

Agroland raportează venituri consolidate de 184 de milioane de lei în primul semestru din 2022 și un profit net de 6,2 milioane de lei

Timișoara, 16 septembrie 2022 – Agroland Business System (BVB: AG), grup antreprenorial românesc de retail, agricultură și alimentație, care deține cea mai mare rețea de magazine agricole din România, raportează venituri consolidate de 184 de milioane de lei în primul semestru din 2022, o creștere cu 27% față de aceeași perioadă a anului trecut, și un profit net de 6,2 milioane de lei, o scădere cu 17% comparativ cu primele șase luni din 2021.

„Rezultatele obținute de grupul nostru în această perioadă sunt pozitive, mai ales având în vedere contextul dificil pe care îl traversăm, cu majorarea accelerată a prețurilor la energie, inflația în continuă creștere și criza agroalimentară care se prelungește. Acest context nu are totuși un impact negativ asupra diviziei noastre de retail, în special magazinele tradiționale, care inclusiv în perioadele de criză experimentate anterior au înregistrat rezultate foarte bune, determinate de faptul că oamenii se îndreaptă în astfel de momente către nevoile de bază, care sunt acoperite de acest tip de magazine. De asemenea, divizia noastră de food ne oferă perspective foarte bune pentru perioada următoare. Această divizie, reprezentată de platforma Avicola Mihăilești, produce atât pui de o zi, vânduți în magazinele Agroland, precum și ouă de consum, pentru care compania are încheiate contracte cu retaileri importanți din România, precum Lidl și Mega Image. Începând din luna ianuarie 2023, capacitatea de producție de la Avicola Mihăilești va crește la 5 milioane de ouă pe lună. Acest aspect ne pune într-o poziție favorabilă, fiind și cel mai mare producător din apropierea Bucureștiului, care este cea mai mare piață din România inclusiv în zona ouălor de consum,” a declarat Horia Cardoș, fondator și CEO al Agroland Business System.

În S1 2022, Grupul Agroland a operat 247 de magazine (19 MEGA și 228 tradiționale), cu 10 mai multe decât în S1 2021. În ceea ce privește performanța tuturor magazinelor proprii (incluzând performanța magazinelor MEGA), aceasta a crescut semnificativ în S1 2022, ajungând la 53,5 de milioane de lei, plus 24% față de S1 2021. Numărul de clienți a crescut cu 17%, ajungând la peste 695.000 de clienți care au vizitat magazinele Agroland Tradițional și MEGA în S1 2022 - 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.

Performanța magazinelor MEGA în S1 2022 a crescut semnificativ, cu 154%, până la 16,6 milioane de lei, iar numărul de clienți din cadrul acestor magazine a crescut cu 107%, până la peste 263.000 de clienți. În ceea ce privește performanța magazinelor comparabile (excluzând magazinele MEGA), aceasta a crescut cu 1% în S1 2022 comparativ cu S1 2021, vânzările nete au ajuns la 35,8 milioane de lei, numărul de clienți a scăzut cu 8% (peste 405.000 de clienți pentru magazine Agroland Tradițional în S1 2022). Scăderea numărului total de clienți în cadrul magazinelor tradiționale reflectă strategia companiei din ultimii ani, de deschidere a magazinelor MEGA în zone cu potențial, urmată de închiderea magazinelor tradiționale din zonele respective, astfel că magazinele MEGA preiau astfel fluxul de clienți care efectuau cumpărături în magazinele tradiționale.

La nivel de vânzări online, a fost înregistrată o creștere de 18%, ajungând la 3,3 milioane de lei în S1 2022, numărul clienților a crescut, de asemenea, cu 9%, până la peste 17.700 de clienți, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 8%, până la 183 de lei. Creșterea vânzărilor online se datorează faptului că acest departament s-a reorganizat, în prezent dispunând de tehnologie hardware și software mult mai avansată față de S1 2021, ceea ce permite eficientizarea proceselor cu privire la vânzările în mediul online.

Din punctul de vedere al veniturilor pe tip de produs, în S1 2022, cea mai mare creștere în valoare absolută a fost înregistrată la nivelul inputurilor, care au crescut cu 58%, ajungând la 29,9 milioane de lei. Produsele pet-food au înregistrat o creștere de 48%, ajungând la 13,4 milioane de lei, în timp ce vânzările de produse pentru ferme au crescut cu 106%, ajungând la 6,9 milioane de lei, iar vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, au crescut cu 61%, ajungând la 7,1 milioane de lei.

Categoria furaje și concentrate, cu cea mai mare contribuție la cifra de afaceri combinată, a înregistrat o creștere de 5% până la 68,9 milioane de lei. Vânzarea de pui de o zi a înregistrat o creștere de 9%, până la 46,7 milioane de lei.

În ceea ce privește cea de-a doua jumătate a anului, cel mai important eveniment pentru companie va fi pornirea, la sfârșitul lunii septembrie, a Fabricii de Furaje de la Caransebeș, care va asigura 50% din necesarul de furaje și concentrate (proteine, vitamine, minerale) pentru următoarele patru-cinci luni, atât la nivelul fermelor din grup, cât și pentru divizia de retail. În ceea ce privește puii de o zi, în prezent, compania poate produce aproximativ 50% din necesar, iar la nivel de furaje, este acoperit peste 80% din necesar, începând cu primăvara acestui an. În acest fel, vânzarea producției va fi realizată cu ușurință, iar marjele la hrana de animale vor fi mărite semnificativ.

„Economii realizate în urma operaționalizării fabricii de furaje vor avea un impact extrem de important asupra marjelor noastre. Aceste sume nu includ și marjele Agroland Agribusiness, care va aproviziona fabrica cu cerealele achiziționate de la proprii clienți, la prețul pieței. În acest fel, Agroland Agribusiness are o poziție puternică de negociere cu fermierii, în condițiile în care are capacitatea de a achiziționa aproape toată producția lor. Acest fapt este o urmare a strategiei noastre de business, în care am investit cu prioritate în piața de desfacere, pentru ca abia ulterior să începem să ne construim capacitățile noastre de producție,” a adăugat Horia Cardoș.

Pentru anul 2022, conducerea companiei menține bugetul de venituri și cheltuieli, așa cum a fost aprobat de către acționari în cadrul Adunării Generale Ordinare ale Acționarilor din aprilie 2022 – cifră de afaceri de 241,1 milioane de lei, EBITDA de 20,7 milioane de lei și un profit net de 13 milioane de lei.

Agroland Business System este listată pe piața AeRO a Bursei de Valori București începând cu data de 1 martie 2021 și se tranzacționează sub simbolul AG. În prezent, compania are o capitalizare de piață de aproximativ 143 milioane de lei.

###

Despre Agroland Business System

Agroland Business System (BVB: AG) este o companie antreprenorială românească, care deține cea mai mare rețea de magazine agricole din România. Compania a fost fondată în anul 2009 la Timișoara de către antreprenorul Horia Cardoș și astăzi operează o rețea de aproximativ 250 de magazine specializate în vânzarea de produse pentru grădină, fermă și animale de companie. De asemenea, compania deține și platforma Avicola Mihăilești, unde produce ouă de consum și pui de o zi. Această platformă este formată din șase ferme aflate pe o suprafață de 30 de hectare în județul Giurgiu. Agroland este activă și în zona de tehnologie prin AgTech TM by Agroland, primul program complet de incubare din România care stimulează și susține inovația în agricultură. Acțiunile Agroland Business System sunt listate pe piața AeRO a Bursei de Valori București începând cu data de 1 martie 2021 sub simbolul AG.