



2023

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	19
ACȚIUNILE AG LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI	19
OBLIGAȚIUNILE AGR25 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI	19
EVENIMENTE CHEIE ÎN 2023	21
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	23
PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND	23
CIFRĂ DE AFACERI CONSOLIDATĂ, 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 2024	33
RISCURI	35
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	38
BILANȚ CONSOLIDAT	39
CASH FLOW CONSOLIDAT	40
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL	41
BILANȚ INDIVIDUAL	42
CASH FLOW INDIVIDUAL	43
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	44
PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ	45
DECLARAȚIA CONDUCERII	49

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 2023
Pentru exercițiul financiar	01.01.2023 – 31.12.2023
Data publicării raportului	29.03.2023

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	8.997.899,20 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Număr total acțiuni	89.978.992 acțiuni
Simbol	AG acțiuni; AGR25 obligațiuni

DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

Număr de telefon	+40 754 908 742
Email	investitor@agroland.ro
Website	www.agroland.ro

Situațiile financiare consolidate și individuale la 31 decembrie 2023 prezentate în paginile următoare sunt **auditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Anul 2023 a reprezentat o nouă provocare pe care companiile active în sectorul agricol și cele adiacente acestuia au trebuit să o gestioneze. După anii anteriori care au fost marcați fie de pandemie, fie de inflație ridicată și creșterea dobânzilor, 2023 a rămas afectat de dificultățile perioadei precedente. Astfel, deși rata de creștere a inflației a decelerat în a doua jumătate a anului, scăzând sub pragul de 10%, nivelul rămâne unul ridicat. Acest fapt este accentuat și de majorările anterioare ale prețurilor, ceea ce face ca puterea de cumpărare reală a românilor să fie în continuare una redusă în comparație cu perioada pre-inflaționistă.



La toate acestea se adaugă și situația sectorului agricol din 2023, care a traversat unul din cei mai dificili ani din istoria recentă. Incapacitatea fermierilor de a-și acoperi costurile ridicate de înființare a culturilor din 2022 prin vânzarea producției, în condițiile scăderii prețurilor cerealelor, a pus presiune pe toți membrii lanțului agricol, de la micii fermieri la producătorii de produse finite.

Privind partea pozitivă, toate aceste provocări ne demonstrează utilitatea diversificării activității noastre, prin care acoperim întregul ciclu de producție, de la semințe la raft. În acest mod, chiar și în perioadele dificile cum este cea prezentă, reușim să gestionăm mult mai bine eventualele riscuri, astfel încât, compania în ansamblu să continue să fie profitabilă, cu o marjă de profit în creștere de la an la an - un aspect important pentru noi și, de asemenea, o dovadă că strategia noastră de a introduce o ofertă diversificată de produse este una eficientă.

În 2023, am inaugurat două investiții care vor îmbunătăți semnificativ marjele practice. În primul rând, în T3 2023, am finalizat și operaționalizat fabrica de furaje de la Ișalnița. În cadrul acesteia, reușim să producem toate furajele necesare pentru fermele noastre, dar și pentru alte ferme, precum și să livrăm o parte din furajele necesare rețelei de retail. Există și două nișe pe care ne concentrăm, furajele pentru iepuri și miei, pe care ne propunem să devenim, în scurt timp, lider de piață la nivel național. De asemenea, la fabrica de la Caransebeș am introdus o nouă linie de ambalare, în prezent ambalând premixuri sub marcă proprie pentru toate tipurile de animale de fermă.

O altă investiție importantă din 2023 a fost operaționalizarea fabricii de hrană pentru animale de companie, care completează modelul nostru de afaceri. Producția de hrană pentru animalele de companie sub brandurile proprii, A-Pet-It și Pamax, a început în T4 2023 și va avea o capacitate lunară de 300 de tone, urmând ca din 2024, impactul anual al acesteia asupra veniturilor să fie de aproximativ 12 milioane de lei.

În ceea ce privește veniturile pentru aceste două categorii, furaje și produse *pet food*, ele vor continua să fie afectate de prețurile reduse de vânzare, în cazul furajelor, sau de inflația ridicată și orientarea clienților către produsele mai ieftine, așa cum se întâmplă pentru hrana animalelor de companie, unde observăm preferințele clare ale consumatorilor de a cumpăra cele mai ieftine opțiuni disponibile, afectând astfel cifra de afaceri, chiar dacă volumul este unul comparativ sau chiar mai mare. În ciuda acestui fapt, Agroland va beneficia de marje îmbunătățite obținute de pe

urma faptului că acestea sunt produse proprii, nu produse pe care le revindem, ceea ce va fi vizibil începând din 2024, primul an integral în care aceste fabrici sunt operaționale.

La nivel financiar, am finalizat 2023 cu o cifră de afaceri de 289,8 de milioane de lei, o creștere de 3%, datorată majorării cu 64% a producției vândute, până la 56,2 milioane de lei, rezultat al creșterii capacității de la platforma avicolă Mihăilești, cât și al începerii producției de furaje și hrană pentru animale de companie. Pe fondul reducerii cu 4% a cheltuielilor din exploatare, rezultatul operațional a înregistrat în 2023 o creștere de 44%, până la 11,1 milioane de lei. Astfel, în ciuda tuturor provocărilor din 2023, dar și al investițiilor importante pe care le-am realizat, am încheiat anul cu un profit net de 4,7 milioane de lei, în creștere cu 43% față de 2022.

Suntem optimiști în ceea ce privește perspectivele pentru anul 2024. Stabilizarea prețurilor din sectorul agricol și precipitațiile care până acum au fost la un nivel mai ridicat comparativ cu anul precedent creează premise pentru o îmbunătățire a situației fermierilor, atât a celor care practică hobby farming, cât și a celor care exploatează suprafețe extinse. De asemenea, există promisiuni din partea guvernului pentru sprijinirea sectorului agricol și zootehnic. Acestea vor avea un impact atât indirect, prin faptul că fermierii vor putea achiziționa inputuri furnizate de Agroland Agribusiness, cât și direct, prin sprijinirea activității avicole de la Mihăilești.

În acest mod, având în vedere premisele actuale, 2024 se anunță un an de stabilizare, cu fluctuații mai mici ale prețurilor și dobânzilor, care vor oferi o predictibilitate mai mare atât pentru companii, cât și pentru consumatori. De asemenea, investițiile pe care le-am realizat în ultimii ani pentru completarea modelului nostru de business vor genera venituri și marje îmbunătățite, aducând valoare adăugată acționarilor Agroland Business System.

Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în 2023 în paginile următoare. În cazul oricăror întrebări legate de activitatea noastră de la începutul anului, fie că este vorba despre afaceri sau de piața de capital, vă rugăm să nu ezitați să ne contactați la investitor@agroland.ro.

Horia Cardoso

Director General

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 235 la 31 decembrie 2023.

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

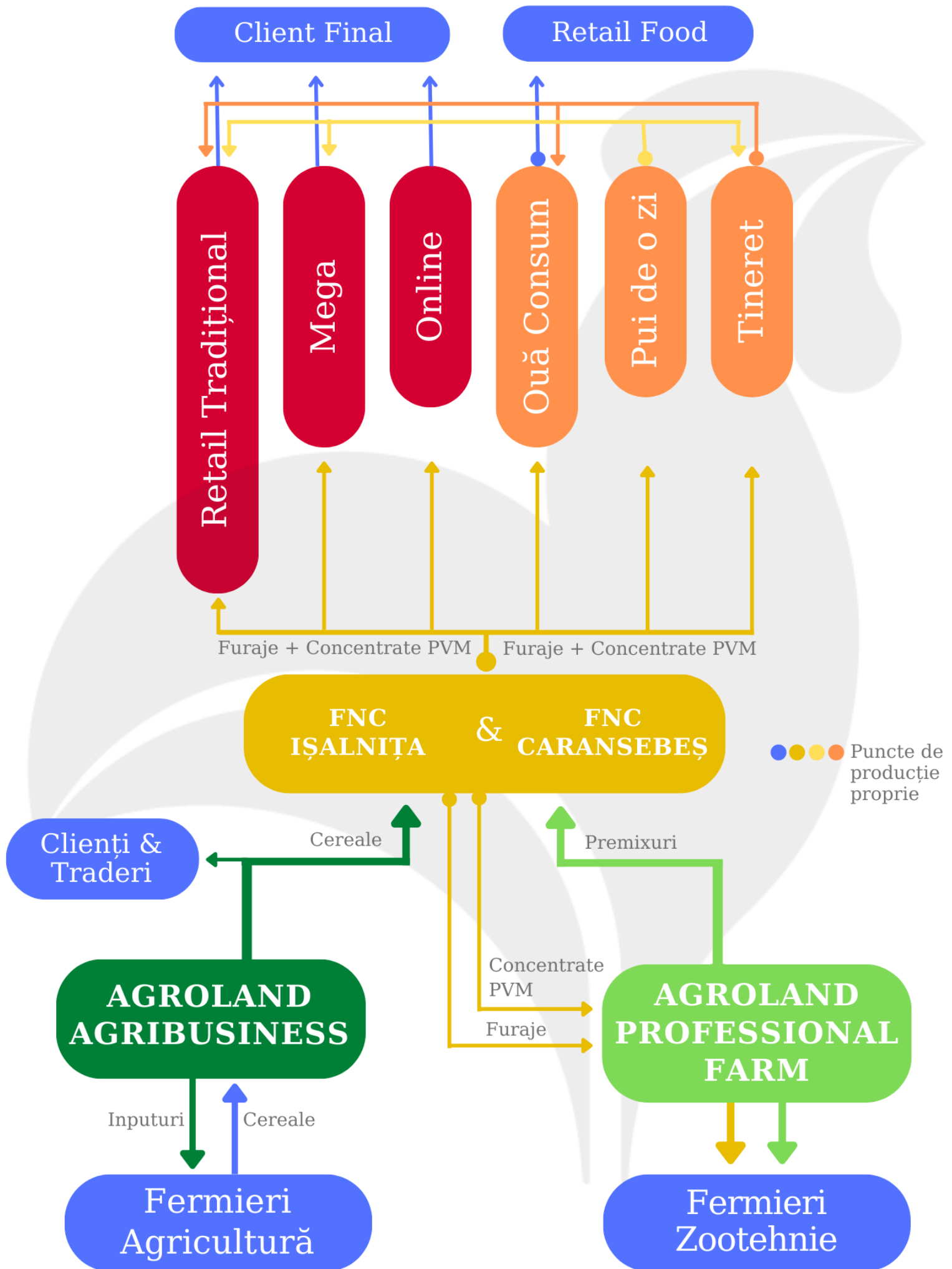
Business System S.R.L. în societăți de sine stătătoare, precum Agroland Agribusiness S.A., Agroland Professional Farm S.R.L. și Agroland Megastore S.R.L..

De asemenea, în 2022, activitatea desfășurată în cadrul platformei avicole de la Mihăilești, anterior deținută 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 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 Micului Fermier S.R.L.** este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Agroland. Compania, înființată în 2011, operează 16 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.

La data de 28.04.2023, Agroland Business System S.A. a cesionat 60% din părțile sociale deținute la Agroland Professional Farm S.R.L., rămânând cu o participație de 20%. Astfel, în situațiile financiare consolidate la 31.12.2023 nu mai sunt incluse rezultatele generate de Agroland Professional Farm S.R.L.



ORGANIGRAMA GRUPULUI

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

	Denumire	CUI	Activitate principală*	Anul înființării	Aționari	Deținere aționari
Leader de grup	Agroland Business System S.A.	26165241	4776	2009	Cardoș Horia	68,25%
					Alți aționari - Persoane fizice	25,41%
					Alți aționari - Persoane juridice	6,34%
Membru grup	Agroland Agribusiness SA	37478862	4621	2017	Agroland Business System S.A.	55,78%
					Radu Florin	23,7%
					Alți aționari (BVB)	20,52%
Membru grup	Agroland Professional Farm SRL	37208060	4621	2017	Agroland Business System S.A.	20%
					Robasciuc Dan Dorel	80%
Membru grup	Agroland Megastore SRL	40417148	6820	2019	Cardoș 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	Cardoș Horia	90%
					Cardoș Denisa	10%
Membru grup	Astradriving SRL	19345337	8553	2006	Cardoș 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	Asociația Sportivă Agroland	32848123		2014	Cardoș Horia – președinte și membru fondator	În cazul ONG-urilor nu există 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, dezvoltat împreună cu X by Ascendis, în colaborare cu Cowork Timișoara, este primul program complet de incubare din România, care stimulează și susține inovația în agricultură.

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, porcei, 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 Cățărațori
- Butași de trandafiri Pomîșor

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 2023, baza este de peste 283 de furnizori activi.

Denumire	Domeniu de activitate	Pondere
Furnizor 1	Furaje	27%
Furnizor 2	Pui	5%
Furnizor 3	Furaje	3%
Furnizor 4	Furaje	2%
Furnizor 5	Pui	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 2023, Agroland Business System a avut, în medie, 406 angajați la nivel consolidat, față de media de 358 de angajați la nivel consolidat în 2022.

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

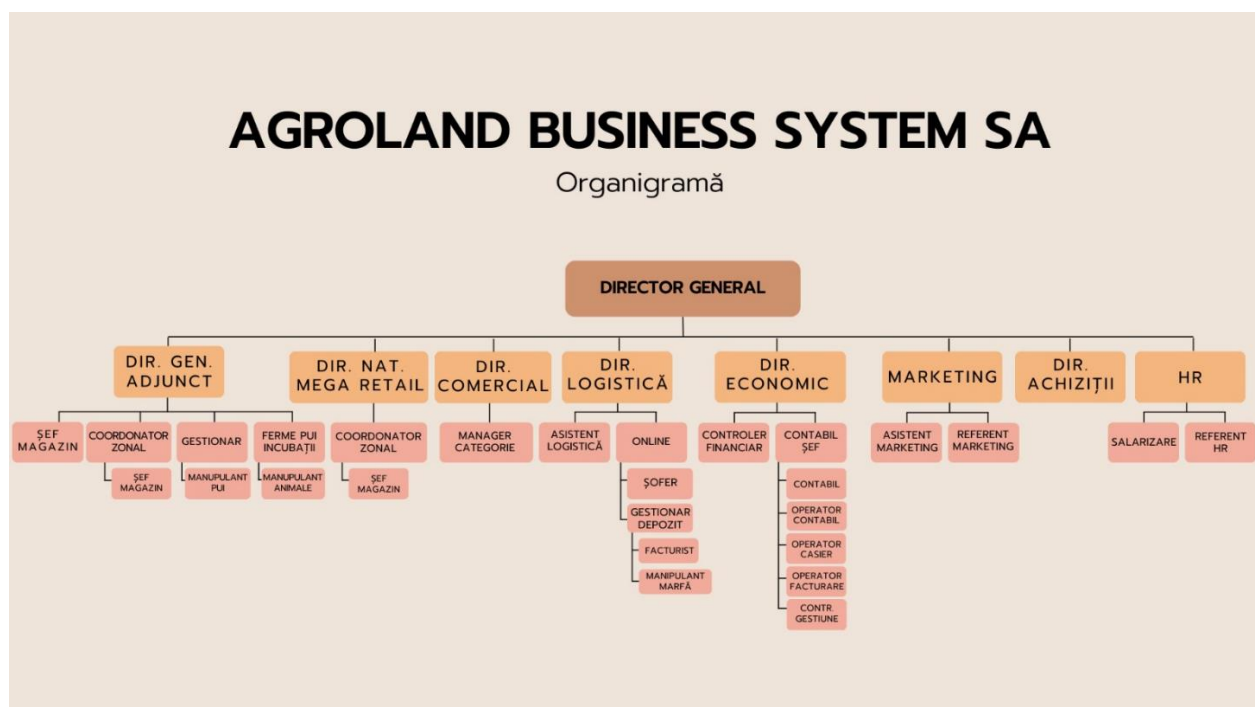
Detalii cu privire la angajați la nivel individual la data de 31.12.2023:

Departament	Nr. angajați
Management	15
Administrativ	32
Financiar	14
Fitofarmacii	18
Input	1
Logistică	52
Marketing	2
Online	6
Retail	209
Ferme proprii	7
Fabrici	50
TOTAL	406

Nivelul de studii al angajaților la nivel individual la 31.12.2023:

Departament	Studii superioare	Studii medii și sub studii medii
Management	15	0
Administrativ	28	4
Financiar	14	0
Fitofarmacii	2	16
Input	1	0
Logistică	5	47
Marketing	2	0
Online	4	2
Retail	79	130
Ferme proprii	0	7
TOTAL	150	256

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 Președintele Consiliului de Administrație 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 deține la 31.12.2023, 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 deține la 31.12.2023, 186.030 acțiuni AG. SevenX Ventures SRL, entitate afiliată lui Leonard Leca deține la 31.12.2023, 3.373.080 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 31.12.2023 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 31.12.2023 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 14 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 31.12.2023 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 31.12.2023 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.

Lucian Luca – Director Național de Retail

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. S-a alăturat echipei Agroland în 2022 și este responsabil de implementarea strategiei de vânzări a Companiei pentru eficientizarea proceselor și a portofoliului de produse.

Procent de deținere: Lucian Luca nu deținea la 31.12.2023 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Lucian Luca 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 Lucian Luca.
- Lucian Luca 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 31.12.2023, 48.093 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 31.12.2023 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 31.12.2023, 20.439 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 01.01.2023 – 31.12.2023, investitorii au tranzacționat 5.164.121 de acțiuni AG, în valoare totală de 6,2 milioane de lei (valoare medie zilnică de tranzacționare de 25.026 de lei).

La 31.12.2023, structura acționariatului companiei era următoarea:

Aționar	Număr Acțiuni	Procent
Horia Dan Cardoso	61.412.447	68,2520%
Persoane Fizice	22.864.764	25,4112%
Persoane Juridice	5.701.781	6,3368%
TOTAL	89.978.992	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 10.09.2024 și compania nu prevede nicio problemă cu plata acestuia.

În 2023, nu au fost efectuate operațiuni de achiziționare de acțiuni proprii de către Agroland Business System S.A. Niciuna dintre filialele Agroland Business System nu deținea acțiuni AG sau obligațiuni AGR25 la 31 decembrie 2023.

EVENIMENTE CHEIE ÎN 2023

DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

Investițiile realizate în magazine Agroland MEGA în anul 2023:

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
MEGA Câmpulung – Câmpulung, jud. Argeș	29.03.2023	varietate de peste 2.000 produse	Vânzări estimate la peste 600.000 euro pentru anul 2024	80.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri
MEGA Ianca – Ianca, jud. Brăila	30.03.2023	varietate de peste 3.000 produse	Vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2024	400.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri
MEGA Găești – Găești, jud. Dâmbovița	17.05.2023	varietate de peste 2.500 produse	Vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2024	300.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri
MEGA Domnești – Domnești, jud. Ilfov	02.11.2023	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2024	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	5 locuri
MEGA Dumbrăvița – Dumbrăvița, jud. Timiș	15.12.2023	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 700.000 euro pentru anul 2024	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri

În plus, în anul 2023, Compania a inaugurat și 8 magazine tradiționale, dintre care 3 magazine au fost deschise în jud. Teleorman, 4 în jud. Călărași și 1 în jud. Vrancea.

AGEA ȘI AGOA DIN DATA DE 28.04.2023

În data de **28 aprilie 2023**, 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) Cesiunea a 60% din părțile sociale deținute la societatea Agroland Professional Farm S.R.L.
- (ii) Aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli pentru 2023
- (iii) Prelungirea mandatului auditorului financiar

- (iv) Implementarea unui plan de recompensare a membrilor CA cu opțiuni privind posibilitatea de a achiziționa acțiuni ale Societății
- (v) Aprobarea majorării de capital social cu suma de 193.497,8 lei, de la 8.804.401,40 lei până la 8.997.899,2 lei, prin emisiunea a 1.934.978 acțiuni noi cu valoare nominală de 0,1 lei per acțiune, din profitul de nerepartizat aferent anului 2021 în beneficiul tuturor acționarilor înregistrați în Registrul Acționarilor ținut de Depozitarul Central la data de înregistrare stabilită de AGEA. Repartizarea acțiunilor nou emise se va face în proporție de 0,0219773 acțiune gratuită la 1 acțiune deținută.

ZIUA INVESTITORILOR AG ȘI AAB

În data de **15 iunie 2023**, a avut loc Ziua Investitorilor Agroland Business System S.A. (AG) și Agroland Agribusiness S.A. (AAB), eveniment alcătuit din două părți. Prima parte s-a desfășurat la București și a cuprins prezentări ale membrilor echipelor de management ale celor două companii. A doua parte a evenimentului a avut loc la platforma avicolă Mihăilești.

Înregistrarea primei părți a Zilei Investitorilor este disponibilă [AICI](#).

FINALIZAREA FABRICII DE FURAJE DE LA IȘALNIȚA

În data de **20 iulie 2023**, a avut loc finalizarea și inaugurarea Fabricii de Furaje de la Ișalnița, județul Dolj. Fabrica de Furaje de la Ișalnița a fost realizată în urma unei investiții de 20 de milioane de lei. Capacitatea anuală de producție a noii fabrici este de 28.000 de tone, acoperind aproximativ 60% din necesarul de furaje destinat fermelor și magazinelor din rețeaua Agroland. Cerealele utilizate în cadrul fabricii vor fi obținute de la fermierii parteneri ai Agroland Agribusiness, companie subsidiară Agroland Business System.

MAJORARE CAPITAL SOCIAL

În data de **25 august 2023**, Compania a anunțat piața despre primirea din partea Autorității de Supraveghere Financiară, a Certificatului de Înregistrare a Instrumentelor Financiare (CIIF) nr. AC-5220-6/24.08.2023. CIIF certifică înregistrarea operațiunii de majorare a capitalului social cu 1.934.978 de acțiuni noi care au fost emise conform Hotărârii Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor Companiei nr. 6 din data de 28 aprilie 2023. În urma majorării, capitalul social al Companiei este de 8.997.899,20 lei, divizat în 89.978,992 acțiuni nominative, cu o valoare nominală de 0,1 lei pe acțiune. Plata fracțiunilor rezultate în urma majorării capitalului social a fost efectuată în data de **31 august 2023**.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 31 decembrie 2023, Grupul Agroland opera 235 de magazine, cu 7 magazine nete mai puțin comparativ cu anul anterior. Numărul magazinelor MEGA la 31 decembrie 2023 a fost de 23 de unități, din care 13 au fost operate de către Agroland și alte 10 operate de către francizați. La nivelul magazinelor tradiționale, la data de 31 decembrie 2023, Grupul opera 212 magazine. Numărul ridicat de magazine tradiționale închise în 2023 este datorat deciziei Companiei de a înceta colaborarea cu 3 parteneri francizați și deschiderea în zonele respective de magazine proprii doar în locațiile performante.

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	31/12/2022	31/12/2023
Tradițional	220	212
MEGA	22	23
Total magazine	242	235

Magazinele proprii, a căror performanță este analizată mai jos, includ rezultatele aferente magazinelor tradiționale Agroland 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 și majoritatea magazinelor nu a ajuns încă la maturitate. Performanța magazinelor în franciză este prezentată separat.

În T1 2023, performanța tuturor magazinelor proprii (*all stores*) a înregistrat o creștere de 18% față de aceeași perioadă a anului precedent, vânzările nete ajungând la 17,9 milioane de lei. Numărul de clienți deserviți a fost în T1 2023 de 247.000 de persoane, un avans de 9%, în timp ce bonului fiscal de vânzare a avut o valoare cu 13% mai mare, de 76 de lei. În ceea ce privește T2 2023, a fost înregistrată o creștere de 18% a vânzărilor nete, până la 45,2 milioane de lei, o majorare cu 9% a numărului de clienți deserviți, care a ajuns la 510.000 de persoane, și o creștere cu 8% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare, la 89 de lei.

La nivelul T3 2023, vânzările nete au fost de 19,2 milioane de lei, o creștere de 6% comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior. Numărul de clienți deserviți din T3 2023 a scăzut cu 3%, până la 268.780 de persoane, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal de vânzare a fost de 72 de lei, creștere cu 10%. În T4 a fost înregistrată cea mai mare creștere procentuală la nivel de trimestru în anul 2023 comparativ cu 2022. Astfel, vânzările nete au crescut cu 21%, ajungând la 11,2 milioane de lei, numărul clienților a înregistrat un avans de 11%, până la aproximativ 190.000 de persoane, în timp ce bonul fiscal a avut o valoare medie cu 10% mai mare, de 59 de lei.

Astfel, performanța tuturor magazinelor proprii a înregistrat o evoluție pozitivă în 2023, cu vânzări nete în valoare de 93,5 milioane de lei, în creștere cu 16% comparativ cu anul precedent, în timp ce numărul clienților a fost de 1,2 milioane de persoane, o majorare cu 6%, iar valoarea medie a bonului fiscal a fost de 77 de lei, un avans de 9%.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând Agroland Tradițional, MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	15.155.762	17.923.920	18%	227.117	247.057	9%	67	73	13%
T2	38.393.060	45.162.636	18%	468.032	510.297	9%	82	89	8%
T3	18.077.658	19.225.400	6%	278.381	268.780	-3%	65	72	10%
T4	9.201.843	11.164.315	21%	171.464	189.822	11%	54	59	10%
12L	80.828.323	93.476.271	16%	1.144.994	1.215.956	6%	71	77	9%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional, excluzând performanța magazinelor MEGA, a scăzut cu 2% în T1 2023 comparativ cu T1 2022, vânzările nete au fost de 9,7 milioane de lei, iar numărul de clienți a scăzut cu 1%, ajungând la 122.900 de persoane. În același timp, valoarea medie a bonului fiscal a rămas la același nivel cu T1 2022, 79 de lei. La nivelul lui T2 2023, performanța magazinelor comparabile a ajuns la 27,8 milioane de lei, în urma unei creșteri de 7%, numărul de clienți rămânând la un nivel constant comparativ cu T2 2022, iar valoarea medie a bonului fiscal a avut o creștere de 8%, până la 99 de lei.

În T3 2023, performanța magazinelor comparabile a ajuns la 10,4 milioane de lei, în urma unei creșteri de 9%, numărul de clienți rămânând la un nivel constant comparativ cu T3 2022, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 8%, până la 75 de lei. Creșterea la nivelul vânzărilor din T2 și T3 2023 a fost determinată de creșterile de preț pe fondul contextului inflaționist, cu un număr stabil al clienților, dar cu o valoare medie mai ridicată a bonului fiscal.

În T4 2023, vânzările nete au ajuns la 5,1 milioane de lei, în urma unei creșteri de 49%. Numărul clienților a ajuns la 90.000, după o majorare cu 32% față de aceeași perioadă a anului trecut, iar valoarea medie a bonului fiscal a fost de 57 de lei, un avans de 13%. În ceea ce privește cifrele pentru întregul an 2023, valoarea vânzărilor nete a fost de 53 de milioane de lei, o creștere de 9% față de 2022, numărul de clienți a crescut cu 3%, la peste 631.000, în timp ce bonul fiscal a avut o valoare medie de 84 de lei, o majorare cu 5% comparativ cu anul precedent.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (incluzând Agroland Tradițional, excluzând MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	9.847.866	9.695.217	-2%	124.177	122.900	-1%	79	79	0%
T2	25.987.608	27.803.819	7%	281.232	280.457	0%	92	99	8%
T3	9.535.046	10.364.284	9%	137.599	138.308	1%	69	75	8%
T4	3.417.889	5.089.013	49%	68.075	89.800	32%	50	57	13%
12L	48.788.409	52.952.332	9%	611.083	631.465	3%	80	84	5%

O parte din veniturile care fuseseră generate în trecut de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA în T1 2023 a crescut cu 49% față de T1 2022, până la 8,1 milioane de lei. În T1 2023, magazinele MEGA au atras 124.309 clienți, o creștere cu 33% față de T1 2022. Valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 13%, până la 65 de lei în T1 2023. În T2 2023, vânzările nete în magazinele MEGA au crescut cu 43% față de T2 2022, până la 16 milioane de lei. În al doilea trimestru, magazinele MEGA au atras 214.243 de clienți, +26% comparativ cu perioada similară din 2022, iar bonul mediu a avut o valoare cu 13% mai mare, ajungând la 75 de lei.

Performanța magazinelor MEGA din T3 2023 a scăzut cu 2% față de aceeași perioadă a anului trecut, până la 7,9 milioane de lei. În al treilea trimestru, magazinele MEGA au atras 116.000 de clienți, în scădere cu 12% față de T3 2022, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 11%, până la 68 de lei. Scăderea numărului de clienți din T3 2023 se datorează secetei prelungite, care a afectat cererea pentru segmentul de grădinărit hobby. Cu toate acestea, acest efect negativ a fost compensat parțial de creșterea valorii bonului. La nivelul lui T4 2023, vânzările nete au ajuns la 6,1 milioane de lei, o majorare cu 6%. În ultimul trimestru din 2023, magazinele MEGA au atras 100.000 de clienți, în scădere cu 3% față de T4 2022, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 9%, până la 61 de lei.

La nivelul întregului an 2023, vânzările nete în magazinele MEGA au ajuns la 38 de milioane de lei, o creștere de 25% față de 2022. În același timp, numărul clienților a ajuns la aproximativ 555.000 de persoane, o majorare cu 11%, iar valoarea medie a bonului fiscal a înregistrat o creștere de 12%, până la 69 de lei. Creșterea vânzărilor nete a magazinelor MEGA în anul 2023 este un efect al faptului că o parte dintre aceste magazine au ajuns la maturitate, generând venituri în linie cu așteptările inițiale.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA									
	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	5.442.671	8.127.743	49%	93.354	124.309	33%	58	65	13%
T2	11.183.043	15.960.068	43%	170.190	214.243	26%	66	75	13%
T3	8.032.954	7.853.828	-2%	131.407	115.978	-12%	61	68	11%
T4	5.742.446	6.075.302	6%	102.844	100.022	-3%	56	61	9%
12L	30.401.114	38.016.941	25%	497.795	554.552	11%	61	69	12%

Vânzările online au înregistrat o creștere de 12% în T1 2023 față de T1 2022, ajungând la 1,4 milioane de lei. Numărul clienților din online a crescut cu 18%, până la 8.175. În T1 2023, valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărături online a fost de 169 de lei, în scădere cu 5%. În ceea ce privește T2 2023, vânzările online au înregistrat o scădere de 26% în comparație cu al doilea trimestru din 2022, ajungând la 1,5 milioane de lei. În această perioadă, numărul clienților a ajuns la 8.542, o scădere de 21% față de T2 2022, iar bonul fiscal pentru cumpărături online a avut o valoare medie cu 6% mai mică, de 172 de lei. La nivelul lui T3 2023, vânzările online au înregistrat o scădere de 44% față de perioada comparabilă din 2022, ajungând la 1,1 milioane de lei. În această perioadă, numărul clienților a fost de 5.062 de persoane, în urma unei scăderi de 48%, în timp ce bonul fiscal pentru cumpărături online a avut o valoare cu 8% mai mare, ajungând la 225 de lei.

În T4 2023, vânzările online au continuat trendul descendent din trimestrele anterioare, vânzările nete ajungând la 769 de mii de lei, o scădere de 53% comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior. De asemenea, numărul clienților a fost de 4.100, mai mic cu 48%, iar valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărăturile online a fost cu 9% mai mică, de 188 de lei. Pentru întregul an 2023, vânzările online nete au scăzut cu 31%, până la 4,8 milioane de lei, numărul clienților fiind de 26.000, o scădere de 27%, în timp ce bonul fiscal a avut o valoare medie de 185 de lei, cu 5% mai mică decât în 2022. Este important de subliniat că, având în vedere rețeaua extinsă de magazine Agroland, magazinul online este folosit, în principal, ca un catalog al produselor Companiei, cu scopul de a atrage clienții în magazinele fizice, fără ca vânzările online să reprezinte o sursă importantă de venituri pentru Agroland.

VÂNZĂRI ONLINE

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	1.237.960	1.385.481	12%	6.906	8.175	18%	179	169	-5%
T2	2.021.330	1.496.081	-26%	10.846	8.542	-21%	186	175	-6%
T3	2.021.700	1.136.609	-44%	9.682	5.062	-48%	209	225	8%
T4	1.631.403	768.530	-53%	7.893	4.093	-48%	207	188	-9%
12L	6.912.392	4.786.701	-31%	35.327	25.872	-27%	196	185	-5%

Vânzările către francizați au înregistrat o scădere de 3% în T1 2023 față de T1 2022, cu vânzări nete totale de 22,2 milioane de lei, în timp ce în T2 2023, acestea au scăzut cu 5%, ajungând la 52,1 milioane de lei. De asemenea, în T3 2023, vânzările către francizați au fost de 14,4 milioane de lei, în scădere cu 11%, iar în T4 2023, aceste vânzări au ajuns la 6,6 milioane de lei, o creștere cu 3% față de aceeași perioadă a anului anterior, dar care nu a reușit să compenseze scăderea din trimestrele anterioare. Astfel, la nivelul întregului an, vânzările nete către francizați au fost de 94,7 milioane de lei, o scădere de 5% față de anul 2022. Scăderea vânzărilor francizaților a fost cauzată de numărul de magazine partenere mai mic cu 18 unități la 31 decembrie 2023 versus 31 decembrie 2022.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI

	2022	2023	Δ%
T1	22.833.672	21.551.038	-6%
T2	54.579.342	52.149.189	-5%
T3	15.984.908	14.397.849	-11%
T4	6.372.184	6.565.847	3%
12L	99.770.106	94.663.923	-5%

CIFRĂ DE AFACERI CONSOLIDATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri consolidată, împărțită pe tip de produs vândut în 2023 comparativ cu performanța din 2022, este prezentată mai jos:

Categorie	31/12/2022	31/12/2023	Δ%
Furaje & concentrate	85.912.245	86.916.381	1%
Input (AAB)	69.594.865	62.481.320	-10%
Pui	46.644.569	53.189.238	14%
Food	17.155.800	31.241.601	82%
Produse <i>pet food</i>	27.834.758	25.999.814	-7%
Agricole	9.856.260	10.480.114	6%
Echipamente	9.102.593	8.372.112	-8%
Aditivi	6.987.953	8.034.297	15%
Altele	3.694.571	4.742.200	28%
Ferme	11.835.602	4.313.843	-64%
Farmacie & Fitofarmacie	2.041.334	3.917.930	92%
<i>Reduceri</i>	<i>(10.302.197)</i>	<i>(9.851.439)</i>	<i>-4%</i>
Total CA	280.358.353	289.837.412	3%

În 2023, cea mai mare contribuție la cifra de afaceri a fost generată de categoria furaje și concentrate, care a ajuns la 86,9 milioane de lei, o creștere cu 1% față de anul anterior, pe fondul unor volume mai ridicate, dar influențate negativ de diminuarea prețului acestei categorii. Este important de menționat că, în comparație cu 2022, această categorie are o marjă îmbunătățită în 2023, ca urmare a producției de furaje din fabricile Agroland de la Ișalnița și Caransebeș, care acoperă aproximativ 75% din solicitările existente la nivelul rețelei. Vânzările de inputuri agricole (rezultate generate de Agroland Agribusiness) au scăzut cu 10% comparativ cu 2022, până la 62,5 milioane de lei, ca urmare a provocărilor din sectorul agricol, care au afectat situația financiară a fermierilor (pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți Raportul Administratorului AAB pentru 2023, disponibil [AICI](#)).

Vânzările de pui de o zi au continuat evoluția pozitivă, înregistrând un avans de 14% față de 2022, până la 53,2 milioane de lei. Vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, au înregistrat cea mai mare creștere absolută, ajungând la 31,2 milioane de lei, o majorare cu 82% comparativ cu anul anterior, pe fondul creșterii capacității de producție de la Mihăilești.

Produsele *pet food* au recuperat ușor scăderea raportată la finalul lui T3 2023, dar continuă trendul negativ, finalizând anul 2023 cu o scădere de 7% față de 2022, până la 26 de milioane de lei. Acest tip de produse rămâne influențat negativ, în contextul inflaționist actual, de orientarea clienților către articole mai ieftine. Vânzarea produselor agricole a ajuns la 10,5 milioane de lei, o majorare cu 6% față de anul anterior, în timp ce categoria echipamente a înregistrat o scădere de 8%, ajungând la 8,4 milioane de lei. Vânzarea de aditivi a crescut cu 15%, până la 8 milioane de lei, iar cifra de afaceri obținută din vânzarea altor produse a crescut cu 28% și a ajuns la 4,7 milioane de lei. Produsele dedicate fermelor au scăzut cu 64%, până la 4,3 milioane de lei, în principal ca urmare a faptului că cifrele comparative ale anului 2022 includ și vânzările Agroland Professional Farm S.R.L., care nu mai sunt incluse în consolidare în 2023. Vânzarea produselor din categoria farmacie și fitofarmacie a generat venituri de 3,9 milioane de lei, o majorare cu 92%, ca urmare a fitofarmaciei noi deschise în cadrul magazinelor MEGA, cât și a extinderii gamei de produse vândute.

ANALIZA P&L CONSOLIDAT

Veniturile din exploatare la nivel consolidat au scăzut în 2023 cu 3%, până la 295,6 milioane de lei, pe fondul scăderii cu 5% a veniturilor din vânzarea mărfurilor, precum și a valorii negative înregistrate la nivelul veniturilor din producția în curs de execuție. Categoria veniturilor din exploatare este alcătuită, în principal, din cifra de afaceri, care a ajuns la 289,8 de milioane de lei (+3% comparativ cu 2022), venituri din subvenții de exploatare, în valoare de 3,7 milioane de lei (+44%), venituri din producția în curs de execuție, -1,2 milioane de lei (față de +12,7 milioane de lei înregistrate în 2022), precum și alte venituri din exploatare, de 3,2 milioane de lei (-66%).

În ceea ce privește cifra de afaceri, veniturile din vânzarea mărfurilor au scăzut cu 5%, ajungând la 243,5 milioane de lei, scăderea fiind determinată de reducerea vânzărilor din a doua jumătate a anului 2023 pentru segmentul de grădinărit hobby, afectat de seceta cu care s-a confruntat România. Reducerile comerciale acordate au scăzut cu 4%, un ritm similar cu cel al scăderii veniturilor, ajungând la 9,9 milioane de lei. Producția vândută, care reprezintă veniturile producției vândute de la platforma avicolă Mihăilești – ouă de consum și pui de o zi, a înregistrat o creștere de 64%, determinată de majorarea capacității de producție. Aceasta a adus venituri totale de 56,2 milioane de lei.

În același timp, veniturile din producția în curs de execuție au scăzut semnificativ față de anul anterior, până la valoarea negativă de -1,2 milioane de lei. Acestea reprezintă variația stocului (producție și vânzare) la găinile de reproducție, găinile ouătoare, rezultatul incubăției și puii crescuți în fermele de la platforma Mihăilești. Alte venituri din exploatare, care au scăzut cu 66%, până la 3,2 milioane de lei, provin, în principal, din subvenții aferente altor cheltuieli de exploatare, diferența reprezentând: închideri solduri parteneri, rotunjiri solduri și diverse reglări. Veniturile din subvenții au crescut cu 44%, ajungând la 3,7 milioane de lei, reprezentând

subvenția pentru creșterea păsărilor pe anul 2023, majorare datorată măririi efectivului de găini ouătoare.

Cheltuielile din exploatare au scăzut într-un ritm ușor mai accelerat decât cel al veniturilor, cu 4%, ajungând la 284,4 milioane de lei, îmbunătățind semnificativ rezultatul operațional. La nivelul cheltuielilor, cea mai mare contribuție au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care au scăzut cu 11%, până la 179,1 milioane de lei, pe fondul prețurilor mai mici, dar și al unui volum ușor redus la nivelul mărfurilor achiziționate. De asemenea, cu prețuri mai atractive față de anul precedent, și reducerile comerciale primite au scăzut, cu 25%, la 3,3 milioane lei. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut cu 11%, până la 30,9 milioane de lei, majorare determinată, în principal, de costurile aferente platformei avicole de la Mihăilești cu producția în creștere, cât și începerii producției de furaje și hrană pentru animale de companie. Alte cheltuieli materiale au ajuns la 4,1 milioane de lei, o creștere de 11%. Variația cheltuielilor cu materii prime și materiale și alte cheltuieli materiale comparativ cu rezultatele preliminare este ca urmare a reîncadrării unei cheltuieli în valoare de 1,7 milioane de lei de la cheltuieli cu materii prime și materiale la alte cheltuieli materiale.

Cheltuielile cu energia și apa au crescut cu 1% în 2023 comparativ cu 2022, până la 3,5 milioane de lei, după ce în T4 2023 aceste cheltuieli au crescut semnificativ ca urmare a inaugurării noilor fabrici, cea de furaje de la Ișalnita și cea de hrană pentru animale de companie. Este important de menționat că organizația a compensat în 2023 o parte a costurilor cu energia, având montate panouri solare cu capacitate de 300 kW, dintre care 200 kW la platforma avicolă Mihăilești și câte 50 kW la Agroland MEGA Afumați și Agroland MEGA Bolintin Vale. Totuși, prețurile la energie nu au un impact important asupra producției ouălor de consum, ci în special în ceea ce privește fermele de tineret și reproducție, precum și la incubație.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 11%, ajungând la 28 de milioane de lei, majorare determinată de creșterea salariului mediu și a numărului de angajați. În 2023, Agroland Business System a avut un număr mediu de 406 angajați, față de 358 de angajați în 2022. În plus, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au ajuns la 6 milioane de lei, o majorare cu 36%, ca urmare a începerii amortizării investițiilor finalizate în a doua parte a anului 2022 și în cursul anului 2023. Alte cheltuieli din exploatare au crescut cu 2%, până la 36,2 milioane de lei, acestea incluzând costuri aferente serviciilor livrate de terți: chirii, transport, marketing, asigurări, impozite și taxe, precum și alte cheltuieli operaționale.

Prin urmare, în 2023, Agroland Business System a înregistrat, la nivel consolidat, un rezultat operațional de 11,1 milioane de lei, o majorare cu 44%. Compania a înregistrat cheltuieli financiare în creștere, de 5,6 milioane de lei, +29%, precum și venituri financiare în scădere, de 87 de mii de lei, -83%. Creșterea cheltuielilor financiare a fost determinată de mărirea dobânzilor bancare - compania având doar obligațiuni corporative AGR25 și AAB26 cu dobândă fixă, restul finanțărilor având o rată variabilă la nivel de dobânzi.

Rezultatul brut a ajuns la 5,6 milioane de lei, un avans de 44% comparativ cu 2022. În același timp, cheltuielile cu impozitul au crescut cu 50%, ajungând la 934 de mii de lei. Astfel, Agroland Business System a înregistrat în 2023, la nivel consolidat, un profit net de 4,7 milioane de lei, o creștere de 43% față de anul anterior.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2022	2023	Δ %
Venituri din exploatare	305.119.288	295.560.922	-3%
Cheltuieli din exploatare	297.386.703	284.418.085	-4%
Rezultat operațional	7.732.585	11.142.837	44%
Rezultat financiar	(3.818.603)	(5.495.544)	-44%
Rezultat brut	3.913.982	5.647.293	44%
Rezultat net	3.291.235	4.713.411	43%

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 2023, Emitentul activa într-o rețea de 235 astfel de magazine. În ultima perioadă, Emitentul a luat decizia de a înceta colaborarea cu 3 parteneri francizați și de a deschide magazine proprii doar în locațiile performante din zonele respective.

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 23 de astfel de unități.

În anul 2023, aproximativ 32% din cifra de afaceri a fost realizată în magazinele proprii comparativ cu anul 2022, când aceasta a reprezentat peste 33% (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 2023, conform datelor înregistrate de către Emitent, numărul total de clienți a fost de aproximativ 2,8 milioane de persoane 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 2023, cei mai mari parteneri în franciză sunt:

Partener	Valoare brută (lei)
Client Francizat 1	15.917.207
Client Francizat 2	10.766.992
Client Francizat 3	6.468.796
Client Francizat 4	6.209.639
Client Francizat 5	5.701.058

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	2019	2020	2021	2022	2023
Venituri	133.643.488	191.333.213	233.378.788	305.119.288	295.560.922
Marja netă de profit (%)	1,8%	5,5%	3,7%	1,1%	1,6%

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 de-a lungul anului 2023 cu 1%, ridicându-se la 193,6 milioane de lei. Activele imobilizate au ajuns la 87,7 milioane de lei, o creștere de 2% față de începutul anului, în principal, pe fondul majorării imobilizărilor corporale cu 2%, până la 79,2 milioane de lei. Această majorare este determinată de inaugurarea noilor fabrici, inclusiv fabrica de hrană pentru animale de companie, unde producția a început în T4 2023. De asemenea, imobilizările financiare au fost de 7 milioane de lei, o scădere de 3%, în timp ce imobilizările necorporale au crescut cu 4%, până la 1,4 milioane de lei.

În ceea ce privește activele circulante, acestea nu au înregistrat o variație semnificativă la 31 decembrie 2023 comparativ cu începutul anului. Stocurile au crescut cu 4% în 2023, ajungând la 55,2 milioane de lei, în timp ce doar în T4 2023, această majorare a fost de 13%, datorită strategiei de a crește portfoliul de produse, deschiderii noilor magazine, precum și pregătirii pentru vânzările din primăvara anului 2024. De asemenea, creanțele au rămas la un nivel similar în 2023, la finalul anului acestea fiind de 46,3 milioane de lei. Prin raportare la 30 septembrie 2023, creanțele au scăzut la finalul anului 2023 cu 8%, ca urmare a încasării unor debite în valoare de 4,2 milioane de lei. La data publicării prezentului raport, nu există valori semnificative pentru care există risc de neîncasare. Poziția de numerar a scăzut în 2023 cu 37%, până la 4,4 milioane de lei, în timp ce în T4 aceasta a scăzut cu 64% datorită creșterii stocurilor.

Datoriile totale au scăzut cu 1% în anul 2023, până la 136,5 milioane de lei, dar această scădere a fost de 6% în T4 2023, ca urmare a micșorării datoriilor curente cu 8% în ultimul trimestru al anului. Pentru întregul an 2023, datoriile curente au rămas la aproximativ același nivel, ajungând

la 72,2 milioane de lei. La nivelul acestora, cea mai mare pondere a fost reprezentată de furnizorii terți, categorie care a înregistrat o scădere de 4% de la începutul anului, până la 36 de milioane de lei, după ce această poziție a scăzut cu 24% față de 30 septembrie 2023. Datoriile bancare pe termen scurt au crescut cu 19%, ajungând la 25,3 milioane de lei, reprezentând liniile de finanțare ale companiei. Salariile și impozitele pe salarii au crescut cu 71% în 2023, până la 6,5 milioane de lei, ca urmare a creșterii numărului de angajați, cât și ca efect al reducerii, de la 1 noiembrie 2023, a facilităților fiscale pentru angajații din agricultură. Alte datorii pe termen scurt au scăzut cu 66%, până la 2,3 milioane de lei, scădere determinată, în principal, de reclasificarea unei datorii intra-grup de 3,9 milioane de lei din categoria furnizori terți în categoria de alte datorii pe termen scurt la 31 decembrie 2023. În ceea ce privește datoriile pe termen lung, acestea au scăzut cu 3% în 2023, ajungând la 64,3 milioane de lei, scădere determinată de diminuarea datoriilor bancare cu 6%, până la 43 de milioane de lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 6%, ajungând la 57,2 milioane de lei, datorită creșterii cu 43% a rezultatului exercițiului financiar, până la 4,7 milioane de lei, și a creșterii profitului reportat la 15,9 milioane de lei, +8%. De asemenea, capitalul subscris și vărsat a crescut cu 4%, până la 9,3 milioane de lei, ca urmare a operațiunii de majorare a capitalului social al Companiei. Primele de capital au rămas la același nivel ca în data de 31 decembrie 2022.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	31/12/2023	Δ %
Active imobilizate	85.958.719	87.667.792	2%
Active circulante	106.443.111	105.963.137	0%
Casa și conturi la bănci	7.048.004	4.429.191	-37%
TOTAL ACTIV	192.401.830	193.635.180	1%
Datorii curente	71.953.425	72.225.758	1%
Datorii pe termen lung	66.494.068	64.254.239	-3%
Capitaluri proprii	53.954.337	57.150.969	6%
TOTAL PASIV	192.401.830	193.635.180	1%

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 dezvoltarea modelului de business de la sămânță la raft. 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 de lei, de la 1.177.059 de lei până la 4.708.236 de lei, din profitul de repartizat aferent anului 2020, prin emisiunea unui număr de 35.311.770 de 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. În anul 2023, Compania nu a realizat o operațiune de majorare a capitalului social din profitul de repartizat.

Conform politicii de dividende a Societății, pentru următorul an, 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 30.04.2024, propunerea cu privire la repartizarea profiturilor realizate a fost următoarea:

- rezerve legale: 72.773 lei;
- profit nedistribuit: 1.119.906 lei.

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI

BVC 2024

Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru anul 2024 prezentat mai jos include rezultatele preconizate a fi generate de Agroland Business System S.A. la nivel consolidat.

ESTIMARE BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI 2024	SUMA (LEI)
Vânzări nete	344.604.814
COGS (costul produselor vândute)	183.367.193
Marja brută	157.815.770
OPEX	131.625.605
EBITDA	28.170.165
EBIT	22.053.633
EBT	15.393.352
Profit net	12.465.831

Pentru anul 2024, Compania are bugetate investiții de aproximativ 15 milioane de lei, care vizează, în principal, platforma avicolă de la Mihăilești.

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 grădinăritul, creșterea animalelor de companie sau de expoziție.

În 2024, Compania are în plan deschiderea a încă 3-4 noi magazine Agroland MEGA și vizează o cifră de afaceri 45 milioane de lei generată de acestea comparativ cu anul 2023, când aceasta a fost de 38 de milioane de lei. În fiecare astfel de magazin vor fi create circa 5-6 noi locuri de muncă.

Platforma avicolă 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, Kaufland și Penny, care achiziționează ouă de consum. De asemenea, Compania exportă cantități semnificative de ouă pentru industria alimentară din Uniunea Europeană, în special în Germania și Belgia, profitând astfel de prețul ridicat obținut.

În anul 2023, Compania a continuat investițiile în platforma avicolă de la Mihăilești. Astfel, platforma a produs, în medie, 3,8 milioane de ouă de consum pe lună, fiind unul dintre cei mai mari producători din piața locală de ouă cod 2 (găini crescute în hale, la sol), numărul de găini în producție ajungând la 250.000. Pentru sfârșitul anului 2024, Compania are în plan creșterea

capacității platformei avicole cu aproximativ 80.000 de păsări, astfel încât producția de ouă să ajungă la o medie de aproximativ 8 milioane de ouă pe lună începând din anul 2025.

Producția puiilor 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, Compania 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 declanșate 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 2023, Compania a realizat diverse investiții, precum operaționalizarea fabricii de furaje de la Ișalnița și a fabricii de hrană pentru animale de companie, la care se adaugă dezvoltarea platformei avicole de 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)	2022	2023	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	305.119.288	295.560.922	-3%
Cifra de afaceri, din care:	280.358.353	289.837.412	3%
Producția vândută	34.336.392	56.191.802	64%
Venituri din vânzarea mărfurilor	256.324.158	243.497.048	-5%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(10.302.197)</i>	<i>(9.851.439)</i>	<i>-4%</i>
Venituri din subvenții de exploatare	2.543.501	3.655.085	44%
Venituri din producția în curs de execuție	12.672.097	(1.165.044)	-109%
Alte venituri din exploatare	9.545.337	3.233.469	-66%
Cheltuieli din exploatare, din care:	297.386.703	284.418.085	-4%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	27.896.506	30.890.833	11%
Alte cheltuieli materiale	3.702.655	4.091.486	11%
Cheltuieli cu energia și apa	3.454.590	3.487.911	1%
Cheltuieli privind mărfurile	201.913.086	179.080.241	-11%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(4.398.289)</i>	<i>(3.282.805)</i>	<i>-25%</i>
Cheltuieli cu personalul	25.223.979	27.960.517	11%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	4.443.337	6.027.248	36%
Alte cheltuieli de exploatare	35.397.989	36.162.654	2%
Cheltuieli privind provizioanele	(247.150)	0	-100%
Rezultat operațional	7.732.585	11.142.837	44%
Venituri financiare	512.427	87.234	-83%
Cheltuieli financiare	4.331.030	5.582.778	29%
Rezultat financiar	(3.818.603)	(5.495.544)	-44%
Venituri totale	305.631.715	295.648.156	-3%
Cheltuieli totale	301.717.734	290.000.863	-4%
Rezultat brut	3.913.982	5.647.293	44%
Impozitul pe profit/alte impozite	622.747	933.882	50%
Rezultat net	3.291.235	4.713.411	43%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	31/12/2023	Δ %
Active immobilizate, din care:	85.958.719	87.667.792	2%
Imobilizări necorporale	1.376.597	1.434.559	4%
Imobilizări corporale	77.384.090	79.233.763	2%
Imobilizări financiare	7.198.033	6.999.469	-3%
Active circulante, din care:	106.443.111	105.963.137	0%
Stocuri	52.847.736	55.186.241	4%
Creanțe	46.547.371	46.347.705	0%
Casa și conturi la bănci	7.048.004	4.429.191	-37%
Cheltuieli înregistrate în avans	0	4.251	100%
TOTAL ACTIV	192.401.830	193.635.180	1%
Datorii curente, din care:	71.953.425	72.225.758	0%
Datorii bancare	21.297.096	25.258.856	19%
Impozite și taxe	55.889	832.762	1.390%
Furnizori terți	37.321.109	35.988.935	-4%
Datorii către entități afiliate	51.624	18.124	-65%
Salarii și impozite pe salarii	3.780.544	6.476.517	71%
Leasing	2.588.952	1.316.432	-49%
Alte datorii pe termen scurt	6.858.211	2.334.133	-66%
Datorii pe termen lung, din care:	66.494.068	64.254.239	-3%
Datorii bancare	45.685.988	42.982.697	-6%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.669.780	3.191.242	20%
Alte datorii pe termen lung	58.000	0	-100%
Venituri în avans	0	4.214	
Total datorii	138.447.493	136.484.211	-1%
Capitaluri proprii, din care:	53.954.337	57.150.969	6%
Capital subscris și vărsat	8.854.950	9.250.040	4%
Prime de capital	27.969.531	27.969.531	0%
Rezerve legale	784.785	861.433	10%
Profitul sau pierderea reportată	14.665.988	15.875.822	8%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	3.291.234	4.713.411	43%
Repartizarea profitului	169.732	76.848	-55%
Acțiuni proprii	1.442.421	1.442.420	0%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	192.401.830	193.635.180	1%

CASH FLOW CONSOLIDAT

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2022	31/12/2023
Activități de exploatare		
Profitul net	3.483.982	4.713.411
Amortizare	4.443.337	6.027.248
Venituri din dobânzi	(1.506)	(945)
Cheltuieli privind dobânzile	4.619.570	5.208.165
Cheltuiala cu impozitul pe profit	622.747	933.882
Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii	13.168.130	16.881.762
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	(15.093.137)	199.666
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	(27.271.166)	(3.691.934)
(Creșterea)/Descreșterea cheltuielilor în avans	-	(4.251)
Creștere/(Descreștere) datorii comerciale și alte datorii	30.941.933	(2.655.023)
(Creștere)/Descreștere venituri în avans	-	4.214
Numerar generat din exploatare	1.745.760	10.734.433
Impozit pe profit plătit	(622.747)	(933.882)
Numerar net din activități de exploatare	1.123.013	9.800.551
Activități de investiții		
Achizițiile de imobilizări	(22.144.491)	(7.736.321)
Numerar net utilizat în activități de investiții	(22.144.491)	(7.736.321)
Activități de finanțare		
Încasări din creșterea capitalului social	14.619.459	395.089
Încasări/(Rambursări) din împrumuturi	15.548.437	507.411
Dividende plătite	(826.875)	(378.323)
Dobânzi plătite	(4.619.570)	(5.208.165)
Dobânzi încasate	1.506	945
Achiziție acțiuni proprii	(1.442.421)	-
Numerar net din activități de finanțare	23.280.536	(4.683.043)
Creșterea numerarului și echivalentului de numerar	2.259.058	(2.618.813)
Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei	4.788.946	7.048.004
Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei	7.048.004	4.429.191

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2022	2023	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	233.463.150	242.989.175	4%
Cifra de afaceri, din care:	214.844.116	245.505.759	14%
Producția vândută	39.153.829	29.814.024	-24%
Venituri din producția în curs de execuție	6.572.960	(15.651.065)	-338%
Venituri din vânzarea mărfurilor	178.906.045	218.782.110	22%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(3.215.758)</i>	<i>(3.090.375)</i>	-4%
Venituri din subvenții de exploatare	2.543.501	455.533	-82%
Alte venituri din exploatare	9.502.573	12.678.948	33%
Cheltuieli din exploatare, din care:	229.669.503	237.746.641	4%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	26.630.914	13.534.161	-49%
Alte cheltuieli materiale	3.559.810	2.324.998	-35%
Cheltuieli cu energia și apa	3.292.229	1.306.458	-60%
Cheltuieli privind mărfurile	140.611.275	169.218.766	20%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(597.161)</i>	<i>(1.648.081)</i>	176%
Cheltuieli cu personalul	20.237.283	17.281.613	-15%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	3.621.423	5.293.340	46%
Alte cheltuieli de exploatare	32.560.880	30.435.386	-7%
Cheltuieli privind provizioanele	(247.150)	-	-
Rezultat operațional	3.793.647	5.242.534	38%
Venituri financiare	907.394	536.910	-41%
Cheltuieli financiare	3.137.882	4.323.969	38%
Rezultat financiar	(2.230.488)	(3.787.059)	-70%
Venituri totale	234.370.544	243.526.085	4%
Cheltuieli totale	232.807.385	242.070.610	4%
Rezultat brut	1.563.159	1.455.475	-7%
Impozitul pe profit/alte impozite	248.491	262.796	6%
Rezultat net	1.314.668	1.192.679	-9%

BILANȚ INDIVIDUAL

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	31/12/2023	Δ %
Active immobilizate, din care:	81.871.903	83.494.851	2%
Imobilizări necorporale	1.330.152	1.409.200	6%
Imobilizări corporale	70.253.174	72.189.801	3%
Imobilizări financiare	10.288.577	9.895.850	-4%
Active circulante, din care:	80.558.050	119.920.634	49%
Stocuri	40.174.737	38.265.081	-5%
Creanțe	36.205.764	79.325.254	119%
Casa și conturi la bănci	4.177.549	2.330.299	-44%
TOTAL ACTIV	162.429.953	203.415.485	25%
Datorii curente, din care:	70.164.487	113.458.992	62%
Datorii bancare	18.701.468	21.420.126	15%
Impozit	(27.733)	86.799	413%
Furnizori terți	43.845.069	83.760.496	91%
Afiliați	20.000	-	-100%
Salarii și impozite pe salarii	2.647.776	4.914.735	86%
Alte datorii pe termen scurt	2.864.767	2.309.730	-19%
Leasing	2.113.140	967.106	-54%
Datorii pe termen lung, din care:	49.713.008	48.258.626	-3%
Datorii bancare	38.199.368	37.716.476	-1%
Obligațiuni corporative	8.080.300	8.080.300	0%
Leasing	1.738.340	2.461.850	42%
Alte datorii pe termen lung	1.695.000	-	-100%
Total datorii	119.877.495	161.717.618	35%
Capitaluri proprii, din care:	42.552.458	41.697.867	-2%
Capital subscris și vărsat	8.804.401	8.997.899	2%
Prime de capital	21.917.031	21.917.031	0%
Rezerve legale	664.452	737.225	11%
Profitul sau pierderea reportată	11.300.975	10.296.718	-9%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	1.314.668	1.192.679	-9%
Repartizarea profitului	78.157	72.773	-7%
Acțiuni proprii	1.370.913	1.370.912	0%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	162.429.953	203.415.485	25%

CASH FLOW INDIVIDUAL

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2022	31/12/2023
Activități de exploatare		
Profitul net	1.314.668	1.192.679
Amortizare	3.621.423	5.293.340
Venituri din dobânzi	(1.477)	(940)
Cheltuieli privind dobânzile	3.506.542	3.993.090
Cheltuiala cu impozitul pe profit	248.491	262.796
Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii	8.689.647	10.740.965
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	(9.854.492)	(43.119.490)
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	(10.482.315)	556.227
Creșterea/(descreșterea) datoriilor comerciale și alte datorii	19.413.901	39.139.543
Numerar generat din exploatare	7.766.741	7.317.246
Impozit pe profit plătit	(248.491)	(262.796)
Numerar net din activități de exploatare	7.518.250	7.054.450
Activități de investiții		
Achizițiile de imobilizări	(29.363.210)	(6.916.288)
Numerar net utilizat în activități de investiții	(29.363.210)	(6.916.288)
Activități de finanțare		
Încasări din creșterea capitalului social	14.619.259	193.497
Încasări din împrumuturi	13.355.441	1.813.242
Dobânzi plătite	(3.506.542)	(3.993.090)
Dobânzi încasate	1.477	940
Achiziție acțiuni proprii	(1.370.913)	(0)
Numerar net din activități de finanțare	23.098.723	(1.985.412)
Creșterea numerarului și echivalentului de numerar	1.253.763	(1.847.250)
Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei	2.923.786	4.177.549
Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei	4.177.549	2.330.299

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 31 decembrie 2023 sunt prezentați mai jos:

Indicatorul lichidității curente la 31.12.2023

Active curente	105.963.137	= 1,47
Datorii curente	72.225.758	

Indicatorul gradului de îndatorare la 31.12.2023

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital propriu}} \times 100$	$\frac{64.254.239}{57.150.969} \times 100$	= 112%
---	--	---------------

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital angajat}} \times 100$	$\frac{64.254.239}{121.405.208} \times 100$	= 53%
---	---	--------------

Capital împrumutat = Credite peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 31.12.2023

$\frac{\text{Cifra de afaceri}}{\text{Active imobilizate}}$	$\frac{289.837.412}{87.667.792}$	= 3,31
---	----------------------------------	---------------

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 2023.
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 2023.
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 2023, 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 financiare doar în limba română.
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, 29 martie 2024

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate și individuale auditate pentru anul 2023 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 2023 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoso

Agroland Business System S.A.