

Agroland raportează venituri consolidate de 255,1 milioane de lei în primele nouă luni din 2022 și un profit net de 3,6 milioane de lei

Timișoara, 25 noiembrie 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 255,1 milioane de lei în primele nouă luni din 2022, o creștere cu 32% față de aceeași perioadă a anului trecut, și un profit net de 3,6 milioane de lei, o scădere cu 53% comparativ cu primele nouă luni din 2021, ca urmare a creșterii rapide a costurilor și investițiile semnificative realizate de companie pe tot parcursul anului 2022.

„Anul 2022 a reprezentat o perioadă plină de provocări, în care evenimentele externe au produs numeroase dezechilibre pe toate palierele societății. Cel mai important dintre acestea a fost izbucnirea războiului din Ucraina, care a influențat toate cele trei divizii ale Agroland, agribusiness, retail și food, însă în proporții diferite. Divizia de agribusiness a fost influențată de o criză a îngrășămintelor și pesticidelor, coroborată cu scăderea prețului recoltelor din acest an, din cauza produselor agricole importate din Ucraina la prețuri reduse. În ceea ce privește diviziile de retail și food, impactul asupra acestora a fost generat în principal de majorarea prețului la utilități, care a pus o presiune semnificativă asupra marjelor. Pe de altă parte, un mediu caracterizat de instabilitate creează și numeroase oportunități, care necesită un comportament pragmatic din partea companiilor. Astfel, am continuat investițiile semnificative pe tot parcursul anului 2022, care au fost direcționate către pregătirea fabricilor din Caransebeș și Ișalnița pentru producția de furaje, precum și în pregătirea demarării producției de ouă lichide la Mihăilești, pentru prima parte a anului 2023”, a declarat Horia Cardoso, fondator și CEO al Agroland Business System.

În primele nouă luni ale anului 2022, Grupul Agroland a operat 249 de magazine (20 MEGA și 229 tradiționale), cu trei mai multe decât la sfârșitul lui T3 2021. În ceea ce privește performanța tuturor magazinelor proprii (incluzând performanța magazinelor MEGA), aceasta a crescut semnificativ în T3 2022, ajungând la 18,1 milioane de lei, plus 41% față de T3 2021. Numărul de clienți a crescut cu 24%, ajungând la peste 278.000 de clienți care au vizitat magazinele Agroland Tradițional și MEGA în T3 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 T3 2022 a crescut semnificativ, cu 110%, până la 8 milioane de lei, iar numărul de clienți din cadrul acestor magazine a crescut cu 80%, până la peste 131.000 de clienți. În ceea ce privește performanța magazinelor tradiționale Agroland și Micul Fermier, aceasta a crescut cu 14% în T3 2022 comparativ cu T3 2021, vânzările nete au ajuns la 9,5 milioane de lei, iar numărul de clienți a scăzut cu 3%, ajungând la aproape 138.000 de clienți. Scăderea numărului total de clienți în cadrul magazinelor tradiționale reflectă strategia companiei din ultimii ani, de închidere a mai multor magazine tradiționale, urmată, în majoritatea cazurilor, de deschiderea în aceleași orașe de magazine MEGA, care preiau astfel fluxul de clienți care efectuau cumpărături în magazinele tradiționale.

La nivelul vânzărilor online, a fost înregistrată o creștere de 9%, ajungând la 2 milioane de lei în T3 2022. De asemenea, numărul clienților din online a crescut cu 76%, până la aproape 10.000 de clienți, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărături online a fost cea mai ridicată de la începutul anului. Creșterea vânzărilor online se datorează faptului că departamentul online s-a reorganizat, în prezent dispunând de tehnologie hardware și software mult mai avansată față de anul 2021, ceea ce permite eficientizarea proceselor cu privire la vânzările în mediul online.

Din punctul de vedere al veniturilor pe tip de produs, în primele nouă luni din 2022, cea mai mare creștere în valoare absolută a fost înregistrată la nivelul inputurilor, care au crescut cu 108%, ajungând la 56,5

milioane de lei. Produsele pet-food au înregistrat o creștere de 44%, ajungând la 22,1 milioane de lei, în timp ce vânzările de produse pentru ferme au crescut cu 114%, ajungând la 6 milioane de lei, iar vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, a crescut cu 76%, ajungând la 10,7 milioane de lei. Categoria furaje și concentrate, cu cea mai mare contribuție la cifra de afaceri combinată, a înregistrat o creștere de 10%, până la 93 de milioane de lei. Vânzarea de pui de o zi a înregistrat o creștere de 8%, până la 52,8 milioane de lei.

„În primele nouă luni ale anului, rezultatele obținute au fost influențate de o creștere mai rapidă a costurilor în comparație cu veniturile, costuri care au și depășit estimările noastre. De asemenea, deschiderea fabricii de furaje în luna octombrie, care ar fi avut un impact în profitul net de aproximativ 3 milioane de lei, nu a fost posibilă din cauza amănărilor succesive a livrării unor echipamente esențiale, fabrica urmând a fi deschisă în anul 2023. Toți acești factori ne impun să revizuim în jos profitul bugetat pentru anul acesta. Așadar, ne așteptăm să încheiem 2022 cu o cifră de afaceri de 292,2 milioane de lei, EBITDA de 11,2 milioane de lei și un profit net de 3,6 milioane de lei. În ciuda acestui context, rămânem concentrați pe creșterea pe termen lung, prin continuarea investițiilor în afacerea noastră, acestea urmând a se axa în special pe dezvoltarea sau introducerea unor linii de business care să aibă un impact pozitiv asupra marjei nete a companiei”, a adăugat Horia Cardoș.

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 114 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.