



2022

RAPORTUL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE



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
SCURT ISTORIC ȘI DESCRIEREA ACTIVITĂȚII EMITENTULUI	6
ORGANIGRAMA GRUPULUI	9
EXPERIENȚĂ	10
CERCETARE ȘI PORTOFOLIU DE PRODUSE	10
FURNIZORI	12
DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ	12
ANGAJAȚI	13
ADMINISTRATORI ȘI CONDUCEREA EXECUTIVĂ	15
IMPACT ASUPRA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR	18
ACȚIUNILE AG LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI	19
OBLIGAȚIUNILE AGR25 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI	19
EVENIMENTE CHEIE ÎN 2022	20
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	24
PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND	24
CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS	26
ANALIZA P&L CONSOLIDAT	27
STRATEGIA DE BUSINESS & VÂNZĂRI	29
PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI	29
ANALIZĂ BILANȚ CONSOLIDAT	30
POLITICA DE DIVIDENDE	31
PROPUNERE DE DISTRIBUIRE A PROFITULUI	32
ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI	33
BVC 2023	33
RISCURI	35
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	38
BILANȚ CONSOLIDAT	39
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL	40
BILANȚ INDIVIDUAL	41
CASH FLOW INDIVIDUAL	42
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	43
PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ	44
DECLARAȚIA CONDUCERII	48

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 Consiliului de Administrație 2022
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 30.12.2022
Data publicării raportului	28.03.2023

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	8.804.401,40 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Număr total acțiuni	88.044.014 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 consolidate și individuale la 31 decembrie 2022 prezentate în paginile următoare sunt **auditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Anul 2022 a reprezentat un adevărat test de reziliență pentru companii, în special pentru cele care activează în sectorul agroalimentar, care au fost nevoite să gestioneze provocări care s-au suprapus în această perioadă.

Firește, după cum ați văzut în rapoartele anterioare, majorarea și fluctuația prețurilor la energie și cereale, inflația, precum și întreruperile pe lanțul de aprovizionare au afectat marjele la produsele Agroland. Acest lucru a fost resimțit în special în a doua jumătate a anului 2022, deoarece este perioada în care afacerile noastre sunt afectate de sezonabilitate și performanța magazinelor noastre scade semnificativ în comparație cu prima jumătate a anului.

Prin urmare, chiar dacă există o creștere a numărului de tranzacții în magazine și în ciuda creșterilor de prețuri pe care le-am efectuat în toate categoriile de produse, putem observa că media valorii bonului fiscal a scăzut în 2022 față de 2021, în special pentru vânzările în magazinele proprii, deja pentru al doilea semestru consecutiv. Acesta este un indiciu clar că anumiți clienți, în contextul creșterii prețurilor, au decis să cumpere produse mai ieftine - acest lucru fiind aplicabil în special la îngrijirea animalelor de companie și grădinărit, unde există clienți care nu pot renunța la anumite achiziții, astfel că pentru a economisi bani aleg opțiuni mai ieftine.

Astfel, comportamentul consumatorilor cauzat de inflație, combinat cu investițiile în dezvoltarea de noi magazine sau modernizarea magazinelor existente, la care se adaugă investițiile în pregătirea fabricilor din Caransebeș și Ișalnița pentru a produce furaje și pregătirea începerii producției de ouă lichide la Mihăilești, au dus la o scădere a profitului operațional și, în consecință, a marjei nete. Astfel, chiar dacă am reușit să creștem cifra de afaceri la nivel consolidat cu 30% față de anul 2021, până la 282,9 milioane de lei, rezultatul operațional a înregistrat o scădere de 36%, până la 7,7 milioane de lei, iar profitul net pentru anul 2022 a fost de 3,3 milioane de lei, în scădere cu 62%.

Pe de altă parte, este important să înțelegem de ce continuăm investițiile semnificative. Pe lângă faptul că avem un model de afaceri integrat (a se vedea pagina 8 din acest raport pentru a înțelege mai bine complexitatea structurii noastre de afaceri), obiectivul nostru este de a diversifica sursa veniturilor și de a reechilibra structura acestora pe întregul curs al activității. Astfel, vom reduce sezonabilitatea businessului Agroland Business System, care la nivel istoric a avut o primă parte a anului care a generat proporția semnificativă a veniturilor, precum și a profiturilor. Noile investiții la ferma Mihăilești, precum și în fabricile de la Caransebeș și Ișalnița, vor aduce modelului de afaceri al Agroland o structură mai consistentă a veniturilor și profiturilor pe tot parcursul anului.

În a doua jumătate a anului am profitat de oportunitățile existente și am demarat mai multe proiecte de investiții, cum ar fi fabricile de furaje din Caransebeș și Ișalnița, creșterea capacității de producție a Avicola Mihăilești, de la 3,2 milioane de ouă la 5 milioane de ouă pe lună, precum și producția de ouă lichide tot la Mihăilești. Având în vedere faptul că operaționalizarea acestor proiecte a avut loc în prima parte a anului 2023, toate aceste investiții au generat cheltuieli în



2022, urmând ca în acest an să producă venituri însemnate, ceea ce va avea un impact semnificativ asupra marjelor.

Fabrica de la Ișalnița a fost cea mai importantă investiție pe care am realizat-o în 2022, cu o valoare de peste 3,5 milioane de euro, care a inclus terenul, construcțiile, echipamentele și utilitățile. Capacitatea acesteia este de 30.000 de tone pe an, ceea ce reprezintă 75% din necesarul nostru actual pentru ferme și retail. Avantajul major al fabricii de la Ișalnița este eficiența energetică ridicată, fiind complet automatizată și putând lucra cu un număr minim de operatori, astfel încât estimăm că amortizarea investiției va avea loc în maxim 3 ani.

Pe altă parte, în legătură cu ferma de la Mihăilești, criza ouălor de consum este una pe care am anticipat-o într-o mare măsură în urmă cu doi ani, atunci când am realizat preluarea platformei Avicola Mihăilești. În luna decembrie 2022, am crescut numărul de găini în producție, de la 125.000 la 180.000, iar în februarie 2023, capacitatea a ajuns la 205.000. Aceste investiții realizate în Avicola Mihăilești au crescut capacitatea de producție de la 3,2 milioane de ouă pe lună la 5 milioane de ouă pe lună începând din 2023.

Pentru întregul an 2023, estimăm o producție de aproximativ 50 de milioane de ouă de consum; diferența față de producția normală are loc în timpul verii, atunci când într-o perioadă de 2-3 luni este înlocuit un efectiv de aproximativ 80.000 de găini. Față de creșterea numărului de ouă produse, ne așteptăm ca și prețul de vânzare să se mențină la un nivel ridicat pentru o perioadă de cel puțin 6-9 luni, având în vedere discuțiile cu retailerii pentru anul în curs. Vedem aceste premise încă de acum, în condițiile în care chiar producția din prezent, care este la o capacitate crescută, nu este suficientă pentru a satisface cererea din partea retailerilor. În plus, din informațiile pe care le avem, este estimat că anul acesta se va înregistra un deficit la puii de o zi, astfel că aceste marje vor crește începând cu următorul sezon de reproducție. Acest fapt ne va pune într-o poziție foarte favorabilă și vom profita cât mai mult de această situație.

Revenind la magazine, vreau să subliniez că vom continua să facem din magazinele Agroland, în special cele MEGA, o parte importantă a strategiei noastre pentru 2023 și anii următori. Astfel începând cu luna noiembrie 2022, am angajat un nou Director Național de Retail, Lucian Luca, fost District Manager la un mare retailer internațional prezent în România. Împreună, am conceput o strategie complexă pentru a profita mai mult de locațiile magazinelor și de notorietatea brandului Agroland, care estimăm că va genera rezultate importante. Unul dintre proiecte este o soluție de fidelizare a clienților, care va fi disponibilă în curând.

În ceea ce privește consolidarea echipei, doresc să menționez că l-am cooptat și pe Adrian Gafița în funcția de Director Financiar. Adrian și Lucian sunt doi profesioniști cu o experiență aprofundată în domeniile lor de activitate, care au o viziune similară cu a noastră și vor avea o contribuție importantă în implementarea strategiei noastre de business.

În concluzie, chiar dacă anul 2023 va avea, fără îndoială, provocările sale, suntem încrezători că investițiile făcute în 2022 și în anii anteriori vor începe să genereze marje mai mari și, prin urmare, rezultate mai bune. De asemenea, aș dori să menționez că pentru anul 2023 nu avem bugetate investiții majore, prin urmare vom avea ocazia să recalibrăm nivelul de îndatorare.

În acest an, invităm toți acționarii să ni se alătore în cadrul Adunării Generale a Acționarilor, din 28 aprilie 2023, la Timișoara sau, la fel ca anul trecut, online prin intermediul soluției eVOTE.

Horia Cardoso

DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM

SCURT ISTORIC ȘI DESCRIEREA ACTIVITĂȚII EMITENTULUI

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 grădină, 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 masiv de dezvoltare 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 Agroland a evoluat constant în timp, ajungând la 242 la 31 decembrie 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.

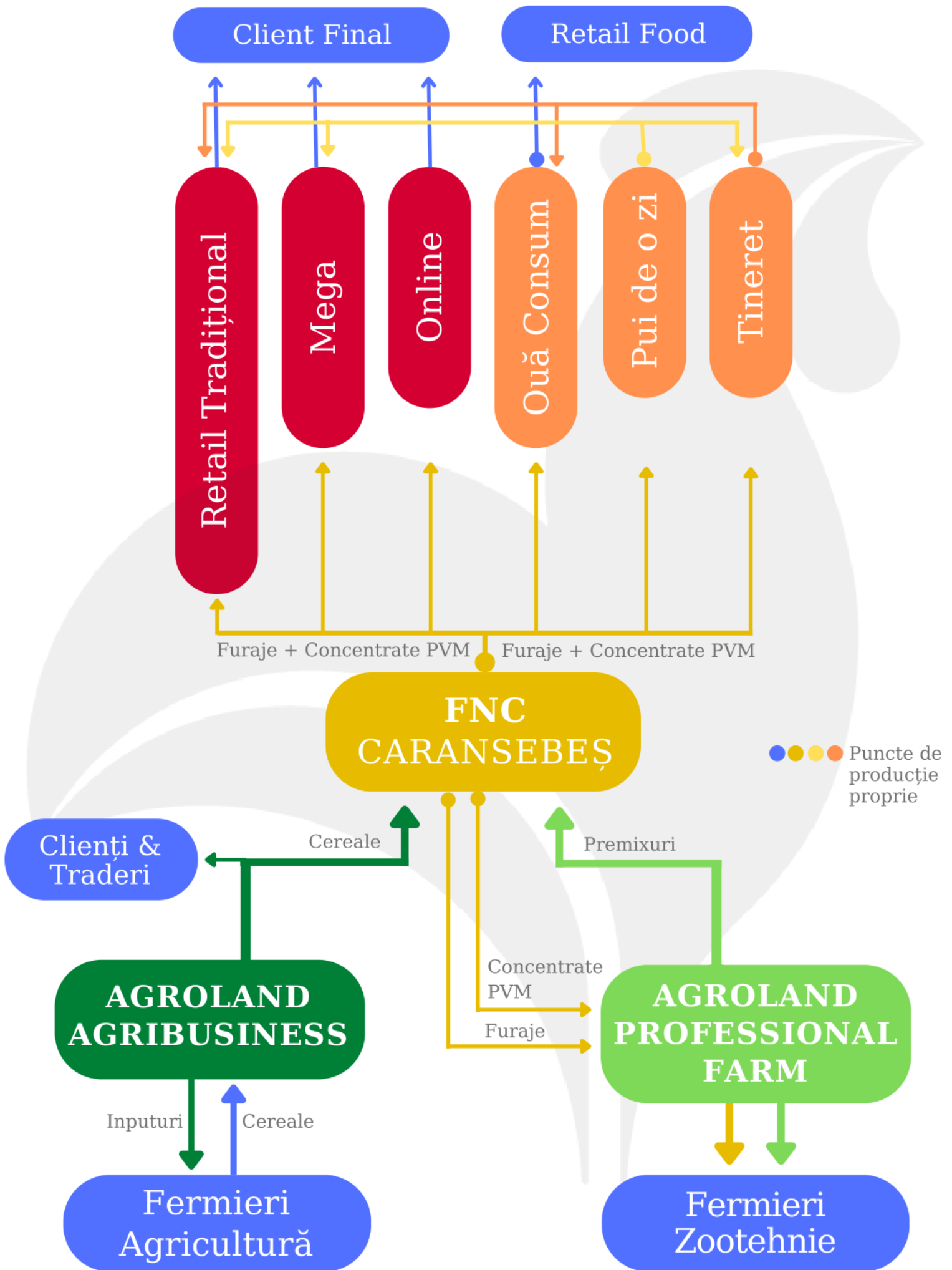
În ceea ce privește firmele din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, compania Agroland a luat decizia de a transforma diviziile în societăți de sine stătătoare, pentru

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..

De asemenea, în 2022, activitatea desfășurată în cadrul platformei Avicola Mihăilești, anterior deținute de Agroland Business System S.R.L., a fost transferată subsidiarei Agroland Genetics S.R.L..

Astfel, rezultatele consolidate ale Agroland Business System S.A. includ rezultatele 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. De asemenea, Compania 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.
- 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 17 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.
- **Agroland Genetics S.R.L.**, companie înființată în 2022, care are drept obiect principal de activitate creșterea păsărilor. Aceasta este deținută 100% de Agroland Business System și preia activitatea Avicola Mihăilești datorită dezvoltării acestui domeniu de activitate.



ORGANIGRAMA GRUPULUI

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

	Denumire	CUI	Activitate principala*	Anul infintarii	Aționari	Deținere aționari
Leader de grup	Agroland Business System S.A.	26165241	4776	2009	Cardoș Horia	69,8%
					Alți aționari - Persoane fizice	25,16%
					Alți aționari - Persoane juridice	5,08%
Membru grup	Agroland Agribusiness SA	37478862	4621	2017	Agroland Business System S.A.	56,54%
					Radu Florin	24%
					Alți aționari (BVB)	19,46%
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	Agroland Genetics SRL	47081443	0147	2022	Agroland Business System S.A.	100%
Membru grup	Devest Farmatech SRL	9050231	4675	1996	Cardos Horia	90%
					Cardos Denisa	10%
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.	20%
					Contra Cosmin Marius	25%
					Popoviciu Alin Augustin	55%
Membru grup	Asociatia Sportiva Agroland	32848123		2014	Cardos Horia – președinte si membru fondator	In cazul ONG-urilor nu exista 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

0147 - Creșterea păsărilor

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 Cățăărători
- 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, nectarine, 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 2022, baza este de peste 270 de furnizori activi.

Denumire	Domeniu de activitate	Pondere
Furnizor 1	Furaje	27%
Furnizor 2	Furaje	7%
Furnizor 3	Pui	5%
Furnizor 4	Pui	3%
Furnizor 5	Hrană animale de companie	2%

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 mică. 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 franciză), care acoperă nu mai puțin de 32 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 răspândiți 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 3 rețele naționale de petshop-uri: Animax, Zoocenter precum și Fressnapf (care a intrat în România în 2022). La categoria Gardening sunt prezente rețelele de magazine de bricolaj: Dedeman, Hornbach, Leroy Merlin, Brico Depot.

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 experiența 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

În 2022, Agroland Business System a avut, în medie, 407 angajați la nivel consolidat, față de media de 404 angajați la nivel consolidat în 2021 (237 angajați cu norma întreaga la nivel individual în 2022, față de 349 în 2021, scăderea fiind influențată de transferului de personal din ferma Mihăilești, pe firma Agroland Genetics SRL).

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

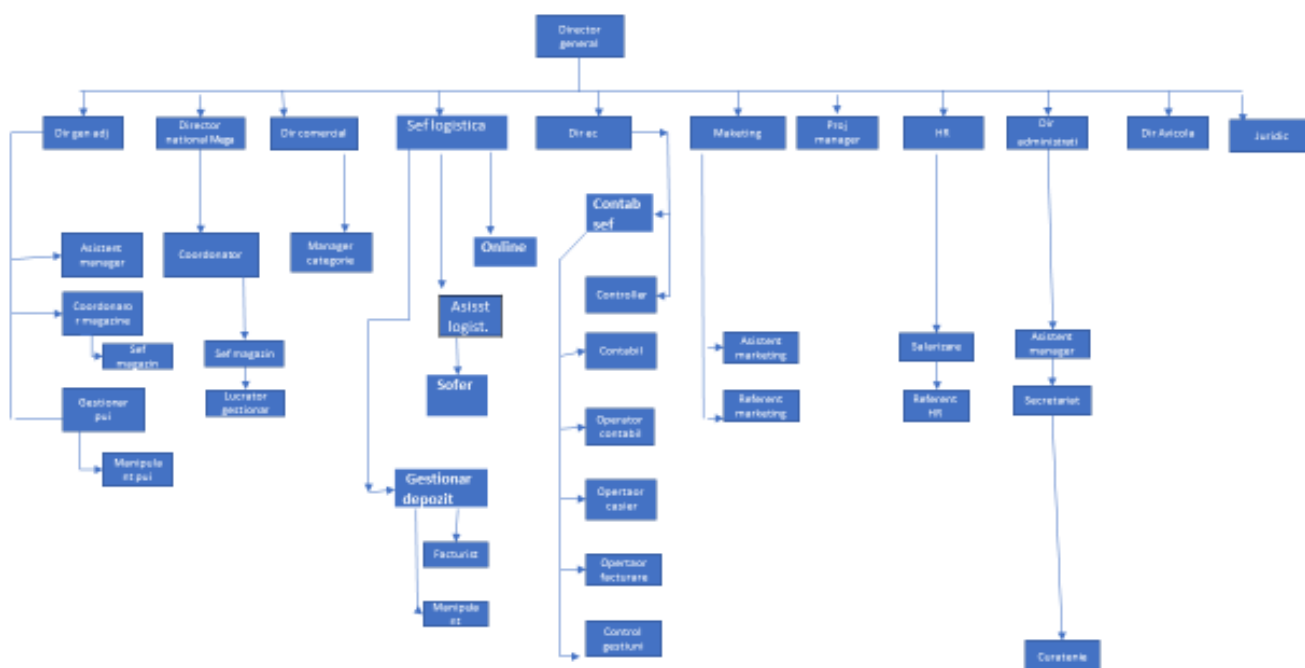
Detalii cu privire la angajați la nivel individual la data de 31.12.2022:

Departament	Nr. angajați
Management	9
Administrativ	17
Financiar	14
Fitofarmacii	19
Input	1
Logistică	19
Marketing	3
Online	5
Retail	148
Ferme proprii	2
TOTAL	237

Nivelul de studii al angajaților la nivel individual la 31.12.2022:

Departament	Studii superioare	Studii medii și sub studii medii
Management	9	0
Administrativ	10	7
Financiar	14	0
Fitofarmacii	3	16
Input	1	0
Logistică	3	16
Marketing	3	0
Online	1	4
Retail	23	125
Ferme proprii	0	2
TOTAL	67	170

De asemenea, Organigrama Emitentului este următoarea:



ADMINISTRATORI ȘI CONDUCEREA EXECUTIVĂ

Compania este condusă de Consiliul de Administrație alcătuit din 3 membri, care sunt numiți pentru un mandat de 4 ani.

În cadrul Adunării Generale Ordinare a Acționarilor Agroland Business System din data de 29.04.2022, acționarii au ales un Consiliu de Administrație format din Horia Dan Cardoso, Leonard Leca și Gyorgy Ovari. În cadrul Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor din aceeași dată, 29.04.2022, Horia Dan Cardoso a fost numit în funcția de Președinte al Consiliului de Administrație pentru un mandat de 4 ani.

Horia Dan Cardoso – Președinte Consiliu de Administrație și Director General

Fondatorul Agroand Business Systems S.A., dl. Cardoso 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 Cardoso deținea la 31.12.2022, 61.412.447 de acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Horia Dan Cardoso 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 Cardoso.
- 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.

Leonard Leca – Membru neexecutiv al Consiliului de Administrație

Leonard Leca are o experiență vastă ca investitor în diferite proiecte de venture capital și private equity. De asemenea, a ocupat funcții de conducere la Țiriac Holding (CEO, CFO) și A&D Pharma (CFO).

Procent de deținere: Leonard Leca deținea la 31.12.2022, 182.030 acțiuni AG. SevenX Ventures SRL, entitate afiliată lui Leonard Leca deținea la 31.12.2022, 3.297.743 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Leonard Leca 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 Leonard Leca.
- Leonard Leca 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.

Gyorgy Ovari – Membru neexecutiv al Consiliului de Administrație

Gyorgy Ovari are o experiență de peste 20 de ani în domenii precum food și retail, dobândită în cadrul unor companii internaționale. Începând din 2013, este Senior International Adviser pentru EBRD în legătură cu proiecte pentru retailul food și non-food în țări din Europa și Asia.

Procent de deținere: Gyorgy Ovari nu deținea la 31.12.2022 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Gyorgy Ovari 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 Gyorgy Ovari.
- Gyorgy Ovari 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

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 nu deținea la 31.12.2022 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor 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.

Adrian Gafița - Director Financiar de Grup

Adrian Gafița are o experiență de peste 12 ani în domeniul financiar și contabil, dobândită atât în cadrul unor companii locale active în acest sector, cât și într-o companie de consultanță din Big Four. Adrian are o expertiză bogată în contabilitate, audit financiar și analiză financiară. Din această poziție, coordonează activitatea departamentului financiar al Companiei.

Procent de deținere: Adrian Gafița nu deținea la 31.12.2022 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Adrian Gafița 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 Adrian Gafița.
- Adrian Gafița nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului.

Denisa Cardoso – Director Economic

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 Cardoso nu deținea la 31.12.2022 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În ultimii 5 ani, Denisei Cardoso 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 Cardoso.
- Denisa Cardoso nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului.

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 realătură 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 deținea la 31.12.2022, 47.059 acțiuni AG.

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.

Anca Gorgan - Director de Marketing

Absolventă a unui Msc în Business & Marketing Internațional a Universității din Aalborg, Danemarca, Anca Gorgan vine cu o experiență internațională în domeniul marketingului, în România, Danemarca și Franța. În ultimii 7 ani, Anca a făcut parte din echipa de marketing a

celui mare portal imobiliar din România, imobiliare.ro, ocupând și funcția de Social Media Manager. Anca s-a alăturat echipei Agroland în primăvara anului 2021 cu obiectivul de a crește și consolida poziția brandului Agroland pe noile direcții de business: PetShop și Grădină.

Procent de deținere: Anca Gorgan nu deținea la 31.12.2022 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, Ancăi Gorgan 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 Anca Gorgan.
- Anca Gorgan nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului.

Alexandru Ionasca – Manager Expansiune

Este absolvent al Facultății de Științe Economice - Administrarea Afacerilor. Din anul 2013, își începe activitatea profesională în cadrul companiei Fan Courier Timișoara, iar din 2015 preia conducerea departamentului operațional-vânzări al casei de expediții Afaceri MRCD Timișoara și contribuie activ la dezvoltarea companiei. Acumulând o experiență de 5 ani în domeniul logisticii și al transporturilor de marfă, în anul 2018 se alătură echipei Agroland în poziția de Facility Manager, unde a coordonat activitățile și proiectele departamentului administrativ. Din anul 2020 preia funcția de Manager Expansiune și se ocupă atât de deschiderea magazinelor de suprafață mare - Agroland Mega, cât și de proiectele Greenfield ce fac parte din strategia de dezvoltare a companiei.

Procent de deținere: Alexandru Ionasca deținea la 31.12.2022, 20.000 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Alexandru Ionasca 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 Alexandru Ionasca.
- Alexandru Ionasca nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului.

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.

În prezent, Compania are montate panouri fotovoltaice cu o capacitate de 300kW, dintre care 200 kW la Avicola Mihăilești și câte 50 kW la Agroland MEGA Afumați și Agroland MEGA Bolintin

Vale. 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 subscrise 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.

În perioada 01.01.2022 – 31.12.2022, investitorii au tranzacționat 6.741.152 de acțiuni AG, în valoare totală de 16,3 milioane de lei (valoare medie zilnică de tranzacționare de 64.775 de lei).

La 31.12.2022, structura acționariatului companiei era următoarea:

Acționar	Număr Acțiuni	Procent
Horia Dan Cardoso	61.412.447	69,7520%
Persoane Fizice	22.154.910	25,1634%
Persoane Juridice	4.476.657	5,0846%
TOTAL	88.044.014	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 Dată 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 10.09.2023 și compania nu prevede nicio problemă cu plata acestuia.

În 2022, Agroland Business System S.A. a răscumpărat 292.689 acțiuni AG. Niciuna dintre filialele Agroland Business System nu deținea acțiuni AG sau obligațiuni AGR25 la 31 decembrie 2022.

EVENIMENTE CHEIE ÎN 2022

DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

Investițiile realizate în magazine Agroland MEGA în anul 2022:

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
MEGA Pașcani -Pașcani, jud. Iași	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 - Huși, jud. Vaslui	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 – Timișoara, jud. Timiș	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
MEGA Miroslava - Miroslava, jud. Iași	14.07.2022	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 1.000.000 euro pentru anul 2023	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	6 locuri
MEGA Caracal - Caracal, jud. Olt	17.11.2022	Varietate de peste 2.600 produse	Vânzări estimate de peste 600.000 euro pentru anul 2023	100.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	6 locuri
MEGA Tecuci - Tecuci, jud. Galați	24.11.2022	Varietate de peste 2.000 produse	Vânzări estimate de peste 450.000 euro pentru anul 2023	80.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	5 locuri

În plus, Compania a deschis alte 5 magazine tradiționale – în Costești, Dorohoi, Valu lui Traian, Recaș și Militari.

FINALIZAREA CU SUCCES A OPERAȚIUNII 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 2022**, 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 un upgrade al interfeței și informații practice.

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 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 2022**, 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 Obligatorilor la data de referință 24 februarie 2022.

AGEA ȘI AGOA DIN DATA DE 29.04.2022

În data de **29 aprilie 2022** 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 a fost făcută 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.

INIȚIEREA PROGRAMULUI DE RĂSCUMPĂRARE ACȚIUNI PROPRII

În data de **26 mai 2022**, Compania a anunțat inițierea programului de răscumpărare a acțiunilor proprii, în conformitate cu prevederile hotărârii AGEA nr. 1 / 29.04.2022, intenția Companiei fiind de a răscumpăra un număr maxim de 517.906 acțiuni. În 2022, au fost răscumpărate 292.689 acțiuni.

OBȚINEREA UNUI GRANT DE 120.000 EUR

În data de **6 iunie 2022**, Compania a informat investitorii cu privire la obținerea unui grant de aproximativ 120.000 EUR în programul IMM AGRI-FOOD, Compania urmând să co-finanțeze grantul cu 18.000 EUR din numerarul propriu. Fondurile au fost utilizate pentru achiziționarea de materii prime și materiale.

ÎNCHEIEREA UNUI CONTRACT CU MEGA IMAGE

În data de **8 iunie 2022**, Compania a informat piața cu privire la încheierea unui contract cu Mega Image pentru livrarea ouălor către 2 platforme logistice situate în zona Bucureștiului, contractul fiind încheiat pe o durată nedeterminată. Valoarea totală a contractului nu poate fi estimată, acesta fiind un acord cadru în baza căruia Compania livrează ouă în funcție de comenzile primite din partea Mega Image.

ELIBERARE CIIF DIN PARTEA ASF ȘI MAJORAREA CAPITALULUI SOCIAL

În data de **8 iunie 2022**, Compania a informat investitorii cu privire la emiterea Certificatului de Înregistrare a Instrumentelor Financiare, eliberat de către ASF, prin care se certifică majorarea capitalului social cu 36.253.418 acțiuni noi, conform hotărârii AGEA din data de 29.04.2022. Acțiunile au fost încărcate în conturile acționarilor în data de 25.08.2022, noul capital social al Companiei fiind de 8.804.401,40 lei, divizat în 88.044.014 acțiuni nominative, cu o valoare nominală de 0,1 lei per acțiune.

HOTĂRÂRILE AGEA DIN DATA DE 27.06.2022

În data de **27 iunie 2022** a avut loc Adunarea Generală Extraordinară a 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) achiziționarea Fabricii de Nutrețuri Combinate situată în Caransebeș cu prețul de 950.000 EUR;
- (ii) contractarea unei facilități de credit la termen de la Raiffeisen Bank S.A., în cadrul programului IMM INVEST sau RURAL INVEST, în sumă maximă de 4.200.000 lei în scopul achiziționării Fabricii de Nutrețuri Combinate situată în Caransebeș și constituirii de garanții aferente obligațiilor născute din facilitatea de credit;
- (iii) contractarea unei facilități de credit la termen de la Raiffeisen Bank S.A. în sumă maximă de 5.000.000 lei în scopul finanțării activității curente a Avicola Mihăilești, în cadrul programului Rural Invest, și constituirii de garanții aferente obligațiilor născute din facilitatea de credit;
- (iv) suplimentarea facilității de credit contractată de la Raiffeisen Bank S.A. sub formă de descoperit de cont (overdraft) de la suma de 4.000.000 lei la suma de 13.000.000 lei, de la orice instituție financiară bancară din România, cu scopul refinanțării unor facilități de credit existente în sumă totală de 7.000.000 lei contractate de la alte bănci comerciale și în vedere finanțării activității curente, prelungirii valabilității, menținerea/constituirea de garanții.

PLATA CUPON NR. 5 LA OBLIGAȚIUNILE AGR25

În data de **12 septembrie 2022**, Agroland Business System a efectuat plata cuponului nr. 5 în valoare de 4,5370 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 Obligatorilor la data de referință 29 august 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.

ÎNFIINȚARE AGROLAND GENETICS S.R.L.

În data de **27 octombrie 2022**, a fost înființată o nouă subsidiară a Agroland Business System, Agroland Genetics S.R.L., în care deține 100% din capitalul social al companiei. Agroland Genetics S.R.L. are obiect principal de activitate creșterea păsărilor.

De asemenea, în urma Deciziei Consiliului de Administrație al Agroland Business System nr.31/29.11.2022, a avut loc transferul de activitate al fermei Avicola Mihăilești (inclusiv al salariaților) către Agroland Genetics S.R.L..

NUMIRE PERSONAL ÎN POSTURI CHEIE

În data de **15 decembrie 2022**, Agroland Business System a informat piața cu privire la numrea domnului Adrian Gafița în funcția de Director Financiar și a domnului Lucian Luca în funcția de Director Național de Retail.

Domnul Adrian Gafița are o experiență de peste 12 ani în domeniul financiar și contabil, dobândită atât în cadrul unor companii locale active în acest sector, cât și într-o companie de consultanță din Big Four. În noua sa poziție, domnul Gafița va coordona activitatea departamentului financiar al Companiei.

Domnul Lucian Luca are o experiență de 17 ani în sectorul de retail, perioadă în care a activat în cadrul mai multor companii internaționale de retail, prezente pe piața din România. În noua sa poziție, domnul Luca va fi responsabil de implementarea strategiei de vânzări a Companiei pentru eficientizarea proceselor și a portofoliului de produse.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 31 decembrie 2022, Grupul Agroland opera 242 de magazine, cu 10 magazine nete mai puțin decât la sfârșitul anului 2021. Numărul magazinelor MEGA la sfârșitul lui T4 2022 a fost de 22 unități în România, din care 14 au fost operate de către Agroland și alte 8 operate de către francizați, acestea având o suprafață totală de aproximativ 10.405 mp, în comparație cu suprafața totală de 17.000 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 grădinarit, îngrijirea animalelor de companie și hobby farming. Prin urmare, magazinele MEGA sunt mai puțin susceptibile la fluctuații semnificative pe parcursul anului legate de sezonabilitate decât cele care sunt aplicabile magazinelor tradiționale.

Magazine	31.12.2021	31.12.2022
Tradițional	38	42
Micul Fermier	17	16
Francizati	188	170
MEGA	9	14
Total magazine	252	242

Magazinele proprii, a căror performanță este analizată mai jos, includ rezultatele aferente magazinelor tradiționale Agroland, Micul Fermier și MEGA, dacă nu este specificat altfel. În scopul comparabilității, în ceea ce privește performanța magazinelor comparabile, conducerea exclude magazinele MEGA din cauza faptului că această rețea de magazine se află într-un proces de dezvoltare accelerată și majoritatea magazinelor nu a ajuns încă la maturitate, prin urmare compararea performanțelor aferente anului 2022 față de 2021 nu este relevantă. Performanța magazinelor în franciză este prezentată separat.

Performanța tuturor magazinelor (all stores) a înregistrat o evoluție pozitivă în T4 2022, având o creștere de 17% a vânzărilor nete, până la 9,3 milioane de lei, o creștere de 9% a numărului de clienți deserviți, care a ajuns la 171.475 de persoane, și o scădere cu 9% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare, la 51 de lei. Scăderea valorii medii a bonului fiscal de vânzare este cauzată de sezonabilitate și de faptul că T4 este întotdeauna cel mai slab trimestru din an. În plus, în 2022, inflația a determinat un comportament mai prudent al clienților, care s-au orientat către produsele mai ieftine. Per ansamblu, performanța din 2022 a crescut cu 27% față de 2021, magazinele proprii generând venituri de 80,9 milioane de lei, în timp ce numărul de clienți deserviți a depășit 1,1 milioane.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând Agroland Tradițional, Micul Fermier, MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	12.773.223	15.155.762	19%	180.026	227.117	26%	71	67	-6%
T2	30.384.228	38.393.060	26%	412.505	468.032	13%	74	82	11%
T3	12.856.260	18.124.639	41%	224.994	278.386	24%	57	65	14%
T4	7.883.502	9.259.263	17%	157.303	171.475	9%	56	51	-9%
12L	63.897.213	80.932.724	27%	974.828	1.145.010	17%	70	66	-6%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional și Micul Fermier, excluzând performanța magazinelor MEGA, a scăzut cu 12% în T4 2022

comparativ cu T4 2021, vânzările nete au fost de 3,2 milioane de lei, iar numărul de clienți a scăzut cu 21%, ajungând la 62.096 de persoane (din care 72% dintre clienți la magazinele Agroland Tradițional și 28% la Micul Fermier). Scăderea numărului 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. În același timp, valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 12% în T4, ajungând la 51 de lei.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (incluzând Agroland Tradițional și Micul Fermier, excluzând MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	11.283.212	9.847.866	-13%	138.306	124.177	-10%	82	79	-3%
T2	24.085.898	25.987.608	8%	301.168	281.232	-7%	80	92	16%
T3	8.370.480	9.535.046	14%	141.280	137.599	-3%	59	69	17%
T4	3.666.878	3.243.802	-12%	78.631	62.096	-21%	45	51	12%
12L	47.406.468	48.614.322	3%	659.385	605.104	-8%	67	73	9%

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 T4 2022 a crescut cu 43% față de T4 2021, până la 5,7 milioane de lei. În T4 2022, magazinele MEGA au atras 102.844 de clienți. Valoarea medie a bonului fiscal a crescut ușor, cu 4%, până la 56 de lei în T4 2022, ca urmare a motivelor deja menționate mai sus, legate de comportamentul mai prudent al clienților în contextul economic mai dificil care a afectat segmentul de grădinărit și pet care. De asemenea, este important de subliniat că nu toate magazinele MEGA au atins încă maturitatea deplină – 5 magazine au fost deschise în 2022 și până la data redactării prezentului raport, astfel că nu a trecut încă 1 an de la inaugurarea magazinelor. Pe de altă parte, există 3 magazine MEGA care nu au ajuns pe profit la un an. În aceste magazine a fost deja regândită schema de personal. De asemenea, am făcut analize pentru eficientizarea portofoliului de produse, astfel încât să identificăm categoriile de produse care nu au avut performanța așteptată. Noul Director Național de Retail se va axa în perioada următoare chiar pe aceste magazine.

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	9%
T2	4.558.776	11.183.043	145%	89.552	170.190	90%	51	66	29%
T3	3.818.931	8.032.954	110%	72.960	131.407	80%	52	61	17%
T4	4.026.832	5.742.446	43%	74.977	102.844	37%	54	56	4%
12L	14.397.844	30.401.114	111%	275.197	497.795	81%	52	61	17%

Vânzările online au înregistrat o creștere de 13% în T4 2022 față de T4 2021, ajungând la 1,6 milioane de lei. Numărul clienților din online a crescut cu 9%, până la 7.893. În T4 2022, valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărături online a fost aproape cea mai ridicată de la începutul anului, ajungând la 207 lei, o creștere de 4% față de T4 2021.

În ceea ce privește evoluția pe tot parcursul anului, vânzările nete online au crescut cu 14%, ajungând la 6,9 milioane de lei. Cu strategia axată pe creșterea volumelor, numărul de clienți a

crescut cu 22%, până la 35.327, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 5%, la 198 de lei. Este important de menționat că din punct de vedere al vânzărilor, magazinul online este cel mai important magazin Agroland pentru ca generează cele mai mari venituri, astfel că echipa de management îi acorda atenția cuvenită, în timp ce 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.

VÂNZĂRI ONLINE									
	Vânzări nete			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	10%
T2	1.511.148	2.021.330	34%	8.501	10.846	28%	178	186	5%
T3	1.860.365	2.021.700	9%	5.504	9.682	76%	340	209	-39%
T4	1.445.255	1.631.403	13%	7.263	7.893	9%	199	207	4%
12L	6.074.385	6.912.393	14%	29.052	35.327	22%	209	198	-5%

Vânzările către francizați au înregistrat o creștere de 7% în T4 2022 față de T4 2021, cu vânzări nete totale de 6,4 milioane de lei în T4 2022. Creșterea reflectă, în principal, majorările prețurilor produselor, în concordanță cu inflația, coroborate cu scăderea generală a numărului de tranzacții și de clienți. De asemenea, este important de subliniat că numărul magazinelor în franciză a scăzut cu 18 unități nete. Pe parcursul întregului an 2022, francizații Agroland au vândut produse în valoare de 99,8 milioane lei, în creștere cu 7%.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI			
	2021	2022	Δ%
T1	30.846.512	30.230.043	-2%
T2	43.067.917	47.182.971	10%
T3	13.772.752	15.980.741	16%
T4	5.951.022	6.372.184	7%
12L	93.638.203	99.765.939	7%

CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

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

Categorie	2021	2022	Δ%
Furaje & concentrate	85.182.345	92.210.630	8%
Input (AAB)	37.915.791	69.888.912	84%
Pui	50.804.869	54.145.524	7%
Produse <i>pet food</i>	21.725.881	28.817.503	33%
Food	9.809.023	17.155.800	75%
Ferme	8.245.914	16.868.564	105%
Agricole	10.225.111	10.268.417	0%
Echipamente	7.763.948	9.399.559	21%

Aditivi	7.458.612	7.526.813	1%
Altele	2.870.268	4.397.562	53%
Farmacie& Fitofarmacie	594.128	2.043.379	244%
<i>Reduceri</i>	<i>(8.556.672)</i>	<i>(10.224.692)</i>	19%
Total CA 12L	234.039.218	302.497.969	29%

În 2022, cea mai mare contribuție la cifra de afaceri a fost adusă de furaje și concentrate, care s-au ridicat la 92,2 milioane de lei, o creștere de 8% față de 2021. La sfârșitul anului 2022, Agroland a început producția de furaje la fabricile din Caransebeș și Ișalnița (Dolj). Acest fapt va aduce un impact major asupra marjelor obținute începând cu anul 2023.

A doua cea mai mare contribuție a fost înregistrată la nivelul vânzării de inputuri agricole (rezultate generate de către Agroland Agribusiness), care a crescut cu 84%, ajungând la 69,9 milioane de lei (pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți Raportul Administratorului AAB pentru 2022, disponibil [AICI](#)). Vânzarea de pui de o zi a crescut cu 7% în 2022, ajungând la 54,1 milioane de lei. Produsele pet-food au înregistrat o creștere de 33%, ajungând la 28,8 milioane de lei, vânzările de produse pentru ferme au crescut cu 105%, ajungând la 16,9 milioane de lei, iar vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, a crescut cu 75%, ajungând la 17,2 milioane de lei. Pentru această categorie de venituri este important de menționat că se lucrează la pornirea producției de ouă lichide la Mihăilești, în prima parte a anului 2023.

ANALIZA P&L CONSOLIDAT

Veniturile din exploatare la nivel consolidat au crescut cu 31% în 2022, datorită majorării prețurilor pe fondul inflației și al expansiunii la nivelul magazinelor MEGA, dar și a întregii activități a Agroland Agribusiness. Prin urmare, veniturile au ajuns la 305,2 milioane de lei. Această categorie este formată, în principal, din cifra de afaceri, care a ajuns la 282,9 milioane de lei (+30% față de 2021), venituri din producția în curs de execuție, care s-au ridicat la 12,7 milioane de lei (+256%), precum și din alte venituri din exploatare, care au ajuns la 9,5 milioane de lei (-7%).

La analiza cifrei de afaceri, producția vândută, care reprezintă veniturile producției vândute de Avicola Mihăilești – ouă de consum și pui de o zi, a înregistrat o creștere de 57%, aducând venituri totale de 34,3 milioane de lei. Veniturile din vânzarea mărfurilor au crescut cu 26% și s-au ridicat la 256,3 milioane de lei. Reducerile comerciale acordate au crescut cu 22%, sub creșterea veniturilor, și au ajuns la 10,3 milioane de lei. În contextul actual de creștere a inflației, care a dus la creșterea costurilor materiilor prime, a energiei și utilităților, prețurile au fost majorate, iar reducerile oferite clienților au scăzut în concordanță cu piața. În cifra de afaceri sunt incluse și veniturile din subvenții, respectiv subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, care au ajuns la 2,5 milioane de lei (+23% vs. 2021).

Veniturile din producția în curs de execuție, în valoare de 12,7 milioane de lei, reprezintă variația stocului (producție și vânzare) la găinile de reproducție, găinile ouătoare, rezultatul incubației și puii crescuți în fermele de la platforma Mihăilești. Alte venituri din exploatare provin, în principal, din vânzarea halei din localitatea Giarmata, jud. Timiș, și din subvenții aferente altor cheltuieli de exploatare, diferența reprezentând: închideri solduri parteneri, rotunjiri solduri și diverse reglări. Această poziție include și suma de 1,6 milioane de lei primită de la Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură de către Platforma Mihăilești.

Cheltuielile din exploatare au crescut cu 34%, atingând cifra de 297,4 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la nivel de costuri au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care au ajuns la 201,9 milioane de lei, o creștere cu 34%. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut cu 43%, ajungând la 27,9 milioane de lei, creștere determinată, în principal, de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Alte cheltuieli materiale au crescut de aproape 7 ori, ajungând la 3,7 milioane de lei, creșterea fiind în linie cu majorarea producției vândute.

Creșterea cu 37% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 3,5 milioane de lei în 2022, a fost determinată de deschiderea de noi magazine în perioada de 12 luni, precum și de

integrarea Avicolei Mihăilești. Prețurile la energie au un impact important asupra producției ouălor de consum. Impactul este semnificativ în ceea ce privește fermele de tineret și reproducție, precum și la incubajie. Pentru ouă, compania a reușit să transfere creșterea costurilor în prețul final. În ceea ce privește puii de o zi, este estimat ca transferul costurilor în preț va fi realizat odată cu începerea producției în luna martie 2023. Pe altă parte, compania a compensat o parte din costurile cu energia în 2022, având montate panouri solare cu capacitate de 300 kW, dintre care 200 kW la Avicola Mihăilești și câte 50 kW la Agroland MEGA Afumați și Agroland MEGA Bolintin Vale. Toate aceste proiecte au fost finanțate din surse proprii. Estimarea este că investiția va fi recuperată în decurs de 3-4 ani.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 21%, ajungând la 25,2 milioane de lei, majorare determinată de creșterea salariului mediu. În 2022, Agroland Business System a avut, în medie, 407 angajați la nivel consolidat, față de media de 404 angajați la nivel consolidat în 2021 (237 angajați cu normă întreagă la nivel individual în 2022, față de 349 în 2021, scăderea fiind influențată de transferul de personal din ferma Mihăilești, pe firma Agroland Genetics SRL). De asemenea, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 67%, până la 4,4 milioane de lei, creșterea fiind determinată de deschiderea de noi magazine.

Alte cheltuieli din exploatare au crescut cu 28%, până la 35,4 milioane de lei. Creșterea a fost determinată de costul de 2,5 milioane de lei aferent activelor cedate (hala Giarmata), precum și de costuri în valoare de 2,6 milioane de lei pentru chirii și alte servicii legate de magazinele noi.

Majorarea și fluctuația prețurilor la energie și cereale, inflația, precum și întreruperile pe lanțul de aprovizionare au afectat marjele la produsele Agroland. Prin urmare, pe parcursul anului 2022, compania a încercat să transfere aceste creșteri către clienții finali, dar în S2 2022 a fost vizibil că anumiți clienți, în contextul prețurilor în creștere, au decis să cumpere produse mai ieftine – acest aspect fiind valabil în special pentru produsele de pet care și grădinarit, unde clienții nu pot renunța la anumite achiziții, aleg opțiuni mai ieftine pentru a economisi bani. Prin urmare, comportamentul consumatorilor cauzat de inflație, combinat cu investițiile în dezvoltarea de noi magazine sau modernizarea magazinelor existente, investițiile în pregătirea fabricii din Caransebeș și Ișalnița pentru a produce furaje, precum și pregătirea demarării producției de ouă lichide la Mihăilești pentru prima parte a anului 2023 au condus la scăderea rezultatului operațional și, în consecință, a marjei nete. Pe termen mediu, aceste investiții vor rebalansa structura veniturilor pe parcursul anului, reducând astfel sezonabilitatea businessului Agroland Business System care, la nivel istoric, a avut o primă parte a anului care a generat proporția semnificativă a veniturilor, precum și a profiturilor. Noile investiții în fabricile de la Caransebeș și Ișalnița, precum și la ferma Mihăilești, vor aduce modelului de afaceri al Agroland o structură mai consistentă a veniturilor și profiturilor pe tot parcursul anului.

Prin urmare, în 2022, Agroland a înregistrat la nivel consolidat un rezultat operațional de 7,7 milioane de lei, o scădere de 36%, și un rezultat brut de 3,9 milioane de lei, mai mic cu 60%. Rezultatul brut a fost influențat de creșterea de 78% a cheltuielilor financiare, care au ajuns la 4,3 milioane de lei, din cauza măririi dobânzilor bancare – compania având doar obligațiuni corporative cu dobândă fixă, restul finanțărilor având o rată variabilă a dobânzii. Creșterea cheltuielilor financiare a fost ușor compensată de creșterea cu 181% a veniturilor financiare, care au ajuns la 512 de mii de lei. Întrucât impozitul a scăzut cu 49%, profitul net pentru 2022 a fost de 3,3 milioane lei, în scădere cu 62%.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2021	2022	Δ %
Venituri din exploatare	233.378.788	305.119.288	31%
Cheltuieli din exploatare	217.465.338	282.901.854	30%
Rezultat operațional	12.162.008	7.732.585	-36%
Rezultat financiar	(2.255.789)	(3.818.603)	69%
Rezultat brut	9.906.220	3.913.981	-60%
Rezultat net	8.694.741	3.291.234	-62%

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 2022, Emitentul activa într-o rețea de 242 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 4-500m². În prezent rețeaua de magazine MEGA a ajuns la 22 astfel de unități.

În anul 2022, aproximativ 33% din cifra de afaceri a fost realizată în magazinele proprii comparativ cu anul 2021, când aceasta a reprezentat peste 27% (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 2022, conform datelor înregistrate de către Emitent, numărul total de clienți a fost de aproximativ 2,5 milioane care au făcut cumpărături din magazinele Agroland, luând în considerare atât magazinele proprii, cât și cele în franciză. Dintre clienții înregistrați anul trecut, peste 1,2 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 2022, cei mai mari parteneri în franciză sunt:

Partener	Valoare brută (lei)
Client Francizat 1	14.372.949
Client Francizat 2	13.306.930
Client Francizat 3	9.858.992
Client Francizat 4	5.391.833
Client Francizat 5	5.370.443

Partenerii Emitentului au obligația de a achiziționa produsele în exclusivitate de la compania Emitentului sau de la furnizori agreeți de aceasta. Termenele de plată 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	2018	2019	2020	2021	2022
Venituri	136.147.539	133.643.488	191.333.213	233.378.788	305.119.288
Marja netă de profit (%)	3,0%	1,8%	5,5%	3,7%	1,1%

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.

ANALIZĂ BILANȚ CONSOLIDAT

Activele totale au crescut cu 40% în 2022, creșterea fiind determinată, în primul rând, de majorarea cu 39% a activelor circulante, până la 106,4 milioane de lei, a activelor imobilizate cu 42%, până la 86 milioane de lei, și a poziției de numerar cu 47%, până la 7 milioane de lei.

Activele imobilizate au crescut în principal datorită aprecierii cu 42% a imobilizărilor corporale, care au ajuns la 86 milioane de lei. Creșterile au fost determinate de: investiția de 11,9 milioane de lei în FNC Ișalnița, investiția de 5,4 milioane de lei în modernizarea și creșterea capacității de producție a platformei avicole Mihăilești, precum și de deschiderea de noi magazine MEGA în toată țara. Activele corporale au un grad de uzură specific activității derulate, în principal de birou, magazin și depozit. Imobilizările necorporale au crescut cu 80%, până la 1,4 milioane de lei, datorită faptului că în S2 2022 s-a investit în digitalizarea activității, prin implementarea unui sistem WMS în depozitul central, crearea unei noi platforme B2C și începerea implementării unei noi soluții de bugetare, raportare financiară și operațională.

Activele circulante s-au apreciat cu 39% datorită creșterii cu 59% a stocurilor, până la 52,8 milioane de lei, determinată de dimensiunea mai mare a afacerii, deschiderea de noi magazine în perioada analizată, precum și de decizia de a continua creșterea portofoliului de produse disponibile în magazine. De asemenea, creanțele au crescut cu 21%, până la 46,5 milioane de lei, cauzată de creșterea dimensiunii afacerilor Agroland Business System și Agroland Agribusiness. Nu există valori semnificative pentru care există risc de neîncasare. Poziția casa și conturi la bănci a atins suma de 7 milioane de lei.

Datoriile totale au crescut în 2022 cu 40%, de la 98,8 milioane de lei, la 138,4 milioane de lei. Creșterea datoriilor este determinată de investițiile semnificative efectuate, prin creșterea cu 55%, până la 66,5 milioane de lei, a datoriilor pe termen lung. Datoriile pe termen lung includ datoriile bancare (creștere de 106%, până la 45,7 milioane de lei), obligațiuni corporative (18,1 milioane de lei, valoare neschimbată), precum și leasing (scădere de 4%, la 2,7 milioane de lei).

Datoriile curente au crescut cu 29% de la începutul anului, până la 72 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la această categorie au reprezentat-o datoriile către furnizori, care au crescut cu 67%, până la 37,3 milioane de lei, datorită concentrării companiei pe creșterea stocurilor. Datoriile bancare pe termen scurt au crescut cu 12%, la 21,3 milioane de lei, și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au scăzut cu 28%, până la 6,9 milioane de lei – acestea fiind alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii au crescut cu 13%, până la 3,8 milioane de lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 41%, de la 38,3 milioane de lei la 54 milioane de lei, această creștere fiind determinată, în principal, de o majorare cu 102%, până la 28 de 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 86%, până la 8,9 milioane de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active imobilizate	60.738.292	85.958.719	42%
Active circulante	76.377.299	106.443.110	39%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	7.048.004	47%
TOTAL ACTIV	137.115.592	192.401.830	40%
Datorii curente	55.800.569	71.953.425	29%
Datorii pe termen lung	42.992.631	66.494.068	55%
Capitaluri proprii	38.322.392	53.954.337	41%
TOTAL PASIV	137.115.592	192.401.830	40%

POLITICA DE 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 Președintele Consiliului de Administrație 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. În anul 2021, Compania a realizat o operațiune de majorare a capitalului social cu suma de 3.531.177 lei, de la 1.177.059 lei până la 4.708.236 lei, din profitul de repartizat aferent anului

2020, prin emisiunea unui număr de 35.311.770 noi acțiuni cu valoare nominală de 0,1 lei/acțiune. De asemenea, în anul 2022, a avut loc o nouă majorare a capitalului social, de această dată cu suma de 3.625.341,8 lei din profitul de nerepartizat aferent anului 2020. Repartizarea acțiunilor nou emise a fost făcută în proporție de 7 acțiuni gratuite la 10 acțiuni deținute.

Conform politicii de dividende a Societății, pentru următorii 3 ani, având în vedere strategia de dezvoltare propusă, societatea nu are în vedere distribuirea de dividende sub formă de numerar.

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 28.04.2023 propunerea cu privire la repartizarea profiturilor realizate a fost următoarea:

- rezerve legale: 78.157 lei;
- profit nedistribuit: 1.236.511 lei.

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI

BVC 2023

Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru anul 2023 prezentat mai jos include rezultatele preconizate a fi generate de Agroland Business System S.A. la nivel consolidat.

ESTIMARE BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI 2023	SUMA (LEI)
Vânzări nete	329.657.235
COGS (costul produselor vândute)	219.064.440
Marja brută	110.592.795
OPEX	84.346.820
EBITDA	26.245.975
EBIT	20.394.512
EBT	13.967.563
Profit net	11.077.340

Pentru anul 2023, Compania nu are bugetate investiții majore, ceea ce va putea determina o reechilibrare a nivelului de îndatorare.

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 grădinaritul, creșterea animalelor de companie sau de expoziție.

În 2023, Compania are în plan deschiderea a încă 4 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 6 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, precum și ferme de tineret înlocuire. Decizia de preluare a fermelor din Mihăilești a făcut 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 Lidl România, Mega Image și Penny, care achiziționează ouă de consum. De asemenea, exportăm cantități semnificative de oua pentru industria alimentară din Uniunea Europeană, profitând astfel de prețul ridicat obținut.

În anul 2022, Compania a derulat investiții importante în cadrul Avicola Mihăilești. Astfel, în decembrie 2022, numărul de găini în producție a crescut de la 125.000 la 180.000, iar în februarie 2023, capacitatea a ajuns la 205.000. În acest context, capacitatea de producție a ouălor a Avicola Mihăilești a crescut de la 3,2 milioane de ouă la 5 milioane de ouă pe lună.

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 250.000 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 producția de pui de o zi la nivel local, pe care îi comercializează în magazinele din cadrul rețelei. Pentru creșterea capacității și modernizarea capacităților existente, societatea a accesat finanțări bancare pe termen lung (8-10 ani) precum și programe de finanțare cu fonduri europene.

Sustenabilitate

În prezent, Compania are montate panouri fotovoltaice cu o capacitate de 300kW, dintre care 200 kW la Avicola Mihăilești și câte 50 kW la Agroland MEGA Afumați și Agroland MEGA Bolintin Vale. 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.

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 dobândă 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 dezvolta categorii complementare sezonaliității. 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. De asemenea, în 2022, Compania a realizat diverse investiții, precum fabricile de furaje din Caransebeș și Ișalnița, creșterea capacității de producție a Avicola Mihăilești, de la 3,2 milioane de ouă la 5 milioane de ouă pe lună, precum și producția de ouă lichide tot la Mihăilești, care vor contribui la reducerea sezonaliității business-ului

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 ca variația prețurilor pieței, cum ar fi cursul de schimb valutar, rata 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 ca 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 actuala 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 datoriei care să permită desfășurarea optimă a activității de comercializare de produse prin intermediul lanțului său 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 plată pentru partenerii Agroland, care au obligația de a achiziționa produsele în exclusivitate de la ABS sau de la furnizori agreați 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 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. De asemenea, această limită 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 procese deschise, prin care intenționează recuperarea creanțelor prin toate metodele disponibile din punct de vedere legal și administrativ.

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 poate expune compania la pretenții legate de defăimare, diseminare de informații greșite sau false 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)	2021	2022	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	233.378.788	305.119.288	31%
Cifra de afaceri, din care:	217.465.338	282.901.854	30%
Producția vândută	21.892.563	34.336.392	57%
Venituri din vânzarea mărfurilor	204.048.408	256.324.158	26%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(8.475.634)</i>	<i>(10.302.197)</i>	22%
Venituri din subvenții de exploatare	2.066.055	2.543.501	23%
Venituri din producția în curs de execuție	3.561.973	12.672.097	256%
Alte venituri din exploatare	10.285.423	9.545.337	-7%
Cheltuieli din exploatare, din care:	221.216.779	297.386.704	34%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	19.569.663	27.896.506	43%
Alte cheltuieli materiale	540.494	3.702.655	585%
Cheltuieli cu energia și apa	2.515.642	3.454.589	37%
Cheltuieli privind mărfurile	150.308.875	201.913.085	34%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(2.776.348)</i>	<i>(4.398.288)</i>	58%
Cheltuieli cu personalul	20.762.818	25.223.980	21%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	2.664.973	4.443.337	67%
Alte cheltuieli de exploatare	27.602.660	35.397.989	28%
Cheltuieli privind provizioanele	28.002	(247.150)	-983%
Rezultat operațional	12.162.008	7.732.585	-36%
Venituri financiare	182.645	512.427	181%
Cheltuieli financiare	2.438.433	4.331.030	78%
Rezultat financiar	(2.255.789)	(3.818.603)	69%
Venituri totale	233.561.432	305.631.715	31%
Cheltuieli totale	223.655.213	301.717.734	35%
Rezultat brut	9.906.220	3.913.981	-60%
Impozitul pe profit/alte impozite	1.211.479	622.747	-49%
Rezultat net	8.694.741	3.291.234	-62%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active imobilizate, din care:	60.738.292	85.958.719	42%
Imobilizări necorporale	766.617	1.376.597	80%
Imobilizări corporale	52.790.210	77.384.090	47%
Imobilizări financiare	7.181.466	7.198.033	0%
Active circulante, din care:	76.377.299	106.443.110	39%
Stocuri	33.267.974	52.847.736	59%
Creanțe	38.320.380	46.547.371	21%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	7.048.004	47%
TOTAL ACTIV	137.115.592	192.401.830	40%
Datorii curente, din care:	55.800.569	71.953.425	29%
Datorii bancare	18.948.211	21.297.096	12%
Impozit	1.369.773	55.889	-96%
Furnizori terți	22.319.783	37.321.109	67%
Afiliați	28.624	51.624	80%
Salarii și impozite pe salarii	3.332.038	3.780.544	13%
Alte datorii pe termen scurt	9.534.700	6.858.211	-28%
Leasing	267.440	2.588.952	868%
Datorii pe termen lung, din care:	42.992.631	66.494.068	55%
Datorii bancare	22.141.165	45.685.989	106%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.771.166	2.669.780	-4%
Alte datorii pe termen lung	-	58.000	100%
Total datorii	98.793.201	138.447.493	40%
Capitaluri proprii, din care:	38.322.392	53.954.337	41%
Capital subscris și vărsat	4.757.936	8.854.950	86%
Prime de capital	13.821.096	27.969.531	102%
Rezerve legale	615.053	784.785	28%
Profitul sau pierderea reportată	10.812.806	14.665.988	36%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	8.694.742	3.291.234	-62%
Repartizarea profitului	379.241	169.732	-55%
Acțiuni proprii	0	1.442.421	100%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	137.115.592	192.401.830	40%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2021	2022	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	196.168.858	233.463.150	19%
Cifra de afaceri, din care:	180.689.545	214.844.116	19%
Producția vândută	22.647.850	39.153.829	73%
Venituri din producția în curs de execuție	3.561.973	6.572.960	85%
Venituri din vânzarea mărfurilor	160.088.982	178.906.045	12%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(2.047.287)</i>	<i>(3.215.758)</i>	<i>57%</i>
Venituri din subvenții de exploatare	1.340.130	2.543.501	90%
Alte venituri din exploatare	10.577.210	9.502.573	-10%
Cheltuieli din exploatare, din care:	186.975.617	229.669.503	23%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	19.372.453	26.630.914	37%
Alte cheltuieli materiale	465.319	3.559.810	665%
Cheltuieli cu energia și apa	2.369.367	3.292.229	39%
Cheltuieli privind mărfurile	119.654.366	140.611.275	18%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(414.630)</i>	<i>(597.161)</i>	<i>44%</i>
Cheltuieli cu personalul	17.106.137	20.237.283	18%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	2.206.052	3.621.423	64%
Alte cheltuieli de exploatare	26.188.551	32.560.880	24%
Cheltuieli privind provizioanele	28.002	(247.150)	-983%
Rezultat operațional	9.193.241	3.793.647	-59%
Venituri financiare	177.412	907.394	411%
Cheltuieli financiare	2.353.000	3.137.882	33%
Rezultat financiar	(2.175.588)	(2.230.488)	3%
Venituri totale	196.346.270	234.370.544	19%
Cheltuieli totale	189.328.617	232.807.385	23%
Rezultat brut	7.017.653	1.563.159	-78%
Impozitul pe profit/alte impozite	838.580	248.491	-70%
Rezultat net	6.179.073	1.314.668	-79%

BILANȚ INDIVIDUAL

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active imobilizate, din care:	56.130.117	81.871.903	46%
Imobilizări necorporale	692.221	1.330.152	92%
Imobilizări corporale	45.540.257	70.253.174	54%
Imobilizări financiare	9.897.638	10.288.577	4%
Active circulante, din care:	58.967.479	80.558.050	37%
Stocuri	29.692.422	40.174.737	35%
Creanțe	26.351.272	36.205.764	37%
Casa și conturi la bănci	2.923.785	4.177.549	43%
TOTAL ACTIV	115.097.596	162.429.953	41%
Datorii curente, din care:	50.750.586	70.164.487	38%
Datorii bancare	18.948.211	18.701.468	-1%
Impozit	1.209.505	(27.733)	-102%
Furnizori terți	18.131.728	43.845.069	142%
Afiliați	-	20.000	100%
Salarii și impozite pe salarii	3.011.301	2.647.776	-12%
Alte datorii pe termen scurt	9.449.841	2.864.767	-70%
Leasing	-	2.113.140	100%
Datorii pe termen lung, din care:	36.357.567	49.713.008	37%
Datorii bancare	16.215.116	38.199.368	136%
Obligațiuni corporative	8.080.300	8.080.300	0%
Leasing	2.472.151	1.738.340	-30%
Alte datorii pe termen lung	9.590.000	1.695.000	-82%
Total datorii	87.108.153	119.877.495	38%
Capitaluri proprii, din care:	27.989.443	42.552.458	52%
Capital subscris și vărsat	4.708.236	8.804.401	87%
Prime de capital	7.768.596	21.917.031	182%
Rezerve legale	586.295	664.452	13%
Profitul sau pierderea reportată	9.098.126	11.300.975	24%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	6.179.073	1.314.668	-79%
Repartizarea profitului	350.883	78.157	-78%
Ațiuni proprii	-	1.370.913	100%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	115.097.596	162.429.953	41%

CASH FLOW INDIVIDUAL

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2021	31/12/2022
Activități de exploatare		
Profitul net	6.179.073	1.314.668
Amortizare	2.206.052	3.621.423
Cheltuiala cu impozitul pe profit	838.580	248.491
Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii	9.223.705	5.184.582
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	(10.141.166)	(9.854.492)
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	(15.665.078)	(10.482.315)
Creșterea/(descreștere) datoriilor comerciale și alte datorii	21.284.978	19.413.901
Numerar generat din exploatare	4.702.438	4.261.676
Impozit pe profit plătit	(838.580)	(248.491)
Numerar net din activități de exploatare	3.863.858	4.013.185
Activități de investiții		
Achizițiile de imobilizări	(28.034.137)	(29.363.210)
Numerar net utilizat în activități de investiții	(28.034.136)	(29.363.210)
Activități de finanțare		
Încasări din creșterea capitalului social	-	14.619.259
Încasări din împrumuturi	22.069.516	13.355.441
Achiziție acțiuni proprii	-	(1.370.913)
Numerar net din activități de finanțare	22.069.516	26.603.788
Creșterea numerarului și echivalentului de numerar	(2.100.761)	1.253.763
Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei	5.024.547	2.923.786
Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei	2.923.786	4.177.549

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

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

Indicatorul lichidității curente la 31.12.2022

Active curente	106.443.110		
Datorii curente	71.953.425	= 1,48	

Indicatorul gradului de îndatorare la 31.12.2022

Capital împrumutat	x 100	66.494.068	x 100	= 123%
Capital propriu		53.954.337		

Capital împrumutat	x 100	66.494.068	x 100	= 55%
Capital angajat		120.448.405		

Capital împrumutat = Datorii peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 31.12.2022

Cifra de afaceri	282.901.854	
Active imobilizate	85.958.719	= 3,29

PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ

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

COD	PREVEDERI CARE TREBUIE RESPECTATE	RESPECTĂ INTEGRAL	NU RESPECTĂ	EXPLICAȚII
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		√	Emitentul este în curs de adoptarea a unui asemenea Regulament.
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 membrilor Consiliului 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.	√		După caz, membrii Consiliului de Administrație au informat Consiliul despre aceste legături.
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 a avut loc o evaluare a activității Consiliului în anul 2022.
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.
A.5.1.	Persoană de legătură cu Consultantul Autorizat	√		
A.5.2.	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	√		

	Consultatul 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 2022.
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 2022, 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 zi și materialele aferente; hotărârile adunărilor generale;	✓	Toate informațiile legate de AGA Agroland Business 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, prin intermediul platformei eVOTE.

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 operațional, profitului net sau orice alt indicator financiar relevant.	√	Agroland Business System emite rapoarte
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.	√	Compania va continua să organizeze evenimente periodice pentru investitori.

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 28 martie 2023

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate și individuale auditate pentru anul 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 Consiliului de Administrație oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc în anul 2022 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoso

Agroland Business System S.A.