



RAPORT T1 2022



Agroland Business System S.A.

Companie listată la Bursa de Valori București

Simbol: acțiuni **AG** / obligațiuni **AGR25**

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	3
MESAJ DE LA CEO	4
DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM	6
EVENIMENTE CHEIE ÎN T1 2022 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE	8
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	15
BILANȚ	16
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	17
DECLARAȚIA CONDUCERII	18

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

INFORMAȚII EMITENT

INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT FINANCIAR

Tipul raportului	Raport Trimestrial pentru T1 2022
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 31.03.2022
Data publicării raportului	27.05.2022
Conform	Anexa 13 la Regulamentul ASF 5/2018

INFORMAȚII DESPRE EMITENT

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

INFORMAȚII DESPRE VALORILE MOBILIARE

Capital subscris și vărsat	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 / 0256 247 435
Email	investitor@agroland.ro
Website	www.agroland.ro

Situațiile financiare interimare consolidate la 31 martie 2022 prezentate în paginile următoare sunt **neauditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Bine ați venit la raportul Agroland Business System pentru primul trimestru al anului 2022.

Rezultatele generate de grupul nostru în această perioadă sunt unele pozitive, fapt care ne mulțumește, cu atât mai mult cu cât primele trei luni ale anului 2022 au reprezentat un context mai puțin favorabil, influențat de conflictul geopolitic, inflația ridicată, creșterea prețurilor la energie, dar și de criza agroalimentară complementară. În T1 2022, am menținut ritmul de creștere la nivel de venituri, întrucât acestea au crescut cu 21% comparativ cu T1 2021, în linie cu dinamica înregistrată în anul 2021 (+22% 2021 vs. 2020), ajungând la 66,8 milioane de lei.

Totodată, în ceea ce privește profitabilitatea, aceasta a crescut în T1 2022 cu 31% față de T1 2021, depășind astfel semnificativ evoluția înregistrată în 2021, când profitul net era în scădere față de 2020. În ciuda prețurilor galopante, ne bucurăm că în T1 2022 cheltuielile au crescut cu 1% sub venituri. Din punct de vedere financiar, am încheiat T1 2022 cu un rezultat net de 1,6 milioane de lei, față de 1,2 milioane de lei în T1 2021. Până la acest moment, am reușit să transferăm toate creșterile de preț la clienții finali, operațiune pe care mulți retaileri nu au reușit să o realizeze. Prin urmare, așa cum reiese și din rezultatele financiare, marjele nete ale produselor noastre nu au avut de suferit. De asemenea, este evident faptul că maturitatea la care ajung unele dintre magazinele noastre MEGA contribuie semnificativ la această evoluție pozitivă, astfel că ne așteptăm ca rezultatul net să continue să crească odată cu dezvoltarea rețelei MEGA.

În acest sens, în primele trei luni ale anului 2022 am continuat investițiile în vederea creșterii Agroland Business System – suntem bucuroși că am deschis trei noi magazine MEGA, în Pașcani, Huși și Timișoara, în piața noastră de origine, crescând numărul total de magazine la 19 locații. Pentru 2022, obiectivul nostru este de a ajunge la un total de 25 de magazine MEGA, care estimăm că vor ajunge la maturitate până în anul 2024. De la începutul anului, am inaugurat și 4 magazine tradiționale – în Costești, Dorohoi, Valu lui Traian și Recaș. Ne bucurăm că am atins și o etapă importantă cu privire la lansarea unui nou website, www.agroland.ro, care credem că va deveni un important vector de vânzări în următorii ani.

Extinderea rețelei MEGA începe să aibă un impact semnificativ asupra rezultatelor noastre, și, în acest context, doresc să evidențiez faptul că în T1 2022, am primit peste 187.000 de clienți în magazinele noastre, iar din toate canale de vânzare (tradiționale, MEGA, online și prin francizați), magazinele MEGA au avut cea mai mare contribuție, de peste 93.000 de clienți, pentru al doilea trimestru consecutiv, depășind performanța magazinelor tradiționale. Aceste rezultate sunt cea mai bună dovadă că modelul nostru de afaceri funcționează și că magazinele MEGA vor reprezenta principala sursă de trafic, precum și de venituri, pe măsură ce rețelele noastre continuă să crească, urmărind să devenim retailerul preferat al românilor pentru grădinărit, hobby farming și produse pentru animale de companie.

Performanța din T1 2022, precum și criza alimentară în care ne regăsim astăzi contribuie la creșterea afacerii în cursul anului 2022. Avicola Mihăilești este perfect poziționată pentru a servi piața locală și a-și crește poziția. Conceptul nostru bazat pe economie circulară și ouă nemodificate genetic are un potențial uriaș de creștere pe piața locală și, având în vedere calitatea ouălor comerciale, încurajez toți acționarii noștri să le încerce. În acest context, ne bucurăm că, în afară de Lidl, ouăle produse de noi vor fi disponibile în curând și la un alt lanț internațional important de supermarketuri, cu prezență în toată țara.

Credem foarte mult în viitorul producției interne de alimente și în economia circulară. Prin urmare, ne aflăm într-un proces de investiție în mărirea capacității de producție, iar din calculele noastre, ne vom poziționa în primii 3-5 producători de ouă de consum din România. În acest an, vom



realiza o investiție de aproximativ 800.000 de euro în mărirea capacității, de la 150.000 de găini ouătoare la 200.000 de găini ouătoare, susținută din fonduri proprii. Pentru 2022, vizăm venituri de 12,5 milioane de lei din vânzarea de ouă comerciale, o creștere de 30% față de anul 2021 și o creștere de 60% a vânzărilor de pui de o zi produși pe platforma de la Mihailești, care se estimează că vor ajunge anul acesta la 10 milioane de lei.

În ceea ce privește economia circulară, asigurarea producției locale este crucială nu numai pentru mediu, prin reducerea amprente de carbon, dar și pentru a ajuta economiile să devină independente de aprovizionarea transfrontalieră și să atenueze riscurile cauzate de perturbări sau dezastre naturale, această abordare a producției la nivel local (alimente, energie, etc.) având un potențial critic important. De asemenea, lanțurile de aprovizionare mai scurte fac parte din strategia de adaptare la climă și, din păcate, România este departe de ameliorarea acestei situații, întrucât, în prezent, peste 50% din alimentele comercializate în țara noastră sunt importate. Astfel, la începutul acestei săptămâni am convocat Adunarea Generală a Acționarilor, care va avea loc la Timișoara pe 27 iunie, cu scopul principal de a achiziționa Fabrica de Nutrețuri Combinate, împreună cu activele aferente, aceasta fiind situată în Caransebeș, județul Caraș-Severin, cu un preț de achiziție de 950.000 de euro fără TVA. Activitatea fabricii de nutrețuri combinate este fundamentală pentru activitatea noastră deoarece aceasta va asigura livrarea de furaje pentru găinile din ferma Avicola Mihăilești. De asemenea, pe agenda Adunării se află și aprobarea obținerii a două facilități de credit cu o valoare totală de 9,2 milioane de lei, inclusiv pentru finanțarea activității curente a Avicola Mihăilești și achiziția de cereale din recolta nouă pentru fabrica de la Caransebeș.

Încă de la începutul acestui an am fost foarte vocal în legătură cu criza alimentară, pe care deja o traversăm, situație provocată de criza de cereale și de criza energetică, ambele accelerate și amplificate de conflictul din Ucraina. În țara noastră, criza alimentară se manifestă deja prin creșterea continuă de prețuri, care nu va înceta, cel mai probabil, până la sfârșitul anului 2023. De asemenea, este posibil ca în România să existe perturbări în ceea ce privește aprovizionarea cu produsele importate, toate țările europene confruntându-se cu probleme de producție.

Una dintre principalele provocări ale pieței în viitorul apropiat va fi accentuarea deficitului de cereale la nivel global, în primul rând din cauza lipsei fertilizanților pentru agricultură (65% provin din Rusia și Belarus, aflate sub sancțiuni). Accentuarea crizei energetice va duce, pe lângă creșteri majore de prețuri la alimente, și la închiderea unor producători care nu vor face față impactului, fapt care va cauza lipsa anumitor produse de pe rafturile magazinelor. Din acest punct de vedere, noi suntem pregătiți pentru a beneficia de acest context prin Agroland Agribusiness. După cum mulți dintre voi ați văzut deja în raportul pe care l-am publicat la începutul acestei săptămâni, care conține rezultatele AAB pentru T1 2022, performanța Agroland Agribusiness a înregistrat o creștere de trei cifre de la începutul anului și ne așteptăm să fie un an foarte bun și pentru divizia noastră de Agribusiness.

Revenind la Agroland Business System, compania se află în plin proces de dezvoltare și mă bucur că în Adunarea Generală a Acționarilor din luna aprilie a acestui an ați aprobat numirea Consiliului de Administrație, din care vor face parte Leonard Leca, Gyorgy Ovari, precum și eu. În numele Consiliului de Administrație nou-înființat, aș dori să vă mulțumesc tuturor pentru încredere și așteptăm cu nerăbdare să lucrăm împreună pentru a face din Agroland unul dintre cei mai mari jucători de retail din piața locală. În ceea ce privește parcursul nostru în piața de capital, primim constant întrebări legate de transferul nostru către Piața Principală. În prezent, ne aflăm în proces de transferare a situațiilor financiare la IFRS și de selectare a auditorului care ne va sprijini în activitatea noastră pe Piața Principală. De îndată ce vom avea actualizări, vom informa acționarii cu privire la detaliile legate de proces. De asemenea, așteptăm cu nerăbdare să discutăm orice aspecte cu dumneavoastră, la Timișoara, la AGA, care va avea loc pe 27 iunie!

Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în T1 2022 în paginile următoare. În cazul oricăror întrebări legate de activitatea noastră de la începutul anului, fie că este vorba despre afaceri sau de piața de capital, vă rugăm să nu ezitați să ne contactați la **investors@agroland.ro**.

Horia Cardoș

DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM

Agroland Business System S.A. a fost fondată în 2009 la Timișoara, de către antreprenorul Horia Cardoș ca o societate cu răspundere limitată, având ca obiect de activitate comerțul cu amănuntul în magazine specializate cu produse pentru grădina, fermă și animale de companie. Compania Agroland și-a început activitatea prin vânzarea de produse pentru micii fermieri, de la furaje, echipamente și pui de o zi, ajungând să fie astăzi cel mai mare furnizor pentru zona de hobby farming.

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

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

O altă linie de business dezvoltată de companie este aceea de fitofarmacii. Astfel, în anul 2018, pornind de la un sondaj realizat la nivelul clienților existenți, în urma căruia între 25% și 40% dintre aceștia erau interesați ferm de produse de fitofarmacie, s-a decis dezvoltarea segmentului de fitofarmacii.

Inițial, compania Agroland a mers pe strategia de a deschide magazine proprii însă, profitând de notorietatea câștigată, a luat decizia dezvoltării de noi magazine în sistem de franciză. În urma acestei decizii strategice, numărul de magazine deținute de Emitent a crescut într-un ritm accelerat. Astfel, în anul 2011, Agroland deținea deja 100 de magazine, ajungând ca în 2014 să fie inaugurat magazinul cu numărul 200. Din acest moment, Emitentul și-a concentrat resursele pe îmbunătățirea calității partenerilor francizați și pe creșterea vânzărilor din fiecare magazin existent. Numărul total de magazine ale companiei Agroland a evoluat constant în timp, ajungând la 249, la 31 martie 2022.

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

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

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

Business System S.R.L. în societăți de sine stătătoare, precum Agroland Agribusiness S.A., Agroland Professional Farm S.R.L. și Agroland Megastore S.R.L..

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

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

EVENIMENTE CHEIE ÎN T1 2022 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

În T1 2022, Agroland Business System a deschis un nou magazin MEGA, în Pașcani. Alte două magazine au fost deschise după închiderea perioadei de raportare.

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
Mega Pașcani -Pașcani, str. Moldovei 17 bis, jud. Iași, al 17-lea deschis în cadrul proiectului Mega	31.03.2022	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2023	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	8 locuri
Mega Huși , Zona 1 Huși, județul Vaslui, al 18-lea deschis în cadrul proiectului Mega	05.05.2022	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2023	100.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	6 locuri
Mega Timișoara , Calea Buziașului -Timișoara, str. Chimistilor nr. 2 și 5-9, jud. Timiș, Centrul Comercial Funshop Park Timișoara, al 19-lea deschis în cadrul proiectului Mega	12.05.2022	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 1.000.000 euro pentru anul 2023	200.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă.	8 locuri

În plus, Compania a deschis alte 4 magazine tradiționale – în Costești, Dorohoi, Valu lui Traian și Recaș.

FINALIZAREA CU SUCCES A OPREAȚIUNII DE MAJORARE A CAPITALULUI 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 14,7 milioane de lei de la investitori.

LANSARE WEBSITE NOU

În data de **12 ianuarie**, Agroland a lansat noul website, www.agroland.ro care unește fostul website corporate, www.agroland.ro și platforma de e-commerce www.shop-agroland.ro. Noul site are un format user-friendly, cu upgrade al interfeței și informații practice.

PUBLICARE BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI PENTRU 2022

În data de **10 februarie**, 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 a fost aprobat de acționarii AG în Adunarea Generală Ordinară anuală a Acționarilor, care a avut 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**, 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 de euro, 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.

PLATA CUPON NR. 4 LA OBLIGAȚIUNILE AGR25

În data de **10 martie**, Agroland Business System a efectuat plata cuponului nr. 4 în valoare de 4,4630 lei brut pe obligațiune, aferent obligațiunilor emise în data de 10 martie 2020, având ca simbol de tranzacționare AGR25. Plata a fost efectuată prin intermediul Depozitarului Central către deținătorii de obligațiuni înregistrați în Registrul Obligațiilor la data de referință 24 februarie 2022.

Obligațiunile emise de Agroland Business System S.A. sunt tranzacționate în cadrul Sistemului Multilateral de Tranzacționare administrat de Bursa de Valori București, începând cu data de 16 iunie 2020, sub simbolul AGR25.

AGEA ȘI AGOA DIN DATA DE 29.04.2022

În data de **29 aprilie** au avut loc Adunările Generale Extraordinară și Ordinară ale Acționarilor Companiei. Cvorumul legal și statutar aferent adunării a fost constituit la prima convocare.

Punctele cheie aprobate în cadrul celor două adunări au fost:

- (i) Prelungirea mandatului auditorului financiar EXPERT IGNEA NICOLAE S.R.L. până la data de 30.04.2023;
- (ii) Numirea unui Consiliu de Administrație format din domnii Horia-Dan Cardoș (Președinte Consiliu de Administrație), Leonard Leca și Gyorgy Ovari;
- (iii) Majorarea capitalului social cu suma de 3.625.341,8 lei din profitul de nerepartizat aferent anului 2020. Repartizarea acțiunilor nou emise se va face în proporție de 7 acțiuni gratuite la 10 acțiuni deținute.
- (iv) Aprobarea admiterii la tranzacționare a acțiunilor Companiei pe piața reglementată administrată de Bursa de Valori București;
- (v) Emiterea unor obligațiuni cu o valoare nominală maximă totală de 20 milioane de lei, cu o dobândă maximă de 12% și cu o scadență de minim 3 ani și maxim 7 ani, în una sau mai multe emisiuni/tranșe, precum și vânzarea acestora prin metoda plasamentului privat și admiterea la tranzacționare a obligațiunilor emise în cadrul sistemului multilateral de tranzacționare al Bursei de Valori București;
- (vi) Aprobarea răscumpărării de către Companie a propriilor acțiuni în cadrul pieței unde acțiunile sunt listate sau prin desfășurarea de oferte publice de cumpărare, cu scopul de a implementa planul de recompensare a persoanelor cheie din Societate – SOP aprobat prin Hotărârea AGEA nr. 25/04.11.2020, condițiile de răscumpărare fiind stabilite în cadrul hotărârii AGEA;
- (vii) Aprobarea unor acțiuni în vederea majorării participației Companiei până la maxim 60% din capitalul social al Agroland Agribusiness S.A., prin orice mijloc considerat oportun de Consiliul de administrație, căruia i se acordă putere discreționară în privința alegerii prețului și momentului achizițiilor.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 31 martie 2022, Grupul Agroland a operat 249 de magazine, cu 17 magazine nete mai mult decât la sfârșitul T1 2021. Numărul magazinelor MEGA la sfârșitul T1 2022 a fost de 17 unități în România. La 31 martie 2022, suprafața totală a celor 17 magazine MEGA a atins suprafața de 8.255 mp, față de suprafața de 17.500 mp pentru magazinele tradiționale.

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 2022, Agroland se așteaptă să ajungă la 25 de magazine MEGA în toată România.

Magazine	31.03.2021	31.03.2022	Δ %
Tradițional	223	232	4%
MEGA	9	17	89%
Total magazine	232	249	7%

Performanța tuturor magazinelor proprii (*all stores, incluzând performanța magazinelor MEGA*) a crescut semnificativ în T1 2022, ajungând la 12.2 milioane de lei, plus 42% față de T1 2021. Numărul de clienți a crescut 54%, ajungând la peste 187 mii de clienți care au vizitat magazine Agroland Traditional și MEGA în primul trimestru al anului - 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. Valoare medie a bonului fiscal a scăzut cu 7%, ajungând la 65 de lei.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând performanța magazinelor MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	8.601.807	12.222.109	42%	122.025	187.356	54%	70	65	-7%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores, excluzând performanța magazinelor MEGA*) a scăzut cu 10% în T1 2022 vs T1 2021, vânzările nete au ajuns la 6,9 milioane de lei, numărul de clienți a scăzut cu 6% (aproape 84.5 mii de clienți pentru magazine Agroland Traditional în T1 2022) iar valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 4%, ajungând la 82 de lei. Deoarece în 2021 și 2022 s-au închis magazine tradiționale și s-au deschis magazine MEGA în aceleași localități, performanța totală a magazinelor tradiționale este în scădere iar partea de vânzări pierdute a fost recuperată prin vânzări în creștere în cadrul magazinelor MEGA.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (excluzând performanța magazinelor MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	7.702.919	6.914.213	-10%	90.028	84.416	-6%	86	82	-4%

O parte din veniturile care în 2020 și 2021 au fost livrate de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA în T1 2022 a crescut semnificativ, cu 173%, până la 5,4 milioane de lei. Aspect foarte important este ca în T1 2022, 17 magazine MEGA deschise au atras mai mult clienți decât toate magazine tradiționale – 93.5 mii de clienți în T1 2022, o creștere de 148% față de T1 2021. Valoarea media a bonului fiscal este în continuare în creștere, ajungând la 58 de lei pentru T1 2022. Cu toate acestea, este important de subliniat că nu toate magazinele MEGA au atins încă maturitatea deplină – 7 magazine au fost deschise între T2 2021 și T1 2022, așa că nu a trecut încă 1 an de la inaugurarea magazinelor.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	1.993.305	5.442.671	173%	37.708	93.354	148%	53	58	10%

Vânzările online au înregistrat o scădere minoră de 2%, ajungând la 1,2 milioane de lei în T1 2022, numărul clienților a scăzut cu 11%, până la 7 mii de clienți, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 11%, până la 179 de lei. Scăderea minoră a vânzărilor online se datorează faptului că departamentul Online s-a reorganizat și s-a mutat într-o locație nouă cu un nou sistem informatic performant, reorganizarea și mutarea desfășurându-se pe parcursul unei perioade de trei săptămâni în care nu s-au generat venituri.

VÂNZĂRI ONLINE

	Vânzări			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	1.257.617	1.237.960	-2%	7.784	6.906	-11%	162	179	11%

Vânzările francizaților au înregistrat, de asemenea, o scădere minoră, de 2% față de T1 2021, cu vânzări nete totale de 30,2 milioane lei în T1 2021. Scăderea vânzărilor francizaților a fost cauzată de vremea nefavorabilă din luna martie, fiind înregistrate temperaturi mult mai scăzute decât cele obișnuite pentru această perioadă, sezonul fiind decalat cu o lună.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI

	2021	2020	Δ%
T1	30.846.512	30.230.043	-2%

CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri combinată, împărțită pe tip de produs vândut în T1 2022 comparativ cu performanța din T1 2021 este prezentată mai jos. Vă rugăm să rețineți că cifrele de mai jos prezintă vânzările totale, combinate, **neconsolidate**.

Category	31.03.2021	31.03.2022	Δ%
Furaje & concentrate	19.454.651	18.382.672	-6%
Input (AAB)	12.912.283	18.289.586	42%
Pui	14.871.397	12.153.117	-18%
Produse <i>pet food</i>	4.262.814	6.565.774	54%
Agricole	3.630.780	3.985.451	10%
Food	2.235.424	3.364.394	51%
Ferme	1.464.446	3.059.379	109%
Echipamente	2.525.017	2.266.720	-10%
Aditivi	2.075.742	1.837.473	-11%
Altele	644.093	1.023.750	59%
Reduceri	5.526.876	4.586.556	-17%
Total CA	58.549.770	66.341.760	13%

În T1 2022, cea mai mare creștere în valoare absolută a fost înregistrată la nivelul inputurilor (reprezintă cifra de afaceri generată de Agroland Agribusiness), care au crescut cu 42%, ajungând la 18,3 milioane de lei (pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți raportul AAB – Raport T1 2022 disponibil [AICI](#)). Produsele pet-food au înregistrat o creștere de 54%, ajungând la 6,6 milioane de lei, în timp vânzările de produse pentru ferme s-au dublat, ajungând la 3,1 milioane de lei, iar vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, a crescut cu 51%, ajungând la 3,4 milioane de lei.

Categoria furaje și concentrate, cu cea mai mare contribuție la cifra de afaceri combinată, a înregistrat o scădere de 6% până la 18,4 milioane de lei. Vânzările de pui de o zi au înregistrat o scădere de 18%, până la 12,2 milioane de lei. Furajele, puii, echipamentele și aditivii sunt categoriile de produse cel mai afectate de decalarea sezonului din cauza vremii nefavorabile din luna martie, fiind înregistrate temperaturi mult mai scăzute decât cele obișnuite pentru această perioadă a sezonului.

ANALIZA P&L

În T1 2022, veniturile din exploatare au crescut cu 21% comparativ cu T1 2021, în linie cu dinamica înregistrată pe parcursul anului 2021 (+22% 2021 vs. 2020), ajungând la 66,8 milioane de lei. Creșterea a fost determinată de o majorare cu 15% a cifrei de afaceri, precum și de o creștere semnificativă, de 480% a altor venituri din exploatare. Alte venituri din exploatare de 3,2 mil lei provin din vânzarea halei din localitate Giarmata, jud. Timiș, diferența reprezentând: închideri solduri parteneri, rotunjiri solduri, diverse reglări.

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 de 145%, aducând venituri totale de 7,5 milioane lei. Veniturile din vânzarea mărfurilor au crescut cu 5% și s-au ridicat la 59,1 milioane de lei. Reducerile comerciale acordate au scăzut cu 13% în ciuda creșterilor veniturilor. În contextul actual de creștere a inflației care a dus la creșterea costurilor materiilor prime, a energiei și utilităților, prețurile au crescut, iar reducerile oferite clienților au scăzut în concordanță cu piața. În plus, în cazul Agroland Agribusiness, reducerile comerciale au scăzut deoarece până la finalul T1 2022 compania nu a început sezonul de vânzare de pesticide, datorită secetei și decalajului de livrări de la furnizori și, prin urmare, aceste reduceri se vor vedea în T2 2022. În plus, vânzarea cu plata ramburs a fost mai mică datorită lipsei de lichiditate a fermierilor, care au cumpărat produse în T1 2022 preponderent cu finanțare. Veniturile din subvenții de exploatare în valoare totală de 356 mii de lei, reprezintă sumele primite de la

Agencia de Plăți și Intervenție pentru Agricultură, de către Platforma Mihăilești, aceasta fiind anuală, cu o valoare totală de 1,37 mil lei.

Cheltuielile din exploatare au crescut în linie cu vânzările, cu 20%, în T1 2022 față de T1 2021, atingând cifra de 64 milioane de lei. Creșterile de preț cauzate de creșterea prețurilor la energie, cereale, inflație precum și întreruperile pe lanțul de aprovizionare nu au afectat negativ marjele la produsele Agroland, deoarece, încă de pe parcursul T1 2022, Compania a transferat aceste creșteri către clienții finali. În măsura în care inflația galopează, intenția este de a continua această politică de creștere treptată a prețurilor.

Cea mai mare contribuție la cheltuieli au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care s-au ridicat la valoarea de 44,6 milioane de lei, o creștere cu 11%, în linie cu inflația. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut semnificativ, cu 91%, ajungând la 4,9 milioane de lei, creștere determinată în principal de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Creșterea cu 80% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 1,3 milioane de lei în 2022, 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 34%, ajungând la 6,2 milioane de lei, deoarece numărul de angajați cu normă întreagă a crescut de la 309 angajați la 31 martie 2021, până la 386 angajați la 31 martie 2022. Creșterea este determinată de extinderea lanțului MEGA.

Cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 125% până la 1 milion de lei, creșterea fiind determinată de deschiderea de noi magazine după închiderea primului trimestru al anului 2021.

Rezultatul operațional a crescut cu 51%, ajungând la 2,9 milioane lei, datorită maturității magazinelor MEGA deschise la începutul anului 2021, performanței solide a Avicola Mihăilești și în ciuda faptului că Agroland Business System a continuat procesul de extindere geografică și a inaugurat 8 noi magazine MEGA după 31 martie 2021. Cheltuielile financiare au crescut în T1 2022 cu 103%, până la 1 milion de lei din cauza costurilor aferente majorării de capital social Agroland Business System, operațiune care s-a încheiat în T1 2022, precum și a ratelor dobânzilor la credit și plata cuponului în T1 2022, aferentă obligațiunilor corporative AAB26 și AGR25.

Cu un rezultat financiar negativ, pierderea fiind de 1 milion de lei, rezultatul brut a crescut cu 32% comparativ cu T1 2021, ajungând la 1,8 milioane de lei. Impozitele s-au ridicat la valoarea de 279 mii de lei, o creștere de 37%, rezultând un profit net de 1,6 milioane de lei pentru T1 2022, o creștere de 31% față de T1 2021.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	Q1 2021	Q1 2022	Δ %
Venituri din exploatare	55.175.477	66.840.108	21%
Cheltuieli din exploatare	53.275.035	63.978.165	20%
Rezultat operațional	1.900.442	2.861.943	51%
Rezultat financiar	(500.546)	(1.012.414)	-102%
Rezultat brut	1.399.896	1.849.529	32%
Rezultat net	1.195.330	1.570.117	31%

ANALIZĂ BILANT

Activele totale au crescut cu 41% de la începutul anului, determinată în primul rând de creșterea cu 60% a activelor circulante până la 121,9 milioane de lei și a poziției de numerar cu 115%, până la 10,3 milioane de lei.

Activele imobilizate au crescut cu 17%, până la 71 milioane de lei în principal datorită aprecierii cu 19% a imobilizărilor corporale, până la 62,9 milioane de lei, determinată de deschiderea de noi magazine MEGA în întreaga țară. Activele corporale au un grad de uzură specific activității derulate, în principal de birou, magazin și depozit. Imobilizările financiare au rămas la exact același nivel de la începutul anului, iar imobilizări necorporale au crescut cu 21% până la 925 mii de lei.

Activele circulante s-au apreciat datorită creșterii cu 48% a stocurilor, care au ajuns la 49,1 milioane de lei, determinată de dimensiunea mai mare a afacerii, deschiderea de noi magazine în perioada analizată, de decizia de a continua creșterea ofertei de produse disponibile în magazine, precum și creșterea stocurilor la toate produsele. Creanțele au crescut cu 63%, și au ajuns la 62,5 milioane de lei, datorită dimensiunii mai mari a afacerii. Poziția casa și conturi la bănci a atins suma de 10,3 milioane de lei ca urmare a creșterii vânzărilor și încasării de credite bancare. Compania are mai multe lichidități în conturile bancare și casierie, deoarece se află în plin sezon.

Datoria totală a crescut cu 40%, de la 98,8 milioane de lei la sfârșitul anului 2021 la 138,4 milioane de lei și este determinată de investițiile semnificative efectuate, prin creșterea cu 48% a datoriilor curente, până la 82,8 milioane de lei, și cu 30%, până la 55,7 milioane de lei a datoriilor pe termen lung. Datoriile pe termen lung includ datoriile bancare (creșterea de 50%, până la 33,2 milioane de lei), obligațiuni corporative (18,1 milioane de lei, valoare neschimbată) precum și leasing (creșterea de 59%, până la 4,4 milioane de lei).

Datoriile curente au crescut cu 48%, până la 82,8 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la această categorie au reprezentat-o datoriile către furnizori care au crescut cu 154%, până la 56,8 milioane de lei, datorită concentrării companiei pe creșterea stocurilor. Datoriile bancare au scăzut cu 30%, ajungând la 13,2 milioane lei și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au scăzut cu 13%, până la 8,6 milioane de lei – acestea fiind alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii au scăzut cu 2%, până la 3,3 milioane de lei. Datoria pe termen lung a crescut cu 30%, la 55,7 milioane de lei, determinată de creșterea cu 50% a datoriei bancare, care a însumat 33,2 milioane de lei. Obligațiunile corporative au rămas la același nivel de la începutul anului.

Capitalurile proprii au crescut cu 42%, de la 38,3 la 54,5 milioane de lei, această creștere fiind determinată în principal de o majorare cu 102%, până la 28 milioane de lei, a primelor de emisiune aferente operațiunii de majorare de capital cu aport în numerar a Agroland Business System, și a capitalului social cu 10%, până la 5,2 milioane de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/03/2022	Δ %
Active imobilizate	60.738.291	70.999.761	17%
Active circulante	76.377.299	121.925.816	60%
Casa si conturi la bănci	4.788.945	10.282.094	115%
Cheltuieli înregistrate în avans	-	26.687	-
TOTAL ACTIV	137.115.591	192.952.264	41%
Datorii curente	55.800.569	78.218.653	40%
Datorii pe termen lung	42.992.631	55.679.320	30%
Venituri in avans	0	4.542.524	-
Capitaluri proprii	38.322.391	54.511.766	42%
TOTAL PASIV	137.115.591	192.952.264	41%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31/03/2021	31/03/2022	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	55.175.477	66.840.108	21%
Cifra de afaceri, din care:	54.094.864	62.020.852	15%
Producția vândută	3.042.257	7.453.382	145%
Venituri din vânzarea mărfurilor	56.266.827	59.092.295	5%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>5.214.220</i>	<i>4.524.825</i>	<i>-13%</i>
Venituri din producția în curs de execuție	517.272	1.197.365	131%
Venituri din subvenții de exploatare	-	356.288	-
Alte venituri din exploatare	563.341	3.265.603	480%
Cheltuieli din exploatare, din care:	53.275.035	63.978.165	20%
Cheltuieli cu materii prime si materiale	2.556.870	4.877.916	91%
Alte cheltuieli materiale	471.824	710.877	51%
Cheltuieli cu energia si apa	715.791	1.291.327	80%
Cheltuieli privind mărfurile	40.238.346	44.619.323	11%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>1.976.398</i>	<i>1.708.005</i>	<i>-14%</i>
Cheltuieli cu personalul	4.613.278	6.196.964	34%
Cheltuieli cu amortizarea si ajustările de valoare	464.261	1.043.108	125%
Alte cheltuieli de exploatare	6.191.062	6.946.653	12%
Rezultat operațional	1.900.442	2.861.943	51%
Venituri financiare	11.238	28.235	151%
Cheltuieli financiare	511.785	1.040.649	103%
Rezultat financiar	(500.546)	(1.012.414)	-102%
Venituri totale	55.186.716	66.868.343	21%
Cheltuieli totale	53.786.820	65.018.814	21%
Rezultat brut	1.399.896	1.849.529	32%
Impozitul pe profit/alte impozite	204.566	279.412	37%
Rezultat net	1.195.330	1.570.117	31%

BILANȚ

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/03/2022	Δ %
Active imobilizate, din care:	60.738.291	70.999.761	17%
Imobilizări necorporale	766.617	924.885	21%
Imobilizări corporale	52.790.209	62.898.250	19%
Imobilizări financiare	7.181.466	7.176.627	0%
Active circulante, din care:	76.377.299	121.925.816	60%
Stocuri	33.267.974	49.130.077	48%
Creanțe	38.320.380	62.513.646	63%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	10.282.094	115%
Cheltuieli înregistrate în avans	-	26.687	-
TOTAL ACTIV	137.115.591	192.952.264	41%
Datorii curente, din care:	55.800.569	82.761.177	48%
Datorii bancare	18.948.211	13.201.883	-30%
Impozit	1.369.773	925.281	-32%
Furnizori terți	22.337.763	56.798.877	154%
Salarii și impozite pe salarii	3.332.038	3.272.582	-2%
Alte datorii pe termen scurt	9.812.784	8.562.554	-13%
Datorii pe termen lung, din care:	42.992.631	55.679.320	30%
Datorii bancare	22.133.165	33.173.003	50%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.779.166	4.426.018	59%
Venituri în avans	0	4.542.524	-
Total datorii	98.793.201	138.440.497	40%
Capitaluri proprii, din care:	38.322.391	54.511.766	42%
Capital subscris și vărsat	4.757.936	5.228.760	10%
Prime de capital	13.821.096	27.969.531	102%
Rezerve legale	615.053	615.053	0%
Profitul sau pierderea reportată	10.812.806	19.124.456	77%
Profitul sau pierderea perioadei	8.694.741	1.580.025	-82%
Repartizarea profitului	379.241	6.058	-98%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	137.115.591	192.952.264	41%

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 31 martie 2022, sunt prezentați mai jos:

Indicatorul lichidității curente la 31.03.2022

Active curente	121.925.816	
Datorii curente	78.218.653	= 1.56

Indicatorul gradului de îndatorare la 31.03.2022

Capital împrumutat	55.679.320	
Capital propriu	54.511.766	= 102%

Capital împrumutat	55.679.320	
Capital angajat	110.191.086	= 51%

Capital împrumutat = Credite peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 31.03.2022

Cifra de afaceri	62.020.852	
Active imobilizate	70.999.761	= 0.87

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 27 mai 2022

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate pentru perioada cuprinsă între 01.01.2022 și 31.03.2022 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 primele trei luni ale exercițiului financiar și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoș

Agroland Business System S.A.