

## Agroland raportează venituri consolidate de 66,8 milioane de lei în primul trimestru din 2022 și un profit net de 1,6 milioane de lei

**Timișoara, 27 mai 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 66,8 milioane de lei în T1 2022, o creștere cu 21% față de aceeași perioadă a anului trecut și un profit net de 1,6 milioane de lei, o apreciere cu 31% comparativ cu primul trimestru din 2021.

*„În primele trei luni ale anului 2022 am continuat investițiile în vederea creșterii Agroland Business System și 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](http://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,”* a declarat Horia Cardoș, fondator și CEO al Agroland Business System.

În primul trimestru din 2022, Grupul Agroland a operat 249 de magazine (17 MEGA și 232 tradiționale), cu 17 mai multe decât în T1 2021. În ceea ce privește performanța tuturor magazinelor proprii (incluzând performanța magazinelor MEGA), aceasta a crescut semnificativ în T1 2022, ajungând la 12,2 milioane de lei, plus 42% față de T1 2021. Numărul de clienți a crescut cu 54%, ajungând la peste 187 mii de clienți care au vizitat magazinele 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.

În ceea ce privește performanța magazinelor comparabile (excluzând magazinele MEGA), aceasta a scăzut cu 10% în T1 2022 comparativ cu 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). 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.

La nivel de vânzări online, a fost înregistrată 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.

Din punctul de vedere al veniturilor pe tip de produs, în T1 2022, cea mai mare creștere în valoare absolută a fost înregistrată la nivelul inputurilor, care au crescut cu 42%, ajungând la 18,3 milioane de lei. 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, au 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.

*„Performanța din T1 2022, precum și criza alimentară în care ne regăsim astăzi contribuie la creșterea afacerii în cursul anului 2022. În ceea ce privește Avicola Mihăilești, aceasta 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 în această piață. În acest context, ne bucurăm că ouăle produse de noi vor fi disponibile în curând și la un al doilea 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,”* a adăugat Horia Cardoș.

Compania va continua în perioada următoare programul de investiții în dezvoltarea liniilor de business. Astfel, la începutul acestei săptămâni, Agroland Business System a convocat Adunarea Generală a Acționarilor, pentru data de 27 iunie, unde va supune votului acționarilor achiziționarea Fabricii de Nutrețuri Combinate, împreună cu activele aferente. Fabrica este situată în Caransebeș, județul Caraș-Severin, iar prețul de achiziție este de 950.000 de euro fără TVA. Activitatea fabricii de nutrețuri combinate este fundamentală pentru activitatea companiei 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.

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 peste 160 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 peste 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.*