 de subscrieri. Metoda de alocare utilizată a fost pro-rata, iar prețul de vânzare a fost de 4,5 lei pe acțiune. Subscrierea minimă s-a ridicat la 99.000 lei, echivalentul a 22.000 de acțiuni.

Din 01.03.2021, până la 30.12.2021 – ultima zi de tranzacționare la Bursa de Valori București, investitorii au tranzacționat acțiuni AG în cadrul a 25.550 de tranzacții, în valoare totală de 70,12 milioane lei.

La 31.12.2021, structura acționariatului companiei era următoarea:

Acționar	Număr Acțiuni	Procent
CARDOS HORIA-DAN	36.098.034	69,7000 %
Persoane Fizice	12.784.156	24,6843 %
Persoane Juridice	2.908.406	5,6157 %
TOTAL	51.790.596	100 %

OBLIGAȚIUNILE AGR25 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

Agroland Business System S.A. a emis la data de 10 martie 2020 un număr de 80.803 de Obligațiuni corporative negarantate, denominate în RON, cu o valoare nominală individuală de 100 lei și o valoare totală de 8.080.300 de lei. 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 Data Cupon.

Agroland este la zi cu plata cupoanelor către deținătorii de obligațiuni, pentru toate emisiunile de obligațiuni, efectuată prin sistemul Depozitarului Central. Următorul cupon este datorat în data de 10.09.2022 și compania nu prevede nicio problemă cu plata acestuia.

În 2021, Agroland Business System S.A. nu și-a răscumpărat propriile acțiuni. Niciuna dintre filialele Agroland nu deținea acțiuni AG sau obligațiuni AGR25 la 31 decembrie 2021.

EVENIMENTE CHEIE ÎN 2021

Investiții realizate in magazine Agroland MEGA in anul 2021:

Denumirea investiției	Valoarea estimată (EUR)	Sursele de finanțare	Data estimativă a începerii
Agroland MEGA – Afumati, jud. Ilfov	Investiție greenfield de aprox. 500.000 EUR (fara stocuri de marfa)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Ianuarie 2021
Agroland MEGA Vaslui, jud. Vaslui	Investiție medie de aprox. 150.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Surse proprii	Februarie 2021
Agroland MEGA – Tg Secuiesc, jud. Covasna	Investiție medie de aprox. 100.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Surse proprii	Februarie 2021
Agroland MEGA –Sfantu Gheorghe, jud. Covasna	Investiție medie de aprox. 200.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Martie 2021
Agroland MEGA – Craiova, Jud. Dolj	Investiție medie de aprox. 200.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Martie 2021
Agroland MEGA – Mogoșoaia, jud. Ilfov	Investiție medie de aprox. 200.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Mai 2021
Agroland MEGA – Bolintin-Vale, jud. Giurgiu	Investiție greenfield de aprox. 500.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Iunie 2021
Agroland MEGA – Lugoj, jud. Timiș	Investiție medie de aprox. 100.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Surse proprii	Iulie 2021
Agroland MEGA –Năvodari	Investiție medie de aprox. 100.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Surse proprii	Septembrie 2021
Agroland MEGA – Sibiu	Investiție medie de aprox. 200.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Octombrie 2021
Agroland MEGA- Bals	Investiție medie de aprox. 150.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Dezvoltat cu fonduri atrase prin piața de capital și surse proprii	Noiembrie 2021
Agroland Mega Barlad	Investiție medie de aprox. 100.000 EUR (fără stocuri de marfă)	Surse proprii	Noiembrie 2021

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. Algoritmii sunt antrenati 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.

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.

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, 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 14 unități.

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.

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. 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.

ÎNCHEIEREA UNUI CONTRACT PENTRU VÂNZAREA UNEI FERME

În data de **16 decembrie 2021**, Compania a informat piața despre încheierea unui contract de vânzare-cumpărare pentru vânzarea unui imobil deținut de către Companie, situat în localitatea Dinias, județul Timiș, ce cuprinde: construcții zootehnice, grajd bovine, 2 saivane pentru oi, doua grajduri și teren intravilan în suprafață totala de 67.026 metri pătrați.

Valoarea totală a contractului este de 4.949.100 de lei (exclusiv TVA). Contractul a fost încheiat cu FERMA AGRO FRAGARIA S.R.L., în calitate de cumpărător. Decizia de a vinde ferma este în concordanta cu strategia Companiei de a vinde active care nu fac parte din activitatea de baza, profitând în același timp de contextul favorabil actual al pieței imobiliare.

MAJORARE CAPITAL SOCIAL

În perioada **noiembrie 2021 – ianuarie 2022**, Compania a derulat o operațiune de majorare a capitalului social în cadrul căreia au fost emise 4.708.236 noi acțiuni ordinare cu o valoare nominală de 0,1 lei/acțiune. Pe parcursul operațiunii, compania a atras 21,9 milioane de lei de la investitori.

EVENIMENTE CHEIE DUPĂ ÎNCHEIEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

PUBLICAREA BUGETULUI DE VENITURI ȘI CHELTUIELI PENTRU 2022

În data de **10 februarie 2022**, Compania a informat piața cu privire la disponibilitatea Bugetului de Venituri și Cheltuieli pentru anul fiscal 2022. Bugetul a fost întocmit de conducerea Companiei și va fi supus aprobării în Adunarea Generală Ordinară anuală a Acționarilor, care va avea loc în data de 29 aprilie 2022. Compania vizează vânzări de 241,2 milioane lei, EBITDA de 20,7 milioane și profit net de 13,1 milioane lei în 2022. BVC-ul complet este disponibil [**AICI**](#).

CONTRACT CU BRK FINANCIAL GROUP PENTRU SERVICII DE MARKET MAKING

În data de **14 februarie 2022**, Compania a informat piața cu privire la semnarea unui contract cu BRK Financial Group („BRK”) pentru furnizarea de servicii de market making, începând cu data de 15 februarie 2022. Pentru serviciile de market making, volumul minim cumulat corespunzător cotațiilor ferme de tip bid-ask furnizate de BRK reprezintă echivalentul a 20.000 EUR, diferență maximă între bid și ask fiind de 2,5%. BRK furnizează servicii de market making pe parcursul a cel puțin 90% dintr-o sesiune de tranzacționare.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La sfârșitul anului 2021, Grupul Agroland a operat 252 de magazine, cu 12 magazine nete mai mult decât la sfârșitul anului 2020. În 2021, Agroland Business System a închis 6 magazine tradiționale în Afumați, Bolintin Vale, București 2 – Mogoșoaia, Târgu Frumos, Slobozia, Balș, 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 2021.

Magazine	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Tradițional	236	238	1%
MEGA	4	14	250%
Total magazine	240	252	5%

Performanța tuturor magazinelor proprii (*all stores, incluzând performanța magazinelor MEGA*) a stagnat în T4 2021, având în vedere că ultimul trimestru este întotdeauna cel mai slab pentru linia de retail a Grupului. Numărul de clienți, precum și valoarea medie a bonului fiscal au rămas, de asemenea, în linie cu rezultatele raportate în același trimestru din 2020. Pentru întregul an 2021, magazinele au înregistrat însă o creștere cu 14% a cifrei de afaceri, în timp ce numărul de clienți a crescut cu 25%, depășind borna istorică de 1 milion de clienți deserviți în magazinele proprii Agroland. În paralel, valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 8% - rezultat firesc ca urmare a creșterii și diversificării portofoliului de clienți prin extinderea geografică realizată de companie precum și vizarea unor alte categorii de clienți, în special clienți pentru segmentul animale de companie.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând 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%
T4	9.893.938	9.803.398	-1%	170.623	172.822	1%	58,0	56,7	-2%
12L	61.849.728	70.588.971	14%	805.693	1.003.906	25%	76,8	70,3	-8%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores, excluzând performanța magazinelor MEGA*) a scăzut cu 9% în T4 2021, vânzările nete au ajuns la 2,9 milioane de lei, numărul de clienți a scăzut cu 14% iar valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 7%, până la 45,4 lei. Din nou, este important de subliniat că rezultatele T4 sunt din punct de vedere istoric cele mai slabe și au cea mai mică contribuție la rezultatul general, în special pentru magazinele tradiționale. În consecință, pentru întregul an 2021, Agroland a înregistrat o creștere de 5% a vânzărilor în magazinele comparabile, o creștere de 21% a numărului de clienți care a dus la scăderea cu 13% a valorii medii a bonului fiscal. Deoarece în 2020 și 2021 s-au închis magazine tradiționale și s-au deschis magazine MEGA în aceleași localități, performanța totală a magazinelor tradiționale este în scădere.

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%
T4	3.172.173	2.901.742	-9%	74.651	63.873	-14%	42,5	45,4	7%
12L	49.444.774	52.072.863	5%	473.834	575.258	21%	104,4	90,5	-13%

O parte din veniturile care au fost livrate de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA de-a lungul anului 2021 poate fi văzută mai jos. Conceptul de magazine MEGA este diferit de cel tradițional, unde gama de produse este triplată, iar clientul țintă este diferit – vine din mediul urban sau din proximitatea marilor aglomerări urbane și se concentrează pe grădinărit, îngrijirea animalelor de companie și hobby farming. Prin urmare, magazinele MEGA sunt mai puțin susceptibile la fluctuații semnificative decât cele care sunt aplicabile magazinelor tradiționale.

În 2021, magazinele MEGA au generat o cifră de afaceri de 20,5 milioane de lei, în creștere cu 337% față de 2020, în timp ce numărul clienților a crescut de șase ori, depășind 304 mii de clienți. Datorită diversificării clientelei, valoarea medie a bonului fiscal a continuat să scadă în 2021, cu 28% față de 2020.

În 2022, Agroland se așteaptă să ajungă la 30 de magazine MEGA în toată România.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	487.631	3.238.076	564%	3.425	45.475	1228%	142,4	71,2	-50%
T2	969.631	6.069.924	526%	7.607	98.053	1189%	127,5	61,9	-51%
T3	1.239.889	5.692.143	359%	13.511	78.464	481%	91,8	72,5	-21%
T4	1.985.907	5.472.086	176%	25.356	82.240	224%	78,3	66,5	-15%
12L	4.683.059	20.472.230	337%	49.899	304.232	510%	93,8	67,3	-28%

Vânzările online au continuat să crească în T4 2021, cu 35% față de T4 2020, înregistrând totuși o scădere față de T3 2021 datorită extrasezonului categoriilor Gardening și Hobby Farming. Numărul de clienți și valoarea medie a bonului fiscal au continuat să crească în fiecare trimestru, ajungând la un total de peste 29 mii de clienți în 2021 (+30%) și o creștere cu 40% a valorii bonului fiscal, care a ajuns la 241 de lei – semnificativ peste valoarea medie din magazinul fizic. Valoarea totală a vânzărilor din magazinul online a ajuns la 7 milioane de lei în 2021, în creștere cu 82% față de 2020.

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%
T4	1.225.545	1.658.285	35%	6.321	7.263	15%	169,7	198,9	17%

12L | 3.830.602 | 6.988.107 | 82% | 22.328 | 29.036 | 30% | 172 | 241 | 40%

Vânzările nete raportate de francizații Agroland au înregistrat o creștere de 25% în T4 2021, ajungând la 21,1 milioane de lei. Vânzările din T4 s-au recuperat după un T2 și T3 din 2021 foarte slab, aspect determinat în principal de interzicerea comerțului cu pui de o zi în magazine în perioada 7-21 mai 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. Una peste alta, în 2021, francizați au generat vânzări totale de 93,6 milioane de lei, în scădere cu 9% comparativ cu 2020, ca urmare a vânzărilor mai slabe din T2 și T3 2021.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI			
	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%
T4	16.886.438	21.097.798	25%
12L	103.152.553	93.638.203	-9%

CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri combinată, împărțită pe tip de produs vândut în 2021 comparativ cu performanța din 2020 este prezentată mai jos. Vă rugăm să rețineți că cifrele de mai jos prezintă vânzările totale, combinate, **neconsolidate**.

Cifra de afaceri	31.12.2020	31.12.2021	Δ%
Furaje&concentrate	96.791.233	85.182.345	-12%
Pui	56.520.608	50.804.869	-10%
Input (AAB)	18.439.739	31.561.831	72%
Produse <i>pet food</i>	12.954.011	21.725.882	68%
Agricole	5.181.348	10.225.111	97%
Aditivi	8.811.437	7.458.612	-15%
Echipamente	6.504.507	7.763.948	19%
Food	1.858.097	9.809.023	428%
Ferme	3.529.473	8.245.914	134%
Altele	987.141	5.316.238	4394%
<i>Reduceri</i>	<i>(2.658.930)</i>	<i>(4.054.555)</i>	52%
Total CA	208.918.664	234.039.218	12%

Cea mai mare creștere în 2021 a fost înregistrată pentru linia de produse Food, care a crescut cu 428% ajungând la 9,8 milioane lei datorită lansării noii linii de business, respectiv vânzarea ouălor de consum. O creștere semnificativă de 97% a fost înregistrată în 2021 pentru vânzarea de pui de o zi din producție proprie, care a ajuns la 10,2 milioane de lei, precum și pentru segmentul de produse de tip hrană pentru animale de companie, care a crescut cu 68%, ajungând la 21,7 milioane de lei. Inputurile (reprezintă cifra de afaceri generată de Agroland Agribusiness) au crescut cu 75%, ajungând la 32,3 milioane de lei (pentru mai multe despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți raportul AAB – Rezultatele Preliminare 2021 disponibil [AICI](#)).

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 2021, veniturile din exploatare au crescut cu 22% comparativ cu 2020, ajungând la 233,4 milioane de lei. Creșterea a fost determinată de o majorare cu 15% a cifrei de afaceri, precum și de o creștere semnificativă (+3.393%) a altor venituri din exploatare. 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. Mai precis, în mare parte, suma respectivă reprezintă 8,6 milioane de lei.

La analiza cifrei de afaceri, producția vândută, care reprezintă venituri producție vândută de Avicola Mihăilești – ouă consum și pui de o zi, a înregistrat o creștere spectaculoasă de 576%, aducând venituri totale de 21,9 milioane lei. Veniturile din vânzarea mărfurilor au rămas la un nivel constant, crescând cu 5% și ajungând la 204 milioane de lei. În paralel, reducerile comerciale acordate au scăzut ușor în 2021, cu 1% la 8,5 milioane de lei. Acest lucru a fost determinat de vânzările scăzute către francizați și de gripa aviară din mai 2021. Veniturile din subvenții de exploatare reprezintă sumele primite de Agroland Agribusiness, așa cum au fost raportate în raportul preliminar al AAB pe 2021.

Cheltuielile din exploatare au crescut ușor mai rapid decât vânzările, cu 24%, în 2021 față de 2020, atingând cifra de 221,2 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la cifra de afaceri au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care s-au ridicat la valoarea de 150,3 milioane de lei, o creștere cu 9%. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut semnificativ, cu 438%, ajungând la 19,6 milioane de lei, determinate în principal de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Creșterea cu 295% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 2,5 milioane de lei în 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 20,8 milioane de lei deoarece numărul de angajați cu normă întreagă aproape s-a dublat, de la 241 angajați la sfârșitul anului 2020, la 402 angajați la sfârșitul anului 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 131% până la 2,7 milioane de lei, determinate de achiziționarea Avicola Mihăilești în mai 2021 și a deschiderii de noi magazine în 2021.

Rezultatul operațional a scăzut cu 7%, până la 12,2 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 2021 cu 119%, până la 2,4 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 AAB26 și AGR25.

Cu un rezultat financiar negativ, pierdere de 2,3 milioane de lei, rezultatul brut a scăzut cu 18% comparativ cu 2020, ajungând la 9,9 milioane de lei. Impozitele s-au ridicat la valoarea de 1,2 milioane de lei, o scădere de 19% față de 2020, rezultând un profit net de 8,7 milioane de lei.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Venituri din exploatare	191.333.213	233.378.788	22%
Cheltuieli din exploatare	178.297.242	221.216.779	24%
Rezultat operațional	13.035.971	12.162.008	-7%
Rezultat financiar	(1.022.722)	(2.255.789)	121%
Profit brut	12.013.249	9.906.220	-18%
Profit net	10.521.633	8.694.741	-17%

STRATEGIA DE BUSINESS & VÂNZĂRI

Emitentul își desfășoară activitatea atât prin magazinele proprii, cât și prin cele ale partenerilor acestuia, în sistem de franciză.

Inițial compania 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 magazinelor deținute de companie a crescut într-un ritm accelerat. Astfel, în anul 2011, Emitentul deținea deja 100 de magazine, ajungând ca în 2014 să fie inaugurat magazinul cu numărul 200. La finalul anului 2021 Emitentul să activeze într-o rețea de 252 astfel de magazine. În ultima perioadă Emitentul și-a concentrat resursele pe îmbunătățirea calității partenerilor francizați și pe creșterea vânzărilor din fiecare magazin existent.

Evoluția strategiei de business și vânzări și-a urmat apoi cursul natural, cu deschiderea primelor magazine MEGA, Emitentul observând că preferințele consumatorilor se îndreaptă către spații generoase, cu dotări moderne, și cu suprafețe de aproximativ 500m². În prezent rețeaua de magazine MEGA a ajuns la 16 astfel de unități.

În anul 2021, peste 33% din cifra de afaceri a fost realizată în magazinele proprii comparativ cu anul 2020 când aceasta a reprezentat peste 35% (inclusiv în societatea Magazinul Micului Fermier, achiziționată în 2019). Restul cifrei de afaceri a fost realizat prin vânzarea către Partenerii Emitentului în franciză, aceștia fiind obligați prin contract să achiziționeze marfă integral de la compania Agroland.

CLIEȚI SEMNIFICATIVI

La nivelul anului 2021, conform datelor înregistrate de către Emitent, numărul total de clienți a fost de aproximativ 2,1 milioane care au făcut cumpărături din magazinele Agroland, luând în considerare atât magazinele proprii cât și cele în franciză. Dintre clienții înregistrați anul trecut, aproximativ 1,1 milioane dintre ei au fost deserviți în magazinele proprii, în timp ce restul au făcut cumpărături în magazinele partenerilor (în franciză).

Conform datelor înregistrate de Emitent în anul 2021, cei mai mari parteneri în franciză sunt:

Partener	Valoare brută (lei)
Client Francizat 1	12.281.953
Client Francizat 2	9.128.089
Client Francizat 3	5.091.631
Client Francizat 4	5.047.674
Client Francizat 5	5.035.289

Partenerii Emitentului au obligația de a achiziționa produsele în exclusivitate de la compania Emitentului 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 INDICATORI OPERAȚIONALI

În cadrul activității Emitentului, sunt urmăriți doi indicatori importanți: cifra de afaceri și marja netă, care se calculează în funcție de mai mulți parametri.

Indicatori operaționali	2017	2018	2019	2020	2021
Cifra de afaceri	121.116.793	136.147.539	133.643.488	191.333.213	233.378.788
Marja netă de profit (%)	2,3%	3,0%	1,8%	5,5%	3,7%

Din punct de vedere al produselor, Emitentul analizează marjele nete și volumul vânzărilor la nivel de produs / categorie / subcategorie. Astfel, se dorește obținerea de informații despre atractivitatea produselor, dinamica în preferințele consumatorilor, oportunitatea menținerii în structura de produse și potențialul de creștere.

Din punct de vedere al locației, Emitentul analizează indicatori precum cifra de afaceri și marja netă pentru a obține informații pe regiuni și a observa eventuale modificări în regiunea respectivă, pentru a fructifica oportunitățile identificate sau pentru a depista riscuri ce s-ar putea manifesta.

Emitentul urmărește, de asemenea, marja netă și la nivelul partenerilor în franciză, pentru identificarea din timp a riscurilor, a eventualelor probleme ce ar putea să apară în relația cu acești parteneri și a soluțiilor ce pot fi propuse acestora.

Pentru a păstra eficiența la nivelul companiei, Emitentul analizează fiecare magazin în parte, pentru a putea sesiza din timp anumite semnale de alarmă. De asemenea, în situația unor rezultate foarte bune, se analizează care ar putea fi elementele care le-au favorizat, pentru a încerca replicarea lor și în cazul altor unități din lanțul propriu de magazine.

În cazul magazinelor proprii, Emitentul urmărește profitabilitatea (contribuția) – un termen specific domeniului de retail, care definește profitul operațional al magazinului, precum și vânzarea/m².

Pentru realizarea acestor indicatori urmăriți de Emitent, sunt responsabili managerii de categorie, directorul comercial, precum și șefii de magazine, ASM-ii și directorii regionali.

ANALIZA BILANȚ

Activele totale au crescut cu 81% în 2021, determinată în primul rând de dublarea activelor imobilizate (creștere de 92% în 2021, până la 60,7 milioane de lei) și de o creștere de 74% a activelor circulante (până la 76,4 milioane de lei), și compensată de o scădere cu 28% a numerarului și echivalentelor de numerar, care au ajuns la 4,8 milioane de lei la sfârșitul anului 2021.

Activele imobilizate au crescut în principal datorită aprecierii cu 131% a imobilizărilor corporale, până la 52,8 milioane de lei, determinate de deschiderea de noi magazine MEGA în întreaga țară. Activele corporale au un grad de uzura specific activității derulate, în principal de birou, magazin și depozit.

Imobilizările financiare au scăzut cu 10%, ajungând la 7,2 milioane lei datorită restituirii garanției depuse pentru contractele magazinelor Mega-REWE și garanției licitației pentru locația Avicola Mihăilești, însumând 1,3 milioane de lei. Activele circulante s-au apreciat datorită creșterii cu 89% a stocurilor, care au ajuns la 33,3 milioane de lei, determinate de dimensiunea mai mare a afacerii, deschiderea de noi magazine în perioada analizată, precum și de decizia de a continua creșterea ofertei de produse disponibile în magazine precum și creșterea stocurilor la toate produsele. Creanțele s-au dublat și au ajuns la 38,3 milioane de lei, datorită dimensiunii mai mari a afacerii. Poziția casa și conturi la bănci a atins suma de 4,8 milioane lei, o scădere de 28% pe fondul investițiilor efectuate în T4 2021 în primul rând în creșterea stocurilor din magazine, precum și a investițiilor făcute în deschiderea de noi magazine MEGA.

Datoria totală a crescut cu 90%, de la 52,1 milioane de lei la 98,8 milioane de lei la sfârșitul anului 2021 și este determinată de investițiile semnificative efectuate, în principiu prin datorii pe termen lung, 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 de lei).

Datoriile curente au crescut cu 60%, până la 55,8 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la această categorie au reprezentat-o datoriile către furnizori care au crescut cu 65%, până la 22,3 milioane de lei, datorită concentrării companiei pe creșterea stocurilor. Datoriile bancare au crescut cu -192%, ajungând la 22 milioane lei și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au crescut cu 206%, până la 9,8 milioane de lei – aceste datorii reprezentând în primul rând subscrierile de acțiuni pentru majorarea capitalului social și alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii s-au majorat cu 193%, până la 3,3 milioane de lei datorită numărului mai mare de angajați la sfârșitul anului 2021 față de anul precedent. Impozitul pe venit s-a ridicat la 1,3 milioane de lei. Datoria pe termen lung a crescut cu 150%, la 43 milioane de lei, determinată de creșterea cu 192% a datoriei bancare, care a însumat 22,1 milioane de lei și a unei creșteri cu 124% a obligațiunilor corporative, care au crescut cu 10 milioane lei, până la 18,1 milioane de lei, datorită emisiunii de obligațiuni corporative a Agroland Agribusiness. Leasingul a crescut cu 77%, ajungând la 2,78 milioane lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 63%, de la 23,5 la 38,3 milioane de lei, această creștere fiind determinată în principal de o majorare cu 78%, până la 13,8 milioane de lei, a primelor de emisiuni aferente ofertelor de acțiuni AG și AAB și o creștere de 304% a capitalului subscris și vărsat, până la 4,8 milioane de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Active imobilizate	31.580.112	60.738.291	92%
Active circulante	44.003.150	76.377.299	74%
Casa și conturi la bănci	6.694.984	4.788.945	-28%
TOTAL ACTIV	75.583.262	137.115.591	81%
Datorii curente	34.826.525	55.800.569	60%
Datorii pe termen lung	17.230.888	42.992.631	150%
Total datorii	52.057.413	98.793.201	90%
Capitaluri proprii	23.525.850	38.322.391	63%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	75.583.263	137.115.591	81%

POLITICA DIVIDENDE

Compania recunoaște drepturile acționarilor de a fi remunerați sub formă de dividende, ca formă de participare la profiturile nete acumulate din exploatare precum și ca expresie a remunerării capitalului investit în Companie.

Agroland este o companie de creștere cu un potențial mare de dezvoltare, dar care are nevoie să investească semnificativ în extinderea rețelei de magazine. Asta înseamnă că îmbunătățirea

rezultatelor financiare este condiționată de accesul la capital pentru realizarea investițiilor necesare.

În consecință, Compania își propune să își recompenseze investitorii prin acordarea de acțiuni cu titlu gratuit, în urma capitalizării unei părți din profiturile nete acumulate de Companie. În acest mod, capitalul va fi păstrat de către companie și investit în activități și cheltuieli care urmăresc creșterea valorii afacerii, în timp ce investitorii vor fi recompensați, pentru contribuția lor, cu acțiuni gratuite.

Propunerea privind distribuirea dividendelor sub forma de acțiuni cu titlu gratuit, se va realiza de către Administratorul Unic al Companiei, iar hotărârea privind aprobarea distribuirii de dividende aparține Adunării Generale a Acționarilor, adoptată în condițiile legii.

În anii 2018 și 2019, a fost repartizat 64%, respectiv 0%, din profit sub forma de dividende. Conform politicii de dividende a Societății, pentru următorii 3 ani, având în vedere strategia de dezvoltare propusă, societatea nu are în vedere distribuita de dividende sub forma de numerar.

Astfel, în cadrul Hot. AGEA nr. 32 din data de 28.04.2021, publicată în Monitorul Oficial al României, partea a IV-a, nr. 2195/02.06.2021, s-a hotărât majorarea capitalului social cu suma de 3.531.177 RON, de la 1.177.059 RON până la 4.708.236 RON, din profitul de repartizat aferent anului 2020, prin emisiunea unui număr de 35.311.770 noi acțiuni cu valoare nominală de 0,1 RON/acțiune.

De asemenea, în funcție de nevoile de finanțare și planurile de dezvoltare, Societatea are în vedere derularea anuală de majorări de capital cu aport în numerar cu scopul de a susține ritmul rapid de creștere planificat.

PROPUNERE DE DISTRIBUIRE A PROFITULUI

În conformitate cu politica de dividende, ce prevede o abordare echilibrată, cu focus pe capitalizarea profiturilor, Emitentul are în vedere, cu titlu general, oportunitatea supunerii spre aprobare a distribuirii de dividende sau de acordare de acțiuni gratuite, dar pentru scopul AGOA ce are loc în data de 29.04.2022 propunerea cu privire la repartizarea profiturilor realizate este următoarea:

- rezerve legale: 350.883 lei;
- profit nedistribuit: 5.828.190 lei.

De asemenea, Emitentul supune votului acționarilor în cadrul AGOA menționată mai sus majorarea capitalului social cu suma de 3.625.341,8 lei, de la 5.179.059,60 lei până la 8.804.401,4 lei, prin emisiunea a 36.253.418 acțiuni noi cu valoare nominală de 0,1 lei per acțiune, din profitul de nerepartizat aferent anului 2020.

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI

BVC 2022

Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru anul 2022 prezentat mai jos include rezultatele preconizate a fi generate de Agroland Business System S.A. la nivel consolidat

ESTIMARE BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI 2022	SUMA [RON]
Vânzări nete	241.185.675
Reduceri oferite clienților	2.594.423
COGS (costul produselor vândute)	152.648.475
Marja brută	85.942.777
OPEX	65.248.255
EBITDA	20.694.522
EBIT	17.686.988
EBT	15.551.563
Profit net	13.063.313

În 2022, Compania are în vedere investiții totale de aproximativ 17 milioane de lei, axate pe deschiderea de noi magazine, extinderea afacerii avicole, modernizarea fabricii de furaje de la Caransebeș și dezvoltarea magazinului online.

Conceptul Agroland Mega

Pentru a veni în întâmpinarea creșterii cererii, atât că volum, cât și în privința diversificării gamei de produse (care se va tripla), Emitentul a 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 grădinăritul, creșterea animalelor de companie sau de expoziție.

În 2022, Compania are în plan deschiderea a încă 10 noi magazine Agroland MEGA în acest an și vizează o cifră de afaceri dublă generată de acestea comparativ cu anul 2021. În fiecare astfel de magazin vor fi create circa 8 noi locuri de muncă.

În plus, Compania își propune să deschidă și alte 10 noi magazine tradiționale Agroland.

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

Pentru ferma avicolă Mihăilești, Compania are în plan creșterea capacității de producție, deoarece majorarea prețurilor alimentelor va duce la volume mai mari de vânzări. Astfel, este avută în vedere mărirea capacității de producție a puilor de o zi până la o capacitate de 1.000.000 de ouă de incubație pe lună și creșterea capacității de producție ouă de consum la minimum

180.000 de ouă de consum pe zi. În 2022, Compania estimează o creștere cu 50% a veniturilor din această linie de business.

Producția puilor de o zi

În cadrul platformei Avicola Mihăilești, Emitentul dezvoltă producția de pui de o zi, unul dintre produsele cu vânzările 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. Emitentul a renunțat complet la 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.

Sustenabilitate

Compania are în vedere și demararea de proiecte de sustenabilitate, prin investiții în instalarea de panouri fotovoltaice și utilizarea de alte soluții de energie regenerabilă pentru magazinele, depozitele și fermele sale. Obiectivul pe termen mediu în această direcție este ca toate liniile de business ale Agroland să își reducă semnificativ amprenta de carbon prin utilizarea surselor proprii de energie verde, în timp ce reduce costurile cu energia.

RISCURI

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, afecta activitatea companiei. Piețele financiare internaționale au resimțit efectele crizei financiare mondiale declanșată în anul 2008. Aceste efecte s-au resimțit și pe piață 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 piață financiară internațională, cu implicații majore pe piață 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 dezvoltă 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 categoriile de produse în noile magazine cu accent pe produsele fără sezonalitate de exemplu produsele 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 afecta 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 valutilor 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 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.

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 perioadă 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 datorii 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 achiziționa 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 depresii care ar conduce la reduceri importante în activitatea economică și în prețul majorității activelor.

Risc privind carantina - În contextul pandemiei de COVID-19, există probabilitatea să fie implementată în Europa o nouă perioadă de carantină, inclusiv închiderea temporară de restaurante, hoteluri, cafenele, cluburi, centre comerciale, închiderea treptată a frontierelor, limitarea sau interzicerea circulației vehiculelor sau a persoanelor în/către anumite zone, inclusiv în orașele de activitate ale Grupului. Carantina ar putea fi implementată fie la nivel național, fie la nivel local, afectând magazinele situate în anumite județe sau regiuni care sunt supuse restricțiilor. O altă limitare ar putea fi legată de orele de funcționare a afacerii și de limitarea orelor în care magazinele pot funcționa. Orice astfel de restricție ar putea avea un impact negativ asupra afacerii.

Instabilitatea politică și militară din regiune - Instabilitatea politică și militară din regiune precum invadarea Ucrainei de către Federația Rusă și războiul ulterior din Ucraina, pot duce la condiții economice profund nefavorabile, tulburări sociale sau, în cel mai rău caz, confruntări militare în regiune. Efectele sunt în mare parte imprevizibile, dar pot include o scădere a

investițiilor, fluctuații semnificative ale valutei, creșteri ale ratelor dobânzilor, disponibilitate redusă de credit, fluxuri comerciale și de capital și creșteri ale prețurilor energiei. Aceste efecte și alte efecte adverse neprevăzute ale crizelor din regiune ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra afacerii, perspectivelor, rezultatelor operațiunilor și poziției financiare ale Emitentului.

Știri false (fake news) - Natura activității Emitentului industria în care își desfășoară activitatea, pot expune compania la pretenții legate de defăimare, diseminare de informații greșite sau farse de știri (denumite și „știri false” sau „fake news”), sau alte tipuri de conținut care pot dăuna, temporar sau pe termen lung, reputației afacerii. Compania poate fi, de asemenea, afectată negativ de acțiunile sau declarațiile diferitelor persoane, care acționează sub identități false sau neautentice, care pot disemina informații care sunt considerate a induce în eroare sau care intenționează să manipuleze opiniile despre companie. Orice astfel de situație poate duce potențial la o scădere a dorinței clienților de a cumpăra produsele Emitentului, ducând astfel la scăderea vânzărilor, precum și la o scădere a prețului instrumentelor financiare emise de către Emitent.

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	191.333.213	233.378.788	22%
Cifra de afaceri, din care:	188.737.970	217.465.338	15%
<i>Producția vândută</i>	3.238.306	21.892.563	576%
<i>Venituri din producția în curs de execuție</i>	1.180.819	3.561.973	202%
<i>Venituri din vânzarea mărfurilor</i>	193.867.823	204.048.408	5%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	8.368.160	8.475.634	1%
<i>Venituri din subvenții de exploatare</i>	1.120.000,00	2.066.055,00	84%
Alte venituri din exploatare	294.425	10.285.423	3393%
Cheltuieli din exploatare, din care:	178.297.242	221.216.779	24%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	3.635.810	19.569.663	438%
Alte cheltuieli materiale	667.983	540.494	-19%
Cheltuieli cu energia și apă	637.023	2.515.642	295%
Cheltuieli privind mărfurile	138.505.486	150.308.875	9%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	2.232.031	2.776.348	24%
Cheltuieli cu personalul	14.304.204	20.762.818	45%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	1.155.840	2.664.973	131%
Alte cheltuieli de exploatare	21.622.928	27.602.660	28%
Cheltuieli privind provizioanele	-	28.002	
Rezultat operațional	13.035.971	12.162.008	-7%
Venituri financiare	89.495	182.645	104%
Cheltuieli financiare	1.112.216	2.438.433	119%
Rezultat financiar	(1.022.722)	(2.255.789)	121%
Venituri totale	192.542.708	233.561.432	21%
Cheltuieli totale	179.409.459	223.655.213	25%
Rezultat brut	12.013.249	9.906.220	-18%
Impozitul pe profit/alte impozite	1.491.616	1.211.479	-19%
Rezultat net	10.521.633	8.694.741	-17%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Active imobilizate, din care:	31.580.112	60.738.291	92%
Imobilizări necorporale	722.583	766.617	6%
Imobilizări corporale	22.844.347	52.790.209	131%
Imobilizări financiare	8.013.183	7.181.466	-10%
Active circulante, din care:	44.003.150	76.377.299	74%
Stocuri	17.604.025	33.267.974	89%
Creanțe	19.704.141	38.320.380	94%
Casa și conturi la bănci	6.694.984	4.788.945	-28%
TOTAL ACTIV	75.583.262	137.115.591	81%
Datorii curente, din care:	34.826.525	55.800.569	60%
Datorii bancare	16.716.761	18.948.211	13%
Impozit	261.284	1.369.773	424%
Furnizori terți	13.510.005	22.337.762	65%
Salarii și impozite pe salarii	1.136.805	3.332.038	193%
Alte datorii pe termen scurt	3.201.669	9.812.784	206%
Datorii pe termen lung, din care:	17.230.888	42.992.631	150%
Datorii bancare	7.584.566	22.133.165	192%
Obligațiuni corporative	8.080.300	18.080.300	124%
Leasing	1.566.022	2.779.166	77%
Total datorii	52.057.413	98.793.201	90%
Capitaluri proprii, din care:	23.525.850	38.322.391	63%
Capital subscris și vărsat	1.177.459	4.757.936	304%
Prime de capital	7.768.596	13.821.096	78%
Rezerve legale	235.812	615.053	161%
Profitul sau pierderea reportată	3.857.663	10.812.806	180%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	10.521.632	8.694.741	-17%
Repartizarea profitului	35.312	379.241	974%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	75.583.263	137.115.591	81%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	167.911.819	196.168.858	17%
Cifra de afaceri, din care:	165.369.049	180.689.545	9%
<i>Producția vândută</i>	3.395.967	22.647.850	567%
<i>Venituri din producția în curs de execuție</i>	1.180.819	3.561.973	202%
<i>Venituri din vânzarea mărfurilor</i>	166.615.986	160.088.982	-4%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	4.642.904	2.047.287	-56%
<i>Venituri din subvenții de exploatare</i>	1.120.000	1.340.130	20%
Alte venituri din exploatare	241.951	10.577.210	4272%
Cheltuieli din exploatare, din care:	157.144.297	186.975.617	19%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	3.504.090	19.372.453	20%
Cheltuieli cu energia și apă	553.714	2.369.367	19%
Cheltuieli privind mărfurile	122.896.419	119.654.366	453%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	664.069	414.630	-24%
Cheltuieli cu personalul	10.873.375	17.106.137	57%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	904.061	2.206.052	144%
Alte cheltuieli de exploatare	18.464.115	26.188.551	42%
Cheltuieli privind provizioanele	-	28.002	-
Rezultat operațional	10.767.522	9.193.241	-15%
Venituri financiare	87.843	177.412	102%
Cheltuieli financiare	1.078.740	2.353.000	118%
Rezultat financiar	(990.897)	(2.175.588)	120%
Venituri totale	167.999.662	196.346.270	17%
Cheltuieli totale	158.223.037	189.328.617	20%
Rezultat brut	9.776.625	7.017.653	-28%
Impozitul pe profit/alte impozite	1.142.174	838.580,00	-27%
Rezultat net	8.634.451	6.179.073	-28%

BILANȚ INDIVIDUAL

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Active imobilizate, din care:	30.302.032	56.130.116	85%
Imobilizări necorporale	694.430	692.221	0%
Imobilizări corporale	18.849.101	45.540.257	142%
Imobilizări financiare	10.758.501	9.897.638	-8%
Active circulante, din care:	35.261.997	58.967.479	67%
Stocuri	14.027.344	29.692.422	112%
Creanțe	16.210.106	26.351.272	63%
Casa și conturi la bănci	5.024.547	2.923.785	-42%
TOTAL ACTIV	65.564.029	115.097.595	76%
Datorii curente, din care:	29.465.608	50.750.586	72%
Datorii bancare	16.716.761	18.948.211	13%
Impozit	80.712	1.209.505	1.399%
Furnizori terți	8.799.115	18.131.728	106%
Salarii și impozite pe salarii	944.364	3.011.301	219%
Alte datorii pe termen scurt	2.924.656	9.449.841	223%
Datorii pe termen lung, din care:	14.288.051	36.357.567	154%
Datorii bancare	5.155.085	16.215.116	215%
Obligațiuni corporative	8.080.300	8.080.300	0%
Datorii către afiliați	0	9.590.000	0%
Leasing	1.052.666	2.472.151	135%
Total datorii	43.753.659	87.108.153	99%
Capitaluri proprii, din care:	21.810.370	27.989.443	28%
Capital subscris și vărsat	1.177.059	4.708.236	300%
Prime de capital	7.768.596	7.768.596	0%
Rezerve legale	235.412	586.295	149%
Profitul sau pierderea reportată	4.030.164	9.098.126	126%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	8.634.451	6.179.073	-28%
Repartizarea profitului	35.312	350.883	894%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	65.564.029	115.097.595	76%

CASH-FLOW INDIVIDUAL

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31.12.2020	31.12.2021
<u>Activități de exploatare</u>		
Profitul net	8.634.451	6.179.073
Amortizare	904.061	2.206.052
Cheltuiala cu impozitul pe profit	1.142.174	838.580
Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii	10.680.686	9.223.705
(Creștere)/Descreșterea creanțelor	(2.119.756)	(10.141.166)
(Creștere)/Descreșterea stocurilor	(8.698.535)	(15.665.078)
(Creștere)/Descreșterea datorii în avans	(203.476)	-
Creșterea/(descreșterea) datorii comerciale și alte datorii	(3.533.091)	21.284.978
Numerar generat din exploatare	(3.874.172)	4.702.438
Dividende plătite	(325.000)	-
Impozit pe profit plătit	(1.142.174)	(838.580)
Numerar net din activități de exploatare	(5.341.346)	3.863.858
<u>Activități de investiții</u>		
Achizițiile de imobilizări	(9.556.285)	(28.034.136)
Numerar net utilizat în activități de investiții	(9.556.285)	(28.034.136)
<u>Activități de finanțare</u>		
Încasări din creșterea capitalului social	7.945.155	-
Încasări din împrumuturi	9.574.365	22.069.516
Numerar net din activități de finanțare	17.519.520	22.069.516
Creșterea numerarului și echivalentului de numerar	2.621.889	(2.100.761)
Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei	2.402.658	5.024.547
Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei	5.024.547	2.923.786

PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ

Declarația privind alinierea la principiile de Guvernare Corporativă ale BVB pentru sistemul multilateral de tranzacționare – piața AeRO.

COD	PREVEDERI CARE TREBUIE RESPECTATE	RESPECTĂ INTEGRAL	NU RESPECTĂ	EXPLICATII
SECȚIUNEA A – RESPONSABILITĂȚILE CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE (CONSILIUL)				
A1.	Compania trebuie să dețină un regulament intern al Consiliului care să includă termeni de referință cu privire la Consiliu și la funcțiile de conducere cheie ale companiei. Administrarea conflictului de interese la nivelul Consiliului trebuie, de asemenea, să fie tratat în regulamentul Consiliului			Nu se aplică – compania este administrată de Administrator Unic.
A2.	Orice alte angajamente profesionale ale membrilor Consiliului, inclusiv poziția de membru executiv sau neexecutiv al Consiliului în alte societăți (excluzând filiale ale societății) și instituții non-profit, vor fi aduse la cunoștința Consiliului înainte de numire și pe perioada mandatului.	√		Emitentul respectă pe deplin această prevedere. Toate angajamentele profesionale ale Administratorului Unic pot fi găsite și în raportul anual al companiei.
A3.	Fiecare membru al Consiliului va informa Consiliul cu privire la orice legătură cu un acționar care deține direct sau indirect acțiuni reprezentând nu mai puțin de 5% din numărul total de drepturi de vot. Această obligație are în vedere orice fel de legătură care poate afecta poziția membrului respectiv pe aspecte ce țin de decizii ale Consiliului.			Nu se aplică – compania este administrată de Administrator Unic.
A4.	Raportul anual va informa dacă a avut loc o evaluare a Consiliului sub conducerea președintelui. Raportul anual trebuie să conțină numărul de ședințe ale Consiliului.			Nu se aplică – compania este administrată de Administrator Unic.
A5.	Procedura privind cooperarea cu Consultantul Autorizat pentru o perioadă în care această cooperare este aplicabilă va conține cel puțin următoarele:	√		Emitentul a semnat un contract privind prestarea de servicii de Consultant Autorizat, post-listare, pentru o perioadă de 12 luni.
A5.1.	Persoană de legătură cu Consultantul Autorizat	√		
A5.2.	Frecvența întâlnirilor cu Consultantul Autorizat, care va fi cel puțin o dată pe lună și ori de câte ori evenimente sau informații noi implică transmiterea de rapoarte curente sau periodice, astfel încât Consultantul Autorizat să poată fi consultat;	√		

A.5.3.	Obligația de a informa Bursa de Valori București cu privire la orice disfuncționalitate apărută în cadrul cooperării cu Consultantul Autorizat, sau schimbarea Consultantului Autorizat.	✓		
SECȚIUNEA B – CONTROLUL / AUDITUL INTERN				
B1.	Consiliul va adopta o politică astfel încât orice tranzacție a companiei cu o filială reprezentând 5% sau mai mult din activele nete ale companiei, conform celei mai recente raportări financiare, să fie aprobată de Consiliu.			Emitentul nu a avut implementată o astfel de politică în cursul anului 2021.
B2.	Auditul intern trebuie să fie realizat de către o structură organizatorică separată (departamentul de audit intern) din cadrul companiei sau prin serviciile unei terțe părți independente, care va raporta Consiliului, iar, în cadrul companiei, îi va raporta direct Directorului General.		✓	În 2021, Agroland Business System nu a avut auditor intern.
SECȚIUNEA C – RECOMPENSE ECHITABILE ȘI MOTIVARE				
C1.	Compania va publica în raportul anual o secțiune care va include veniturile totale ale membrilor Consiliului și ale directorului general și valoarea totală a tuturor bonusurilor sau a oricăror compensații variabile, inclusiv ipotezele cheie și principiile pentru calcularea acestora.		✓	Emitentul nu a inclus aceste informații în cadrul raportului anual.
SECȚIUNEA D – CONSTRUIND VALOARE PRIN RELAȚIA CU INVESTITORII				
D1.	Suplimentar față de informațiile prevăzute în prevederile legale, pagina de internet a companiei va conține o secțiune dedicată Relației cu Investitorii, atât în limba română cât și în limba engleză, cu toate informațiile relevante de interes pentru investitori, incluzând:	✓		Agroland Business System respectă toate regulile referitoare la funcția IR, așa cum este detaliat mai jos. Compania are o secțiune dedicată pentru relații cu investitorii pe site-ul www.agroland.ro .
D1.1	Principalele regulamente ale companiei, în particular actul constitutiv și regulamentele interne ale organelor statutare	✓		Regulamentele cheie ale Agroland Business System pot fi găsite pe site-ul emitentului.
D1.2	CV-urile membrilor organelor statutare;	✓		CV-urile și biografiile personalului din conducerea companiei pot fi găsite pe site-ul Agroland Business System precum și în rapoartele anuale.
D1.3	Rapoartele curente și rapoartele periodice;	✓		Toate rapoartele curente și periodice ale Agroland Business System sunt disponibile pe site-ul emitentului.
D1.4	Informații cu privire la adunările generale ale acționarilor: ordinea de	✓		Toate informațiile legate de AGA Agroland Business

	zi și materialele aferente; hotărârile adunărilor generale;			System sunt disponibile pe site-ul emitentului.
D1.5	Informații cu privire la evenimente corporative precum plata dividendelor sau alte evenimente care au ca rezultat obținerea sau limitări cu privire la drepturile unui acționar, incluzând termenele limită și principiile unor astfel de operațiuni;	✓		Dacă este cazul, aceste informații vor fi publicate de companie pe site-ul Agroland Business System, precum și printr-un raport curent trimis către BVB.
D1.6	Alte informații de natură extraordinară care ar trebui făcute publice: anularea/ modificarea/ inițierea cooperării cu un Consultant Autorizat; semnarea/ reînnoirea/ terminarea unui acord cu un Market Maker.	✓		Dacă este cazul, aceste informații vor fi publicate de companie pe site-ul Agroland Business System, precum și printr-un raport curent trimis către BVB.
D1.7	Compania trebuie să aibă o funcție de Relații cu Investitorii și să includă în secțiunea dedicată acestei funcții, pe pagina de internet a companiei, numele și datele de contact ale unei persoane care are capacitatea de a furniza, la cerere, informațiile corespunzătoare	✓		Datele de contact pentru departamentul de IR al Agroland Business System pot fi găsite pe site-ul companiei, la secțiunea „Investitori”.
D2.	Compania trebuie să aibă adoptată o politică de dividend a societății, ca un set de direcții referitoare la repartizarea profitului net, pe care compania declară că o va respecta. Principiile politicii de dividend trebuie să fie publicate pe pagina de internet a companiei.	✓		Politica de dividend a companiei este disponibilă pe site-ul Agroland Business System, la secțiunea „Investitori”.
D3.	Compania trebuie să aibă adoptată o politică cu privire la prognoze și dacă acestea vor fi furnizate sau nu. Prognozele reprezintă concluziile cuantificate ale studiilor care vizează determinarea impactului total al unei liste de factori referitori la o perioadă viitoare (așa-numitele ipoteze). Politica trebuie să prevadă frecvența, perioada avută în vedere și conținutul prognozelor. Prognozele, dacă sunt publicate, vor fi parte a rapoartelor anuale, semestriale sau trimestriale. Politica cu privire la prognoze trebuie să fie publicată pe pagina de internet a societății.	✓		Politica Agroland Business System privind prognozele este disponibilă pe site-ul companiei, la secțiunea „Investitori”.
D4.	Compania trebuie să stabilească data și locul unei adunări generale astfel încât să permită participarea unui număr cât mai mare de acționari.	✓		Agroland Business System organizează și va continua să organizeze AGA în zile lucrătoare, în București, precum și online.
D5.	Rapoartele financiare vor include informații atât în română cât și în engleză, cu privire la principalii factori care influențează schimbări la nivelul vânzărilor, profitului	✓		Agroland Business System emite toate informațiile pentru investitori, inclusiv rapoarte financiare, în mod bilingv, în engleză și în România.

	operațional, profitului net sau orice alt indicator financiar relevant.		
D6.	Compania va organiza cel puțin o întâlnire/ conferință telefonică cu analiști și investitori, în fiecare an. Informațiile prezentate cu aceste ocazii vor fi publicate în secțiunea relații cu investitorii de pe pagina de internet a societății, la momentul respectivei întâlniri/ conferințe telefonice.	√	Agroland Business System organizează cel puțin o dată pe an „Ziua Investitorului Agroland” - eveniment la care sunt invitați toți stakeholderii, inclusiv investitori, analiști și reprezentanți mass-media.

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 29 martie 2022

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultate financiare auditate pentru perioada cuprinsă între 01.01.2021 și 31.12.2021 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 2021 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoso

Agroland Business System S.A.