



# RAPORTUL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE 2024

**Agroland Business System S.A.**

Companie listată la Bursa de Valori București

Simbol: acțiuni **AG** / obligațiuni **AGR28**

# CUPRINS

<b>INFORMAȚII EMITENT</b>	<b>3</b>
<b>MESAJ DE LA CEO</b>	<b>4</b>
<b>DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM</b>	<b>6</b>
<b>SCURT ISTORIC ȘI DESCRIEREA ACTIVITĂȚII EMITENTULUI</b>	<b>6</b>
<b>ORGANIGRAMA GRUPULUI</b>	<b>9</b>
<b>EXPERIENȚĂ</b>	<b>10</b>
<b>CERCETARE ȘI PORTOFOLIU DE PRODUSE</b>	<b>10</b>
<b>FURNIZORI</b>	<b>13</b>
<b>DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ</b>	<b>13</b>
<b>ANGAJAȚI</b>	<b>14</b>
<b>ADMINISTRATORI ȘI CONDUCEREA EXECUTIVĂ</b>	<b>16</b>
<b>IMPACT ASUPRA MEDIULUI ÎNCONJURĂTOR</b>	<b>20</b>
<b>ACȚIUNILE AG LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI</b>	<b>20</b>
<b>OBLIGAȚIUNILE AGR25 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI</b>	<b>20</b>
<b>OBLIGAȚIUNILE AGR28 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI</b>	<b>21</b>
<b>EVENIMENTE CHEIE ÎN 2024</b>	<b>22</b>
<b>ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE</b>	<b>25</b>
<b>CIFRĂ DE AFACERI CONSOLIDATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS</b>	<b>27</b>
<b>ANALIZA P&amp;L CONSOLIDAT</b>	<b>28</b>
<b>STRATEGIA DE BUSINESS &amp; VÂNZĂRI</b>	<b>29</b>
<b>PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI</b>	<b>30</b>
<b>ANALIZĂ BILANȚ CONSOLIDAT</b>	<b>31</b>
<b>POLITICA DE DIVIDENDE</b>	<b>33</b>
<b>PROPUNERE DE DISTRIBUIRE A PROFITULUI</b>	<b>33</b>
<b>ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI</b>	<b>34</b>
<b>BVC 2025</b>	<b>34</b>
<b>RISCURI</b>	<b>36</b>
<b>CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT</b>	<b>39</b>
<b>BILANȚ CONSOLIDAT</b>	<b>40</b>
<b>CASH FLOW CONSOLIDAT</b>	<b>41</b>
<b>CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL</b>	<b>42</b>
<b>BILANȚ INDIVIDUAL</b>	<b>43</b>
<b>CASH FLOW INDIVIDUAL</b>	<b>44</b>
<b>PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI</b>	<b>45</b>
<b>PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ</b>	<b>46</b>
<b>DECLARAȚIA CONDUCERII</b>	<b>50</b>

## INFORMAȚII EMITENT

### INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT FINANCIAR

Tipul raportului	Raportul Consiliului de Administrație 2024
Pentru exercițiul financiar	01.01.2024 – 31.12.2024
Data publicării raportului	28.03.2025

### INFORMAȚII DESPRE EMITENT

Nume	Agroland Business System S.A.
Cod fiscal	RO 25165241
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J2009000405352
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; AGR28 obligațiuni

### DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

Număr de telefon	+40 754 908 742
Email	<a href="mailto:investitor@agroland.ro">investitor@agroland.ro</a>
Website	<a href="http://www.agroland.ro">www.agroland.ro</a>

Situațiile financiare consolidate și individuale la 31 decembrie 2024 prezentate în paginile următoare sunt **auditate**.

## MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Am încheiat un an 2024 important pentru compania noastră, în care ne-am continuat planul strategic de dezvoltare și am inițiat o serie de investiții care urmează să fie operaționalizate în prima parte a anului 2025. Rezultatele pe care le-am înregistrat au fost pozitive, reflectate în creșterea veniturilor din exploatare și a profitului operațional și net, ceea ce demonstrează reziliența companiei și capacitatea sa de a traversa cu succes un mediu economic complex. Totuși, instabilitatea politică din România din a doua jumătate a anului 2024, coroborată cu factorii deja existenți, precum inflația persistentă, costurile ridicate de finanțare și volatilitatea pieței, a determinat ca rezultatele la nivel consolidat obținute să fie inferioare celor bugetate.

În 2024, compania noastră a înregistrat o creștere de 7% a veniturilor din exploatare, care au ajuns la 315,8 milioane de lei, ca urmare a majorării cu 42% a producției vândute de la facilitățile de producție ale Companiei. În plus, cheltuielile din exploatare au scăzut într-un ritm mai accentuat comparativ cu veniturile. Această evoluție se datorează strategiei de vânzări a grupului, care a îmbunătățit marjele de profit practicate, inclusiv datorită creșterii ponderii vânzărilor produselor obținute în facilitățile de producție ale Companiei. În acest mod, rezultatul operațional a înregistrat o creștere de 55%, la 17,2 milioane de lei, în timp ce rezultatul net s-a ridicat la 7,6 milioane de lei, o majorare cu 62% față de 2023.

Divizia de inputuri, reprezentată de Agroland Agribusiness, a depășit provocările existente în sectorul agricol din România, printr-o gestionare eficientă a capitalului și a investițiilor, aproape dublându-și profitul net și înregistrând o majorare semnificativă a EBITDA. În 2024, subsidiara noastră a înregistrat venituri din exploatare de 55,2 milioane de lei, EBITDA de 3,9 milioane de lei și un profit net de 2 milioane de lei. Aceste rezultate sunt cu atât mai notabile, având în vedere că agricultura din România a traversat trei ani dificili, 2024 fiind marcat de o secetă prelungită, care a afectat culturile de porumb, floarea soarelui și grâu (raportul administratorului pentru 2024 al Agroland Agribusiness este disponibil [AICI](#)).

Într-un context plin de provocări, experiența echipei Agroland Agribusiness, condusă de Florin Radu, s-a reflectat în soluțiile găsite alături de fermierii din portofoliu, contribuind la continuitatea unei agriculturi performante în România. Totodată, în prima jumătate a acestui an, compania va operaționaliza stația de condiționare a semințelor și cerealelor din județul Mehedinți. Odată finalizată, această platformă va permite desfășurarea întregului proces de prelucrare a semințelor și cerealelor, de la curățarea, uscarea și sortarea acestora, până la tratarea, ambalarea și depozitarea lor.

Cel mai recent raport al Comisiei Europene<sup>1</sup> privind ouăle de consum arată o creștere de 7% a prețului ouălor la nivelul Uniunii Europene, la începutul lui 2025 comparativ cu perioada similară din 2024. Această dinamică s-a accentuat în primele șase săptămâni ale anului, când prețul a crescut cu peste 15%. În același timp, situația din Statele Unite ale Americii este chiar mai gravă, pe fondul gripei aviare, care a determinat ca prețul ouălor să fie de aproape cinci ori mai mare decât cel din UE. Pe de altă parte, deficitul de ouă de pe continentul european s-a accentuat în 2024, importurile în intervalul ianuarie-octombrie fiind cu 27% mai mari comparativ cu aceeași perioadă din 2023, în timp ce exporturile au crescut cu doar 11% în același interval. În ceea ce privește România, conform datelor preliminare, există un deficit comercial pentru alimente și

<sup>1</sup> Comisia Europeană, Eggs - Market Situation, [https://agriculture.ec.europa.eu/document/download/9bdf9842-1eb6-41a2-8845-49738b812b2b\\_en?filename=eggs-dashboard\\_en.pdf&prefLang=ro](https://agriculture.ec.europa.eu/document/download/9bdf9842-1eb6-41a2-8845-49738b812b2b_en?filename=eggs-dashboard_en.pdf&prefLang=ro)

animale vii de 4,89 miliarde de euro, în creștere cu 1,6 miliarde de euro față de 2023<sup>2</sup>. Aceste tendințe ne oferă oportunitatea de a fi prezenți pe piața europeană de trading, permițându-ne să achiziționăm ouă din România și să exportăm cantități semnificative.

În 2024, grupul Agroland a înregistrat venituri de 39,9 milioane de lei din vânzarea ouălor de consum, ritm care a scăzut în a doua jumătate a anului, ca urmare a desfășurării unor investiții importante în platforma avicolă de la Mihăilești. În prima jumătate a anului, vom finaliza o investiție de aproape 10 milioane de lei în renovarea și dotarea cu echipamente de ultimă generație a șase hale de producție, cu o capacitate de 116.000 de găini ouătoare. Pe fondul creșterii constante a consumului de ouă din România și la nivel global, precum și al majorării prețurilor, estimăm recuperarea acestei investiții într-un interval de 3-4 ani.

Această extindere va crește capacitatea platformei de la Mihăilești la 300.000 găini, cu o producție medie lunară de 5,8 milioane de ouă. Aceasta va fi cu 18% mai mare comparativ cu producția din 2024, când au fost produse în medie 4,9 milioane de ouă de consum. De asemenea, am finalizat la Mihăilești o nouă stație de sortare și ambalare a ouălor, cu o capacitate de 120.000 de ouă pe oră, de trei ori mai mare decât cea actuală. În prezent, stația de sortare și ambalare se află în probe tehnologice și urmează să fie operaționalizată în cursul acestei luni. Astfel, investițiile noastre în platforma avicolă de la Mihăilești sunt aliniate cu obiectivul României de a reduce deficitul comercial. Prin achiziția și dezvoltarea de noi ferme, vom putea crește semnificativ exporturile de ouă și produse derivate către piețele occidentale.

În segmentul de retail, atât vânzările nete, cât și numărul de clienți au înregistrat creșteri importante, de 21% și, respectiv, 17%, în condițiile în care numărul de magazine din rețea a rămas aproape neschimbat. Totuși, avansul de doar 3% al valorii medii a bonului fiscal, sub nivelul inflației oficiale, nu reflectă creșterea volumului de marfă, întrucât prețul unor categorii de produse, precum furajele, a scăzut semnificativ.

Evoluția din 2024 confirmă strategia noastră din ultimii ani, în care am început să producem intern o parte dintre produsele comercializate în magazinele Agroland. Fabricile de furaje organice și de nutrețuri combinate de la Caransebeș și Ișalnița, precum și fabrica de hrană pentru animale de companie, continuă să genereze marje de profit importante. În 2024, fabricile noastre de la Caransebeș și Ișalnița au produs peste 18.000 de tone de furaje, în timp ce fabrica din județul Covasna a produs peste 3.500 de tone de hrană pentru animale de companie. Recent, am demarat procesul de extindere a fabricii de la Ișalnița, care va permite o creștere a capacității anuale de producție cu 10.000 de tone, precum și pe cea de depozitare. La finalizarea proiectului, pe care o estimăm la finalul lui 2025, ne vom consolida poziția ca unul dintre cei mai importanți și moderni producători din regiunea Olteniei.

În ceea ce privește perspectivele pentru 2025, suntem încrezători că investițiile constante pe care le derulăm contribuie la dezvoltarea grupului Agroland și la creșterea marjei de profit. Ne aflăm într-o poziție avantajoasă pe piață, activând în diverse segmente, care, deși complementare, ajută la reducerea sezonității și la diminuarea riscurilor astfel încât întregul business să fie cât mai puțin predispus la influența factorilor externi. În încheiere, doresc să vă transmit invitația de a participa la Adunările noastre Generale Anuale din 29 aprilie, fizic sau online, pentru a vă prezenta planurile noastre de viitor, inclusiv proiectele de fuziuni și achiziții pe care le vizăm.

Până atunci, vom continua să vă ținem la curent cu evoluția noastră și cele mai recente noutăți prin rapoarte curente și apariții media. Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland din anul 2024 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 [investors@agroland.ro](mailto:investors@agroland.ro).

**Horia Cardoș**

Director General

<sup>2</sup> Institutul Național de Statistică, Comerțul internațional cu bunuri în luna decembrie și în anul 2024, [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/ce12r24.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/ce12r24.pdf)

## 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 234 la 31 decembrie 2024.

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 în format MEGA a avut ca scop și accesarea unei noi categorii de clienți – din mediul urban sau din proximitatea marilor aglomerări urbane – ceea ce a crescut semnificativ publicul țintă și a schimbat într-o bună măsură structura de produse comercializate. În acest mod, noului public țintă vizat i se oferă o gamă largă de produse din sfera gardening, pet care și hobby farming, astfel încât să-i fie satisfăcute necesitățile legate de grădinărit, creșterea animalelor de companie sau agricultura de tip hobby.

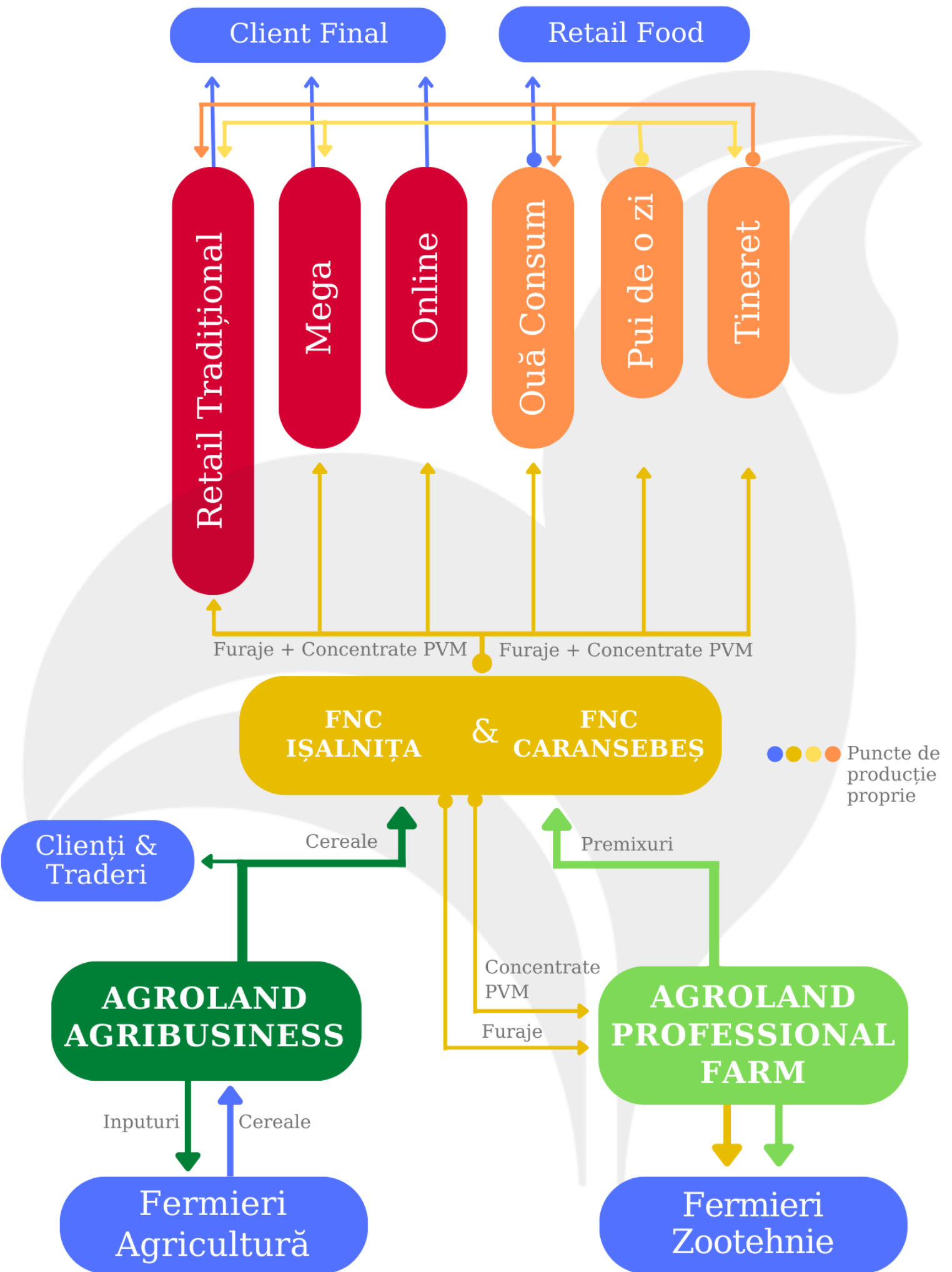
În ceea ce privește firmele din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, compania Agroland a luat decizia de a transforma diviziile în societăți de sine stătătoare, pentru a asigura un control mai eficient asupra acestora și a se putea concentra pe liniile de business rămase. Astfel, în 2017, s-a decis transformarea diviziilor care activau în cadrul Agroland

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

De asemenea, în 2022, activitatea desfășurată în cadrul platformei Avicola Mihăilești, anterior deținută de Agroland Business System S.R.L., a fost transferată subsidiarei Agroland Genetics S.R.L.. În plus, în S1 2024, activitatea Fabricii de Furaje de la Caransebeș, anterior deținută de Agroland Business System S.R.L., a fost transferată subsidiarei Agroland Organic 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.
- **Agroland Retail S.R.L.** (denumită anterior **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 17 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.
- **Agroland Genetics S.R.L.**, companie înființată în 2022, care are drept obiect principal de activitate creșterea păsărilor. Aceasta este deținută 100% de Agroland Business System și preia activitatea Avicola Mihăilești datorită dezvoltării acestui domeniu de activitate.
- **Agroland Organic S.R.L.**, companie înființată în 2024, care are drept obiect de activitate fabricarea preparatelor pentru hrana animalelor de fermă și operează Fabrica de Furaje de la Caransebeș, care a fost transferată de la compania mamă. Aceasta este deținută 100% de Agroland Business System.
- **Agroland Fermele BIO S.R.L.**, companie înființată în 2024, care are drept obiect principal de activitate creșterea păsărilor. Aceasta este deținută 100% de Agroland Business System.





**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	<b>Agroland Business System S.A.</b>	26165241	4776	2009	Cardoș Horia	64,41%
					Alți aționari - Persoane fizice	30,33%
					Alți aționari - Persoane juridice	5,26%
Membru grup	<b>Agroland Agribusiness SA</b>	37478862	4621	2017	Agroland Business System S.A.	55,78%
					Radu Florin	23,7%
					Alți aționari (BVB)	20,52%
Membru grup	<b>Agroland Professional Farm SRL</b>	37208060	4621	2017	Agroland Business System S.A.	20%
					Robasciuc Dan Dorel	80%
Membru grup	<b>Agroland Megastore SRL</b>	40417148	6820	2019	Cardoș Horia	0,0004%
					Agroland Business System S.A.	99,9996%
Membru grup	<b>Agroland Retail SRL</b>	29327516	4778	2011	Agroland Business System S.A.	100%
Membru grup	<b>Agroland Genetics SRL</b>	47081443	0147	2022	Agroland Business System S.A.	100%
Membru grup	<b>Agroland Organic SRL</b>	50069105	1091	2024	Agroland Business System S.A.	100%
Membru grup	<b>Agroland Fermele BIO SRL</b>	50585149	0147	2024	Agroland Business System S.A.	100%
Membru grup	<b>Devest Farmatech SRL</b>	9050231	4675	1996	Cardoș Horia	90%
					Cardoș Denisa	10%
Membru grup	<b>Astradriving SRL</b>	19345337	8553	2006	Cardoș Horia	50%
					Boca Cristinel	50%
Membru grup	<b>Sports Games SRL</b>	14522187	4762	2002	Agroland Business System S.A.	20%
					Contra Cosmin Marius	25%
					Popoviciu Alin Augustin	55%
Membru grup	<b>Asociația Sportivă Agroland</b>	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;

1091 - Fabricarea preparatelor pentru hrana animalelor de fermă

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 în format 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 3 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 în format 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**

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-up-urile 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.

#### **Agroland BIO – Furaj Starter Pui**

Furaj complet ecologic, destinat sprijinirii dezvoltării sănătoase a puilor în primele etape de viață. Se comercializează în ambalaje de 10kg sau 20kg.

#### **Agroland BIO – Concentrat PVM pentru găini ouătoare**

Acest concentrat proteino-vitamino-mineral este un furaj complementar ce poate fi utilizat în agricultura ecologică conf Reg. UE nr 848 / 2018. Se administrează găinilor ouătoare doar astfel: 33% concentrat + 67% cereale. Conține șrot de soia, șrot de floarea soarelui și carbonat de calciu, alături de alte ingrediente esențiale. Se comercializează în ambalaje de 10kg sau 20kg.

#### **Agroland BIO – Furaj pentru găini ouătoare**

Furaj de calitate superioară din cereale grosier măcinate, completat cu componente energetice și proteice exclusiv vegetale. Conține 88,43% produse de origine agricolă, din care 100% din agricultura ecologică. Amestecul este formulat pentru a asigura producția de ouă, este excelent și pentru păsările care produc ouă pentru incubat. Se comercializează în ambalaje de 20kg.

### **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, accesibilă tuturor iubitorilor de animale de companie.

#### **A-Pet-It Gourmet – Hrană pentru câini**

Acest tip de hrană uscată este concepută pentru câinii adulți, cu vârsta de peste un an, având proteine și vitamine.

#### **A-Pet-It Plus – Hrană pentru câini**

Hrana uscată A-Pet-It Plus pentru câini adulți, cu vârsta de peste un an, indiferent de rasă. Reprezintă o sursă de proteine, minerale, vitamine și fibre, pentru o alimentație corectă.

#### **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.

### **Pamax – Hrană pentru câini și pisici**

Gama de hrană economică pentru câini și pisici, cu conținut de carne și derivate de origine animală.

### **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

### **Furaje pentru pești**

Furaj extrudat pentru crap, cu o granulație de 4mm sau 6mm, în cantități de 5kg și 10 kg, cu nutrienți de calitate, pentru peștii crescuți în ferme sau în gospodărie. Emitentul are și o gamă premium pentru crap și caras, având o granulație de 6mm, cu un conținut ridicat de proteine de înaltă calitate, lipide din ulei de pește, vitamine și minerale.

### **Nadă pentru pescuit**

Emitentul a creat o gamă de nade pentru pescuitul la crap și caras, cu diverse arome (căpșuni, scoică, usturoi, pește și ulei de somon), în funcție de sezonul de pescuit. Produsele sunt realizate din ingrediente vegetale, precum ulei vegetal, cereale și derivate vegetale, minerale, vitamine și se comercializează în ambalaje de 1kg.

### **Butași de Trandafiri**

Emitentul comercializează anual (primăvara și toamna) peste 30 de soiuri de butași de trandafiri parfumați și intens colorați, cu rădăcina protejată cu turbă și substanțe nutritive:

- Butași de trandafiri Poliantes
- Butași de trandafiri Teahibrizi
- Butași de trandafiri Cățăărători
- Butași de trandafiri Pomișor

### **Pomi Fructiferi**

Emitentul comercializează anual peste 50 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, caiși, 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 15 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 2024, baza este de peste 300 de furnizori activi.

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

## DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ

În ceea ce privește sectorul de retail pentru hobby farming și animale de companie, nu se poate vorbi de o polarizare a acestuia 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 (proprie și în franciză), care acoperă nu mai puțin de 33 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. 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;
- Compania are un model de business integrat, de la sămânță la raft, prin care cerealele produse de fermierii din portofoliul Agroland Agribusiness sunt utilizate în fabricile de furaje de la Caransebeș și Ișalnița. Ulterior, aceste furaje sunt atât utilizate în cadrul platformei avicole de la Mihăilești, cât și comercializate în rețeaua de magazine Agroland;
- Se adresează atât clienților din zona rurală, prin magazine tradiționale cu suprafețe mai mici, cât și celor din mediul urban sau din proximitatea aglomerărilor urbane, prin magazinele în format MEGA, 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;
- Compania a început în 2024 producția de furaje bio în cadrul fabricii de la Caransebeș, aceasta fiind cea mai mare unitate de producție a furajelor certificate organic din România;
- 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;

- Compania deține o fabrică de hrană pentru animale de companie, care asigură aproximativ 60% din necesarul cantității vândute în magazinele Agroland;
- 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.

În anul 2020, Compania a intrat și pe segmentul ouălor de consum, prin preluarea platformei avicole de la Mihăilești. În urma investițiilor în extinderea fermelor, și a capacității de procesare, Compania a înregistrat în 2024 o producție de 58,4 milioane de ouă. Conform celor mai recente estimări ale Comisiei Europene<sup>3</sup>, în 2024, România a fost al 8-lea cel mai mare producător de ouă din Uniunea Europeană. La nivelul României, datele Institutului Național de Statistică pentru 2023<sup>4</sup> arată o producție de 5,87 miliarde de ouă de consum, o scădere de 2% față de 2022. Totuși, piața de ouă de consum din România este extrem de fragmentată, întrucât fermele profesionale au avut numai 38% din totalul efectivului păsări din producția de ouă din 2023, restul fiind în gospodăriile populației, conform Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale, citat de Revista Piața<sup>5</sup>.

În segmentul producției ouălor de consum, printre cele mai importante companii din România se numără Toneli Holding, Avicola Lumina, Aviputna. Principalii diferențiatori ai Emitentului sunt:

- Modelul integrat de business, la fermele de la Mihăilești fiind utilizate o parte importantă a furajelor produse în fabricile Companiei;
- Proximitatea platformei avicole de București, unde există cea mai mare cerere de ouă de consum din România;
- Nivelul ridicat al producției permite ca o parte din ouăle obținute să fie direcționate către export, generând marje îmbunătățite.

## ANGAJAȚI

În 2024, Agroland Business System a avut, în medie, 423 de angajați la nivel consolidat, față de media de 406 angajați la nivel consolidat în 2023.

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

Detalii cu privire la angajați la nivel consolidat la data de 31.12.2024:

<sup>3</sup> Comisia Europeană, Market Situation for Eggs, <https://circabc.europa.eu/sd/d/18f7766e-e9a9-46a4-bbec-94d4c181183f/0%20Circa%20%20egg%20no%20links.pdf>

<sup>4</sup> Institutul Național de Statistică, Producția animală obținută în anul 2023, [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/prod\\_anim23r.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/prod_anim23r.pdf)

<sup>5</sup> Revista Piața, Vânzările de ouă, proporționale cu nivelul de trai al găinilor, <https://www.revista-piata.ro/fmcg/analize-si-tendinte/alte-produse-alimentare/item/19626-vanzarile-de-oua-proportionale-cu-nivelul-de-trai-al-gainilor>

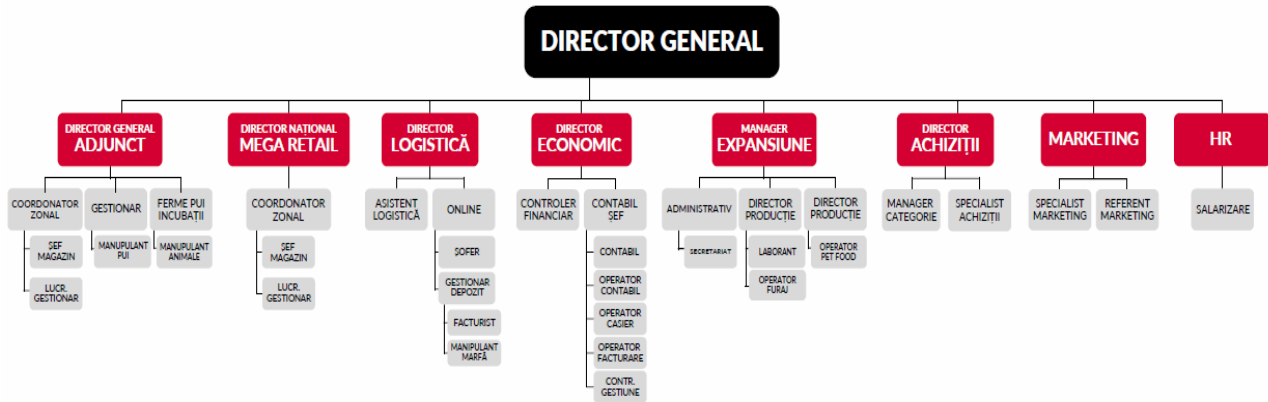
Departament	Nr. angajați
Management	12
Administrativ	26
Financiar	21
Fitofarmacii	22
Input	11
Logistică	42
Marketing	5
Online	6
Retail	161
Ferme proprii	71
Fabrici	46
<b>TOTAL</b>	<b>423</b>

Nivelul de studii al angajaților la nivel consolidat la 31.12.2024:

Departament	Studii superioare	Studii medii și sub studii medii
Management	12	0
Administrativ	21	5
Financiar	21	0
Fitofarmacii	6	16
Input	11	0
Logistică	12	30
Marketing	5	0
Online	2	4
Retail	61	100
Ferme proprii	6	65
Fabrici	8	38
<b>TOTAL</b>	<b>165</b>	<b>258</b>

De asemenea, Organigrama Emitentului este următoarea:

# Organigramă



## 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 Cardoș, Leonard Leca și Gyorgy Ovari. În cadrul Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor din aceeași dată, 29.04.2022, Horia Dan Cardoș a fost numit în funcția de Președinte al Consiliului de Administrație pentru un mandat de 4 ani.

## Horia Dan Cardoș – Președinte Consiliu de Administrație și Director General

Fondatorul Agroand Business Systems S.A., dl. Cardoș 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 Cardoș deține, la 31.12.2024, 57.951.833 de acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor legale:

- În ultimii 5 ani, lui Horia Dan Cardoș 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 Cardoș.
- Horia Dan Cardoș nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator.



### **Leonard Leca – Membru neexecutiv al Consiliului de Administrație**

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

**Procent de deținere:** Leonard Leca deținea la 31.12.2024, 217.010 acțiuni AG. SevenX Ventures SRL, entitate afiliată lui Leonard Leca deținea la 31.12.2024, 3.397.255 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 31.12.2024 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 deținea, la 31.12.2024, 320.000 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 16 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 deținea, la 31.12.2024, 100.001 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 31.12.2024 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementărilor 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 18 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 deținea, la 31.12.2024, 15.000 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.

### **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 8 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 31.12.2024 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 31.12.2024, 60.439 acțiuni AG.

Informații adiționale, conform reglementarilor 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 Afumați și Agroland 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 01.01.2024 – 31.12.2024, investitorii au tranzacționat 14.873.134 de acțiuni AG, în valoare totală de 20,5 milioane de lei (valoare medie zilnică de tranzacționare de 81.370 de lei).

La 31.12.2024, structura acționariatului companiei era următoarea:

<b>Aționar</b>	<b>Număr Acțiuni</b>	<b>Procent</b>
Horia Dan Cardoso	57.951.833	64,4060%
Persoane Fizice	27.294.929	30,3348%
Persoane Juridice	4.732.230	5,2593%
<b>TOTAL</b>	<b>89.978.992</b>	<b>100%</b>

### **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, denumite în RON, cu o valoare nominală individuală de 100 lei și o valoare totală de 8.080.300 de lei. Obligațiunile au avut o rată anuală a cuponului fixă de 9%, cupoanele fiind plătite semestrial.

Obligațiunile au avut Data Scadenței la 10 martie 2025, atunci când Compania a plătit principalul și dobânda aferentă ultimului cupon semestrial.

### **OBLIGAȚIUNILE AGR28 LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI**

Agroland Business System S.A. a emis la data de 2 octombrie 2024 un număr de 69.206 obligațiuni corporative nominative, negarantate, neconvertibile, dematerializate, cu o valoare nominală individuală de 100 lei și o valoare totală de 6.920.600 de lei. Obligațiunile au scadența la data de 2 octombrie 2028 și o rată anuală a cuponului fixă de 9,75%, cupoanele fiind plătibile semestrial.

Data Scadenței Obligațiunilor este în termen de 4 (patru) ani de la Data de Emisiune, respectiv la 2 octombrie 2028. Rata nominală anuală a dobânzii este fixă și are valoarea de 9,75% per an, cupoanele fiind plătibile semestrial la Dată Cupon.

Agroland va efectua plata primului cupon în data de 2 aprilie 2025 către deținătorii de obligațiuni, prin sistemul Depozitarului Central.

În 2024, 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 2024.

## EVENIMENTE CHEIE ÎN 2024

### DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

Compania a continuat investițiile în vederea creșterii Agroland Business System. Astfel, în 2024, Agroland Business System a deschis patru noi magazine în format MEGA, în localitățile Jimbolia, Valea Ursului, Galați și Moreni.

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
<b>Mega Jimbolia</b> - Strada Ștefan cel Mare	05.02.2024	varietate de peste 2.500 de produse	vânzări estimate la peste 700.000 euro pentru anul 2024	135.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	3 locuri
<b>Mega Valea Ursului</b> - Strada Principală, nr. 14A, parter, C2, spațiul S1+S2	06.06.2024	varietate de peste 2.000 de produse	vânzări estimate la peste 600.000 euro pentru anul 2024	80.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	3 locuri
<b>Mega Galați</b> - Strada Traian, nr. 397G	20.06.2024	varietate de peste 4.500 de produse	vânzări estimate la peste 700.000 euro pentru anul 2024	135.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri
<b>Mega Moreni</b> - Strada Crinului nr. 2	03.10.2024	varietate de peste 3.000 de produse	vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2025	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri

În plus, în 2024, Compania a inaugurat și 3 magazine tradiționale, dintre care unul în jud. Teleorman, unul în jud. Călărași și unul în jud. Constanța.

### CERERE DE INSOLVENȚĂ ÎMPOTRIVA COMPANIEI

În data de **25 martie 2024**, Compania a informat piața cu privire la o cerere de insolvență formulată împotriva sa de către Societatea Națională Casa Română de Comerț Agroalimentar S.A. Obiectul cererii a fost reprezentat de suma de 912.697,11 lei, care fusese plătită în data de 25 martie 2024. În data de **26 martie 2024**, Compania a informat piața cu privire la faptul că Societatea Națională Casa Română de Comerț Agroalimentar S.A. a renunțat la judecata cererii de insolvență formulată împotriva Companiei, în urma achitării integrale a sumei datorate de către Companie.

### AGOA DIN DATA DE 30.04.2024

În data de **30 aprilie 2024**, a avut loc Adunarea Generală Ordinară a Acționarilor Companiei. Cvorumul legal și statutar aferent adunării a fost constituit la prima convocare.

Punctele cheie aprobate în cadrul AGOA au fost:

- (i) Bugetul de venituri și cheltuieli pentru 2024;
- (ii) Prelungirea mandatului auditorului financiar;
- (iii) Repartizarea profitului net statutar realizat în 2023 în sumă de 1.192.679 lei, astfel: 72.773 lei pentru rezerve legale și 1.119.906 lei ca profit nerepartizat cu scopul de a fi reinvestit în dezvoltarea Companiei;

- (iv) Implementarea unui plan de recompensare a angajaților și/sau directorilor cu un număr determinat de acțiuni ale Societății, conform propunerii Stock Option Plan 2024 – 2026.

### **ÎNFIINȚARE SUBSIDIARĂ AGROLAND ORGANIC SRL**

În data de **13 mai 2024**, a fost înființată o nouă subsidiară a Agroland Business System, Agroland Organic SRL. Această companie are drept obiect de activitate fabricarea preparatelor pentru hrana animalelor de fermă și operează Fabrica de Furaje de la Caransebeș, care a fost transferată de la compania mamă. Agroland Organic SRL este deținută 100% de Agroland Business System.

### **CONFERINȚĂ PENTRU PRESĂ ȘI INVESTITORI**

În data de **19 iunie 2024**, a avut loc conferința dedicată presei și investitorilor pentru prezentarea planurilor Companiei și ale entităților din grup. În cadrul conferinței, conducerea Companiei a prezentat planurile privind intrarea pe segmentul organic prin transformarea fabricii de furaje de la Caransebeș pentru a deveni cea mai mare fabrică de furaje din România certificată organic. De asemenea, Compania a anunțat că are în plan să achiziționeze un mic producător de ouă ecologice și să introducă o nouă linie de business, abatoare modulare pentru păsări și iepuri. Mai multe detalii despre planurile Companiei au fost prezentate în cadrul conferinței, a cărei înregistrare este disponibilă **AICI**.

### **AGEA DIN DATA DE 01.07.2024**

În data de **1 iulie 2024**, a avut loc Adunarea Generală Extraordinară a Acționarilor Companiei. Cvorumul legal și statutar aferent adunării a fost constituit la prima convocare.

Punctele cheie aprobate în cadrul AGEA au fost:

- (i) Achiziția a două echipamente pentru platforma avicolă de la Mihăilești cu prețul de 3.800.000 euro, fără TVA.
- (ii) Contractarea unei facilități de credit la termen, în sumă maximă de 3.250.000 euro în scopul achiziționării echipamentelor menționate la punctul anterior;
- (iii) Contractarea unei facilități de credit la termen, în sumă maximă de 850.000 euro în scopul finanțării unor investiții diverse la platforma avicolă de la Mihăilești;
- (iv) Contractarea unei facilități de credit la termen, în sumă maximă de 1.000.000 euro în scopul finanțării construcției unui depozit în cadrul platformei FNC Ișalnița;
- (v) Suplimentarea facilității de credit sub formă de descoperit de cont (overdraft) contractată de la o bancă comercială de la suma de 4.000.000 lei la suma de 15.000.000 lei, în scopul refinanțării unor facilități de credit existente și în vederea finanțării activității curente.

### **ATRIBUIREA UNOR ACȚIUNI ANGAJAȚILOR**

În data de **1 august 2024**, Compania a informat piața în legătură cu atribuirea cu titlu gratuit a 1.381.000 acțiuni angajaților din cadrul Companiei, ca parte a programului de Stock Option Plan aprobat prin hotărârea AGEA nr. 25 din data de 4 noiembrie 2020. Persoanele eligibile ale programului au fost stabilite prin intermediul Deciziei nr. 6/24.05.2022 a Consiliului de Administrație.

### **EMISIUNE DE OBLIGAȚIUNI**

În data de **30 august 2024**, Compania a informat piața cu privire la Decizia Consiliului de Administrație de aprobare a termenilor și condițiilor ofertei de obligațiuni ce vor fi emise de Companie. În data de **27 septembrie 2024**, Compania a anunțat finalizarea unui plasament privat de obligațiuni prin care a atras 6,92 milioane de lei. În cadrul acestei operațiuni, au fost emise 69.206 obligațiuni corporative, cu valoarea nominală de 100 de lei fiecare, care au fost cumpărate de 82 de investitori. Obligațiunile au o maturitate de 4 ani și o rată a cuponului de 9,75%, plătită semestrial.



Capitalul atras în cadrul acestei noi emisiuni de obligațiuni corporative va fi utilizat pentru achiziția strategică de cereale și alte materii prime destinate fabricilor de nutrețuri combinate, în contextul anticipării unei creșteri semnificative a prețurilor acestora.



# ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

## PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 31 decembrie 2024, Grupul Agroland opera 234 de magazine, cu 1 magazin net mai puțin decât anul precedent. Numărul magazinelor MEGA la 31 decembrie 2024 a fost de 27 de unități în România, din care 14 au fost operate de către Agroland și alte 13 operate de către francizați. La nivelul magazinelor tradiționale, la data de 31 decembrie 2024, Grupul opera 207 magazine.

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	31/12/2023	31/12/2024
Tradițional	212	207
MEGA	23	27
<b>Total magazine</b>	<b>235</b>	<b>234</b>

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 accelerată și majoritatea magazinelor nu a ajuns încă la maturitate. Performanța magazinelor în franciză este prezentată separat.

Performanța tuturor magazinelor proprii (*all stores*) a înregistrat o evoluție pozitivă în T4 2024, cu o creștere de 29% a vânzărilor nete comparativ cu aceeași perioadă din 2023, până la 14,4 milioane de lei. În ultimul trimestru din 2024, numărul de clienți a ajuns la 235.200 de persoane, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 4%, până la 61 de lei. Astfel, la nivelul întregului an 2024, vânzările nete din magazinele proprii au ajuns la 112,8 milioane de lei, un avans de 21% comparativ cu anul precedent. Această evoluție pozitivă s-a datorat atât creșterii numărului de clienți, cu 17%, la 1,4 milioane de persoane, cât și a valorii medii a bonului fiscal cu 3%, care a ajuns la 79 de lei.

### PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând Agroland Tradițional, MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%
<b>T1</b>	17.923.919	22.977.501	28%	247.057	291.745	18%	73	79	9%
<b>T2</b>	45.162.636	53.295.735	18%	510.297	582.890	14%	89	91	3%
<b>T3</b>	19.225.400	22.102.213	15%	268.780	312.116	16%	72	71	-1%
<b>T4</b>	11.164.315	14.386.019	29%	189.822	235.249	24%	59	61	4%
<b>12L 2024</b>	<b>93.476.270</b>	<b>112.761.469</b>	<b>21%</b>	<b>1.215.956</b>	<b>1.422.000</b>	<b>17%</b>	<b>77</b>	<b>79</b>	<b>3%</b>

În T4 2024, performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional, excluzând performanța magazinelor MEGA, a ajuns la 6,3 milioane de lei, pe fondul majorării cu 26% în comparație cu perioada comparabilă din 2023. Numărul de clienți a crescut cu 21%, până la 107.100 de persoane, iar valoarea medie a bonului fiscal a ajuns la 59 de lei, +4% față de T3 2024. Pentru anul 2024, vânzările nete s-au ridicat la 62,4 milioane de lei, un avans de 17% comparativ cu 2023, iar numărul de clienți a ajuns la 718.600 de persoane, o majorare de 13%. Valoarea medie a bonului fiscal în 2024 a crescut în 2024 cu 3%, până la 87

de lei. Evoluția pozitivă a magazinelor comparabile din 2024 se datorează optimizării rețelei cu accent pe menținerea celor mai performante unități, precum și magazinelor deschise în ultimii ani care au ajuns la maturitate.

**PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (incluzând Agroland Tradițional, excluzând MEGA)**

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%
<b>T1</b>	9.649.753	12.055.242	25%	121.194	138.399	14%	80	87	9%
<b>T2</b>	28.442.116	33.149.714	17%	287.983	326.241	13%	99	102	3%
<b>T3</b>	10.181.222	10.914.686	7%	135.830	146.858	8%	75	74	-1%
<b>T4</b>	5.023.932	6.313.692	26%	88.324	107.130	21%	57	59	4%
<b>12L 2024</b>	<b>53.297.022</b>	<b>62.433.335</b>	<b>17%</b>	<b>633.331</b>	<b>718.628</b>	<b>13%</b>	<b>84</b>	<b>87</b>	<b>3%</b>

O parte din veniturile care obișnuiau să fie livrate de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA în T4 2024 a înregistrat o creștere semnificativă de 29%, la 7,8 milioane de lei. În aceeași perioadă, magazinele MEGA au atras 121.600 de clienți, în creștere cu 22% față de T4 2024, iar valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 6%, la 64 de lei. În anul 2024, vânzările nete s-au ridicat la 34,1 milioane de lei, marcând o majorare cu 14%. Numărul clienților a ajuns la 482.100 de persoane, un avans de 12%, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a înregistrat o creștere de 2%, la 71 de lei. Creșterea performanței magazinelor MEGA se datorează majorării numărului de magazine de-a lungul anului 2024, precum și ajungerii la maturitate a unor magazine deschise în anii precedenți.

**PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA**

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%
<b>T1</b>	8.127.743	9.302.759	14%	124.309	133.801	8%	65	70	6%
<b>T2</b>	15.960.068	16.854.218	6%	214.243	220.818	3%	74	76	2%
<b>T3</b>	7.853.828	9.457.673	20%	115.978	139.679	20%	68	68	0%
<b>T4</b>	6.075.302	7.806.778	29%	100.022	121.599	22%	61	64	6%
<b>12L 2024</b>	<b>29.889.198</b>	<b>34.118.669</b>	<b>14%</b>	<b>430.243</b>	<b>482.096</b>	<b>12%</b>	<b>69</b>	<b>71</b>	<b>2%</b>

Vânzările online au înregistrat o creștere de 37%, în comparație cu ultimul trimestru din 2023, ajungând la 1 milion de lei. Această evoluție se datorează majorării cu 55% a numărului de clienți, la 6.300 de persoane, care a compensat scăderea cu 12% a valorii medii a bonului fiscal, la 166 de lei. La nivelul întregului an 2024, vânzările nete au ajuns la 4,4 milioane de lei, în scădere cu 9% față de anul anterior. Numărul de clienți s-a ridicat la 26.500 de persoane, un avans de 2%, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 11%, la 165 de lei. 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		
	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%	2023	2024	Δ%
<b>T1</b>	1.385.481	1.019.437	-26%	8.175	5.961	-27%	169	171	1%
<b>T2</b>	1.496.081	1.202.554	-20%	8.542	7.036	-18%	175	171	-2%
<b>T3</b>	1.136.609	1.104.643	-3%	5.062	7.184	42%	225	154	-32%
<b>T4</b>	768.530	1.049.202	37%	4.093	6.327	55%	188	166	-12%
<b>12L 2024</b>	<b>4.786.701</b>	<b>4.375.837</b>	<b>-9%</b>	<b>25.872</b>	<b>26.508</b>	<b>2%</b>	<b>185</b>	<b>165</b>	<b>-11%</b>

Vânzările către francizați au crescut cu 48% în ultimul trimestru din 2024 comparativ cu T4 2023, ajungând la 9,7 milioane de lei, astfel că în 2024, acestea au ajuns la valoarea de 99,5 milioane de lei, un avans de 4% față de anul anterior.

**VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI**

	2023	2024	Δ%
<b>T1</b>	22.241.995	20.875.834	-6%
<b>T2</b>	52.149.189	53.768.049	3%
<b>T3</b>	14.397.849	15.176.170	5%
<b>T4</b>	6.565.847	9.709.323	48%
<b>12L 2024</b>	<b>95.354.880</b>	<b>99.529.376</b>	<b>4%</b>

**CIFRĂ DE AFACERI CONSOLIDATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS**

Cifra de afaceri consolidată, împărțită pe tip de produs vândut în 2024 comparativ cu performanța din 2023, este prezentată mai jos:

Categorie	31/12/2023	31/12/2024	Δ%
Furaje & Concentrate	86.916.381	100.002.969	15%
Pui	53.189.238	58.861.510	11%
Input (AAB)	62.481.320	48.991.341	-22%
Food	31.241.601	39.854.471	28%
Produse <i>pet food</i>	25.999.814	26.659.281	3%
Agricole	10.480.114	12.411.882	18%
Aditivi	8.034.297	10.244.500	28%
Echipamente	8.372.112	9.040.636	8%
Altele	4.742.200	5.387.546	14%
Farmacie & Fitofarmacie	3.917.930	4.548.233	16%
Ferme	4.313.843	1.904.061	-56%
<i>Reduceri</i>	<i>9.851.439</i>	<i>11.385.778</i>	<i>16%</i>
<b>Total CA</b>	<b>289.837.412</b>	<b>306.520.653</b>	<b>6%</b>

În 2024, cea mai mare contribuție la cifra de afaceri consolidată a avut-o categoria furaje și concentrate, care a înregistrat o creștere de 15%, până la 100 de milioane de lei, ca urmare a diversificării gamei de produse oferite prin fabricile noastre, precum și a creșterii categoriei pui de o zi. Vânzările de pui de o zi au generat venituri de 58,9 milioane de lei, un avans de 11% în

comparație cu anul precedent, continuând evoluția pozitivă. Vânzările de inputuri agricole, reprezentând rezultatele generate de către Agroland Agribusiness, au scăzut cu 22%, până la 49 de milioane de lei (pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți Raportul administratorului AAB pentru 2024, disponibil [AICI](#)).

Vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, s-au ridicat la 39,9 milioane de lei, după o majorare cu 28% față de 2023, datorită creșterii capacității de producție la Mihăilești. Totuși, ritmul de creștere din S2 2024 a scăzut comparativ cu prima jumătate a anului, în principal ca urmare a lucrărilor de modernizare la una dintre fermele platformei avicole. Această investiție este menită să dubleze capacitatea actuală de producție a acestei ferme, urmând să fie operaționalizată în prima jumătate a anului curent.

Produsele pet food au înregistrat un avans de 3% în 2024, până la 26,7 milioane de lei, recuperând în T4 diferența față de trimestrele precedente. Vânzarea de produse agricole a generat venituri de 12,4 milioane de lei, o creștere de 18% în comparație cu 2023, în timp ce categoria aditivi a înregistrat vânzări de 10,2 milioane de lei, +28%.

Vânzările de echipamente s-au ridicat la 9 milioane de lei, în urma unei majorări cu 8% față de anul anterior. Categoria alte produse a generat venituri de 5,4 milioane de lei, un avans de 14%, iar produsele din categoria farmacie și fitofarmacie au înregistrat o creștere de 16%, până la 4,5 milioane de lei. Produsele dedicate fermelor au scăzut cu 56% față de 2023, în principal ca urmare a faptului că cifrele comparative din 2023 includ și vânzările Agroland Professional Farm S.R.L., care nu mai sunt incluse în consolidare în 2024.

## **ANALIZA P&L CONSOLIDAT**

Veniturile din exploatare la nivel consolidat s-au ridicat la 315,8 milioane de lei în 2024, o creștere cu 7% în comparație cu anul precedent. Acestea sunt alcătuite aproape integral din cifra de afaceri, care a ajuns la 306,5 milioane de lei, o majorare cu 6% față de 2023, în principal datorită creșterii categoriilor furaje și concentrate, pui de o zi și ouă de consum.

Cifra de afaceri este constituită din veniturile din vânzarea mărfurilor și producția vândută. Veniturile din vânzarea mărfurilor au scăzut cu 2%, la 238 de milioane de lei. În contextul inflaționist prelungit și al presiunii asupra prețurilor, reducerile comerciale acordate au crescut cu 16%, la 11,4 milioane de lei. Producția vândută, reprezentând producția vândută de la platforma avicolă Mihăilești - ouă de consum și pui de o zi, cât și producția de la FNC Ișalnița, a generat venituri de 79,9 milioane de lei, o majorare cu 42% comparativ cu 2023. Această creștere, determinată de majorarea capacității de producție, compensează scăderea veniturilor din vânzarea mărfurilor, rezultând evoluția pozitivă a cifrei de afaceri.

Veniturile din producția în curs de execuție s-au apreciat cu 407%, până la 3,6 milioane de lei. Această evoluție se datorează majorării stocurilor fabricate în unitățile proprii, menite să acopere cererea anticipată pentru sezonul 2025. Acestea reprezintă variația stocului (producție și vânzare) la furaje, hrană pentru animale de companie, cât și găinile de reproducție, găinile ouătoare, rezultatul incubației și puii crescuți în fermele de la platforma Mihăilești. Alte venituri din exploatare au ajuns la 3,5 milioane de lei, o apreciere cu 9% față de anul anterior, acestea fiind compuse, în principal, din venituri din vânzarea unor mijloace fixe, subvenții aferente altor cheltuieli de exploatare, venituri din despăgubiri și penalități și închideri solduri parteneri. Veniturile din subvenții de exploatare au scăzut cu 42%, până la 2,1 milioane de lei, ca urmare a unei subvenții primite doar în anul 2023 în valoare de 1,4 milioane de lei.

Cheltuielile din exploatare au ajuns în 2024 la 298,5 milioane de lei, o creștere de 5% în comparație cu anul anterior, un ritm ușor mai scăzut față de majorarea veniturilor. Cea mai mare contribuție la nivel de costuri au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care au scăzut cu 15% comparativ cu 2023, până la 151,5 milioane de lei. Scăderea cheltuielilor privind mărfurile (-15%) a fost mai accentuată comparativ cu veniturile din vânzarea acestora (-2%), indicând o îmbunătățire a marjei de profit, inclusiv datorită creșterii ponderii vânzărilor produselor obținute în facilitățile de producție ale Companiei. În plus, ca urmare a negocierii unor condiții contractuale mai avantajoase cu furnizorii, reducerile comerciale primite au crescut cu 30%, ajungând la 4,3 milioane de lei.

Cheltuielile cu materii prime și materiale s-au ridicat la 49,4 milioane de lei, un avans de 60% față de 2023, datorită, în principal, începerii producției de furaje la FNC Ișalnița în S2 2023, cât și a costurilor aferente platformei avicole Mihăilești cu producția în creștere. Alte cheltuieli de exploatare, care includ costuri aferente serviciilor livrate de terți: chirii, transport, marketing, asigurări, impozite și taxe, alte servicii executate de terți, precum și alte cheltuieli operaționale, au crescut cu 36%, până la 49,1 milioane de lei, ca urmare a externalizării unor procese de producție.

Cheltuielile cu personalul au ajuns la 35,7 milioane de lei, o majorare cu 28% comparativ cu 2023, determinată de creșterea salariului mediu, precum și de majorarea numărului de angajați. Numărul mediu de angajați la nivel consolidat al Agroland Business System din 2024 a fost de 423, față de o medie de 406 angajați la nivel consolidat în 2023. În plus, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au înregistrat o creștere cu 29%, până la 7,8 milioane de lei, ca urmare a începerii amortizării investițiilor finalizate în a doua parte a anului 2023. Alte cheltuieli materiale au ajuns la 4,9 milioane de lei, o majorare cu 19%, acestea fiind influențate de creșterea producției vândute.

Cheltuielile cu energia și apa au ajuns la 4,4 milioane de lei, un avans de 26% față de 2023. Ritmul de creștere al acestor cheltuieli a scăzut comparativ cu trimestrele anterioare, întrucât în S2 2023, Compania a operaționalizat fabrica de furaje de la Ișalnița și fabrica de hrană pentru animale de companie. Este important de menționat că organizația continuă să compenseze o parte a costurilor cu energia, având montate panouri solare cu o capacitate de 300 kW, dintre care 200 kW la platforma avicolă Mihăilești și câte 50 kW la Agroland Afumați și Agroland 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.

La nivel consolidat, Agroland Business System a încheiat anul 2024 cu un rezultat operațional de 17,2 milioane de lei, o creștere de 55% în comparație cu 2023. Compania a înregistrat cheltuieli financiare de 6,7 milioane de lei, o creștere de 20%. Aceasta este determinată de creșterea datoriilor bancare, care au o rată variabilă a dobânzii, restul cheltuielilor fiind reprezentat de dobânda fixă aferentă obligațiunilor corporative AGR25 și AAB26. Veniturile financiare au o pondere nesemnificativă, ajungând în 2024 la 42 de mii de lei.

Rezultatul brut a ajuns în 2024 la 10,6 milioane de lei, o majorare cu 87% față de anul precedent. Cheltuielile cu impozitul pe profit au crescut cu 214%, până la 2,9 milioane de lei, ca urmare a introducerii impozitului minim de 1% pe cifra de afaceri pentru companiile cu afaceri de peste 50 de milioane de euro, prag depășit de Companie în anul 2023. Astfel, Agroland a avut în 2024 un profit net de 7,6 milioane de lei, o creștere de 62% comparativ cu anul anterior.

<b>INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2024</b>	<b>Δ %</b>
Venituri din exploatare	295.560.922	315.767.777	7%
Cheltuieli din exploatare	284.418.085	298.548.201	5%
Rezultat operațional	11.142.837	17.219.577	55%
Rezultat financiar	(5.495.544)	(6.644.618)	-21%
Rezultat brut	5.647.293	10.574.959	87%
<b>Rezultat net</b>	<b>4.713.411</b>	<b>7.647.164</b>	<b>62%</b>

## **STRATEGIA DE BUSINESS & VÂNZĂRI**

În segmentul de retail, 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. În ultimii doi ani, ritmul de dezvoltare a rețelei de magazine s-a temperat, ca urmare a deciziei Emitentului de optimizare a acestora, prin menținerea magazinelor performante și deschiderea de noi unități în zonele cu potențial. La finalul anului 2024, Emitentul activa într-o rețea de 234 astfel de magazine.

Evoluția strategiei de business și vânzări și-a urmat apoi cursul natural, cu deschiderea primelor magazine în format MEGA, Emitentul observând că preferințele consumatorilor se îndreaptă către spații generoase, cu dotări moderne, și cu suprafețe de aproximativ 4-500 mp. La data de 31 decembrie 2024, rețeaua de magazine în format MEGA a ajuns la 27 de astfel de unități.

În anul 2024, aproximativ 37% din cifra de afaceri a fost realizată în magazinele proprii, în creștere comparativ cu anul 2023, când aceasta a reprezentat 32%. Restul cifrei de afaceri generate de segmentul de retail a fost realizat prin vânzarea către Partenerii Emitentului în franciză, aceștia fiind obligați prin contract să achiziționeze marfă integral de la compania Agroland.

În ceea ce privește ouăle de consum, Emitentul a înregistrat în 2024 o creștere de 28% a cantității produse în cadrul platformei avicole de la Mihăilești, de la 45,6 milioane de ouă în 2023 la 58,4 milioane de ouă în 2024. Aproximativ 80% din producție este vândută pe piața locală, în rețelele de retail prezente în București, precum Lidl România, Mega Image, Kaufland, Penny, în timp ce restul este destinat exportului, în special pe piețele din Germania și Belgia.

### **CLIEȚI SEMNIFICATIVI**

La nivelul anului 2024, conform datelor înregistrate de către Emitent, numărul total de clienți a fost de aproximativ 3 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 1,42 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 2024, cei mai mari parteneri în franciză sunt:

<b>Partener</b>	<b>Valoare brută (lei)</b>
Client Francizat 1	17.155.087
Client Francizat 2	11.649.504
Client Francizat 3	7.063.432
Client Francizat 4	6.601.673
Client Francizat 5	5.568.868

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	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Venituri</b>	191.333.213	233.378.788	305.119.288	295.560.922	315.767.777
<b>Marja netă de profit (%)</b>	5,5%	3,7%	1,1%	1,6%	2,4%

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/mp.

Pentru realizarea acestor indicatori urmăriți de Emitent, sunt responsabili managerii de categorie, directorul comercial, precum și șefii de magazine, ASM-ii și directorii regionali.

### **ANALIZĂ BILANȚ CONSOLIDAT**

Activele totale au crescut cu 21% de-a lungul anului 2024, ajungând la 234,6 milioane de lei. Această evoluție este determinată atât de majorarea cu 21% a activelor circulante, la 128,1 milioane de lei, cât și de avansul cu 21% înregistrat de activele imobilizate, până la 106,1 milioane de lei.

Creșterea activelor circulante se datorează, în principal, majorării cu 27% a stocurilor, care au ajuns la 69,8 milioane de lei. Această evoluție reflectă extinderea afacerii, acumularea de stocuri produse în unitățile proprii pentru a satisface cererea anticipată din sezon, precum și decizia de a continua diversificarea portofoliului de produse disponibile în magazine. Creanțele s-au ridicat la 52,8 milioane de lei, un avans de 14% față de începutul anului. Totuși, nu există valori semnificative cu risc de neîncasare. Poziția de numerar a ajuns la 5,5 milioane de lei, o creștere de 24% de la începutul anului, dar o scădere de 38% față de finalul trimestrului 3, pe fondul investițiilor derulate în ultimul trimestru din 2024.

La nivelul activelor imobilizate, imobilizările corporale au ajuns la 96,4 milioane de lei, o creștere de 22% de la începutul anului și una de 11% față de sfârșitul lui T3 2024, ca urmare a achiziției unor echipamente de producție și mijloace de transport. În același timp, imobilizările financiare au crescut cu 17% în 2024, la 8,2 milioane de lei, iar imobilizările necorporale au crescut cu 7%, la 1,5 milioane de lei.

Datoriile totale au ajuns la finalul lui 2024 la 169,8 milioane de lei, o majorare cu 24% de la începutul anului. Datoriile curente au fost de 96,1 milioane de lei, un avans de 33% față de

Începutul lui 2024, dar o scădere cu 10% comparativ cu sfârșitul lui T3 2024. Această evoluție se datorează, în principal, datoriiilor bancare pe termen scurt, care au crescut cu 46% de-a lungul anului, la 36,9 milioane de lei, dar au scăzut cu 26% în T4 2024, ca urmare refinanțării unor datorii, care au fost clasificate în datorii bancare pe termen lung, ceea ce se reflectă asupra creșterii acestora din urmă.

Datoriile către furnizorii terți au ajuns la finalul anului 2024 la 33,7 milioane de lei, în scădere cu 6% comparativ cu începutul anului, după ce această poziție a scăzut cu 14% față de situația de la 30.09.2024. În categoria datoriiilor curente au fost incluse și obligațiunile corporative AGR25, în valoare de 8,1 milioane de lei, a căror maturitate a fost în luna martie 2025. Salariile și impozitele pe salarii au ajuns finalul lui 2024 la 6,9 milioane de lei, o majorare cu 6% față de începutul anului, dar cu 39% mai mari decât la sfârșitul lui T3 2024, ca urmare a acordării bonusurilor salariale din T4 2024. Alte datorii pe termen scurt au crescut cu 177% de la începutul anului, până la 6,5 milioane de lei, datorate în principal accesării unei soluții de prelungire a scadențelor acordate partenerilor francizați, în sumă de 5,3 milioane de lei la 31 decembrie 2024. Datoriile privind impozitul au crescut în 2024 cu 176%, la 2,3 milioane de lei, pe fondul majorării impozitului datorat de Companie, așa cum a fost detaliat anterior în Analiza P&L. Leasing-ul pe termen scurt a ajuns la 1,8 milioane de lei, un avans de 35% de la începutul anului.

În ceea ce privește datoriile pe termen lung, acestea s-au ridicat la 73,7 milioane de lei, o creștere de 15% de la începutul anului. Datoriile bancare pe termen lung au ajuns la 52,6 milioane de lei, o majorare cu 22% față de începutul anului, și cu 51% comparativ cu sfârșitul lui T3 2024, datorită contractării unor credite bancare pe termen lung atât pentru investiții, cât și credite care au refinanțat o parte din creditele pe termen scurt. În plus, în T4 2024, Compania a atras 6,7 milioane de lei prin intermediul noii emisiuni de obligațiuni corporative AGR28, restul sumei de 10 milioane de lei din această categorie reprezentând obligațiunile AAB26. Leasing-ul pe termen lung a crescut cu 36% în 2024, la 4,4 milioane de lei, ca urmare a achiziționării echipamentelor de producție și a mijloacelor de transport.

Capitalurile proprii au înregistrat o creștere de 13% de la începutul anului, ajungând la 64,8 milioane de lei. Această majorare se datorează avansului cu 29% a profitului reportat, la 20,5 milioane de lei, precum și a creșterii cu 62% a profitului exercițiului, la 7,6 milioane de lei. Rezervele legale au crescut cu 46% de-a lungul anului 2024, ajungând la 1,3 milioane de lei, în timp ce profitul repartizat a fost de 399 de mii de lei la finalul lui 2024, o majorare de 420% de la începutul anului. Capitalul subscris și vărsat, primele de capital și acțiunile proprii au rămas la același nivel de-a lungul anului 2024.

<b>INDICATORI DE BILANȚ (LEI)</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2024</b>	<b>Δ %</b>
Active imobilizate	87.667.792	106.096.602	21%
Active circulante	105.963.137	128.108.800	21%
Casa și conturi la bănci	4.429.191	5.486.859	24%
Cheltuieli înregistrate în avans	4.251	383.829	8.929%
<b>TOTAL ACTIV</b>	<b>193.635.180</b>	<b>234.589.231</b>	<b>21%</b>
Datorii curente	72.225.758	96.106.204	33%
Datorii pe termen lung	64.254.239	73.684.894	15%
Venituri înregistrate în avans	4.214	0	-100%
Capitaluri proprii	57.150.969	64.798.133	13%
<b>TOTAL PASIV</b>	<b>193.635.180</b>	<b>234.589.231</b>	<b>21%</b>



## **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 anii 2023 și 2024, 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 29.04.2025, propunerea cu privire la repartizarea profiturilor realizate a fost următoarea:

- rezerve legale: 395.448 lei;
- profit nedistribuit: 5.086.785 lei.

# ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI

## BVC 2025

Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru anul 2025 prezentat mai jos include rezultatele preconizate a fi generate de Agroland Business System S.A. la nivel consolidat.

<b>ESTIMARE BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI 2025</b>	<b>SUMA (LEI)</b>
<b>Vânzări nete</b>	<b>363.367.050</b>
COGS (costul produselor vândute)	165.168.532
<b>Marja brută</b>	<b>190.623.835</b>
OPEX	165.618.868
<b>EBITDA</b>	<b>28.203.067</b>
EBIT	19.440.753
EBT	12.315.009
<b>Profit net</b>	<b>9.843.622</b>

Pentru anul 2025, Compania are bugetate investiții de aproximativ 25 de milioane de lei, care vizează, în principal, creșterea capacității de producție la platforma avicolă de la Mihăilești și creșterea capacității fabricii de furaje de la Ișalnița.

### Formatul 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.

Formatul „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 clienței 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 2025, Compania are în plan deschiderea a minimum 10 noi magazine Agroland în format MEGA și vizează o cifră de afaceri de 16 milioane de lei generată de acestea. 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 2024, Compania a continuat investițiile în platforma avicolă de la Mihăilești. Astfel, platforma a produs, în medie, 4,9 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. În S1 2025, Compania va finaliza o investiție în renovarea și dotarea cu echipamente de ultimă generație a șase hale de producție, cu o capacitate de 116.000

de găini ouătoare. Această extindere va crește capacitatea platformei de la Mihăilești la 300.000 găini, generând o producție medie lunară de 5,8 milioane de ouă, în creștere cu 18% comparativ cu producția medie din 2024.

### **Producția puilor de o zi**

În cadrul platformei Avicola Mihăilești, Emitentul dezvoltă producția de pui de o zi, unul dintre produsele cu vânzările cele mai mari în cadrul magazinelor sale. În prezent, aici sunt crescute peste 250.000 de păsări, majoritatea fiind păsări tinere, găini ouătoare și păsări de reproducție. Emitentul a renunțat complet la importurile de pui, din Italia și Ungaria, și se va concentra pe producția de pui de o zi la nivel local, pe care îi comercializează în magazinele din cadrul rețelei. Pentru creșterea capacității și modernizarea capacităților existente, Compania a accesat finanțări bancare pe termen lung (8-10 ani), precum și programe de finanțare cu fonduri europene.

### **Producția de furaje**

Compania deține două fabrici de furaje la Caransebeș și Ișalnița, care în 2024 au produs o cantitate de 18.100 tone de furaje. În 2024, Compania a transformat fabrica de la Caransebeș pentru a produce furaje certificate organic. De asemenea, Compania derulează o investiție în cadrul fabricii de la Ișalnița pentru creșterea capacității anuale de producție cu 10.000 de tone, precum și pe cea de depozitare. Acest proiect este estimat să fie finalizat la finalul anului 2025.

### **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 Afumați și Agroland 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 2024, Compania a realizat și demarat diverse investiții, precum transformarea fabricii de furaje de la Caransebeș pentru producția de furaje certificate organic, extinderea capacității de producție a fabricii de furaje de la Ișalnița, iar în cadrul platformei avicole de la Mihăilești, renovarea și dotarea cu echipamente a șase hale de producție și introducerea unei noi stații de sortare și ambalare a ouălor. Acestea 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 agreeți 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.

**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)	2023	2024	Δ %
<b>Venituri din exploatare, din care:</b>	<b>295.560.922</b>	<b>315.767.777</b>	<b>7%</b>
Cifra de afaceri, din care:	289.837.412	306.520.653	6%
Producția vândută	56.191.802	79.872.657	42%
Venituri din vânzarea mărfurilor	243.497.048	238.033.773	-2%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(9.851.439)</i>	<i>(11.385.778)</i>	16%
Venituri din subvenții de exploatare	3.655.085	2.136.021	-42%
Venituri din producția în curs de execuție	(1.165.044)	3.575.990	407%
Alte venituri din exploatare	3.233.469	3.535.113	9%
<b>Cheltuieli din exploatare, din care:</b>	<b>284.418.085</b>	<b>298.548.201</b>	<b>5%</b>
Cheltuieli cu materii prime și materiale	30.890.833	49.449.929	60%
Alte cheltuieli materiale	4.091.486	4.861.374	19%
Cheltuieli cu energia și apa	3.487.911	4.391.715	26%
Cheltuieli privind mărfurile	179.080.241	151.533.803	-15%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(3.282.805)</i>	<i>(4.258.302)</i>	30%
Cheltuieli cu personalul	27.960.517	35.740.961	28%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	6.027.248	7.778.491	29%
Alte cheltuieli de exploatare	36.162.654	49.050.230	36%
<b>Rezultat operațional</b>	<b>11.142.837</b>	<b>17.219.577</b>	<b>55%</b>
Venituri financiare	87.234	42.149	-52%
Cheltuieli financiare	5.582.778	6.686.767	20%
<b>Rezultat financiar</b>	<b>(5.495.544)</b>	<b>(6.644.618)</b>	<b>-21%</b>
Venituri totale	295.648.156	315.809.927	7%
Cheltuieli totale	290.000.863	305.234.968	5%
<b>Rezultat brut</b>	<b>5.647.293</b>	<b>10.574.959</b>	<b>87%</b>
Impozitul pe profit/alte impozite	933.882	2.927.795	214%
<b>Rezultat net</b>	<b>4.713.411</b>	<b>7.647.164</b>	<b>62%</b>

## BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2023	31/12/2024	Δ %
<b>Active imobilizate, din care:</b>	<b>87.667.792</b>	<b>106.096.602</b>	<b>21%</b>
Imobilizări necorporale	1.434.559	1.537.990	7%
Imobilizări corporale	79.233.763	96.402.873	22%
Imobilizări financiare	6.999.469	8.155.739	17%
<b>Active circulante, din care:</b>	<b>105.963.137</b>	<b>128.108.800</b>	<b>21%</b>
Stocuri	55.186.241	69.830.474	27%
Creanțe	46.347.705	52.791.468	14%
<b>Casa și conturi la bănci</b>	<b>4.429.191</b>	<b>5.486.859</b>	<b>24%</b>
<b>Cheltuieli înregistrate în avans</b>	<b>4.251</b>	<b>383.829</b>	<b>8.929%</b>
<b>TOTAL ACTIV</b>	<b>193.635.180</b>	<b>234.589.231</b>	<b>21%</b>
<b>Datorii curente, din care:</b>	<b>72.225.758</b>	<b>96.106.204</b>	<b>33%</b>
Datorii bancare	25.258.856	36.937.508	46%
Impozit	832.762	2.298.211	176%
Furnizori terți	35.988.935	33.690.242	-6%
Afiliați	18.124	0	-100%
Salarii și impozite pe salarii	6.476.517	6.864.876	6%
Obligațiuni corporative	0	8.080.300	100%
Alte datorii pe termen scurt	2.334.133	6.460.784	177%
Leasing	1.316.432	1.774.283	35%
<b>Datorii pe termen lung, din care:</b>	<b>64.254.239</b>	<b>73.684.894</b>	<b>15%</b>
Datorii bancare	42.982.697	52.590.168	22%
Obligațiuni corporative	18.080.300	16.740.664	-7%
Leasing	3.191.242	4.354.062	36%
<b>Venituri în avans</b>	<b>4.214</b>	<b>0</b>	<b>-100%</b>
<b>Total datorii</b>	<b>136.484.211</b>	<b>169.791.098</b>	<b>24%</b>
<b>Capitaluri proprii, din care:</b>	<b>57.150.969</b>	<b>64.798.133</b>	<b>13%</b>
Capital subscris și vărsat	9.250.040	9.250.040	0%
Prime de capital	27.969.531	27.969.531	0%
Rezerve legale	861.433	1.260.792	46%
Profitul sau pierderea reportată	15.875.822	20.512.384	29%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	4.713.411	7.647.164	62%
Repartizarea profitului	76.848	399.358	420%
Acțiuni proprii	1.442.420	1.442.420	0%
<b>TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII</b>	<b>193.635.180</b>	<b>234.589.231</b>	<b>21%</b>



## CASH FLOW CONSOLIDAT

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2023	31/12/2024
<b>Activități de exploatare</b>		
<b>Profitul net</b>	<b>4.713.411</b>	<b>7.647.164</b>
Amortizare	6.027.248	7.778.491
Veniturile din dobânzi	(945)	(19)
Cheltuieli privind dobânzile	5.208.165	6.486.873
Cheltuiala cu impozitul pe profit	933.882	2.927.795
<b>Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalului circulant</b>	<b>16.881.762</b>	<b>24.840.304</b>
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	199.666	(6.443.763)
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	(3.691.934)	(14.644.233)
(Creșterea)/Descreșterea cheltuielilor în avans	(4.251)	(379.578)
Creștere/(Descreștere) datorii comerciale și alte datorii	(2.655.023)	3.663.642
(Creștere)/Descreștere venituri în avans	4.214	(4.214)
<b>Numerar generat din exploatare</b>	<b>10.734.433</b>	<b>7.032.158</b>
Impozit pe profit plătit	(933.882)	(2.927.795)
<b>Numerar net din activități de exploatare</b>	<b>9.800.551</b>	<b>4.104.363</b>
<b>Activități de investiții</b>		
Achizițiile de imobilizări	(7.736.321)	(26.207.300)
<b>Numerar net utilizat în activități de investiții</b>	<b>(7.736.321)</b>	<b>(26.207.300)</b>
<b>Activități de finanțare</b>		
Încasări din creșterea capitalului social	395.089	-
Încasări/(Rambursări) din împrumuturi	507.411	29.647.458
Dividende plătite	(378.323)	(0)
Dobânzi plătite	(5.208.165)	(6.486.873)
Dobânzi încasate	945	19
Achiziție acțiuni proprii	-	-
<b>Numerar net din activități de finanțare</b>	<b>(4.683.043)</b>	<b>23.160.604</b>
<b>Creșterea numerarului și echivalentului de numerar</b>	<b>(2.618.813)</b>	<b>1.057.667</b>
<b>Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei</b>	<b>7.048.004</b>	<b>4.429.191</b>
<b>Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei</b>	<b>4.429.191</b>	<b>5.486.858</b>

## CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE INDIVIDUAL

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2023	2024	Δ %
<b>Venituri din exploatare, din care:</b>	<b>242.989.175</b>	<b>274.328.538</b>	<b>13%</b>
Cifra de afaceri, din care:	245.505.759	267.690.897	9%
Producția vândută	29.814.024	59.097.928	98%
Venituri din producția în curs de execuție	(15.651.065)	3.457.356	122%
Venituri din vânzarea mărfurilor	218.782.110	212.653.710	-3%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(3.090.375)</i>	<i>(4.060.741)</i>	31%
Venituri din subvenții de exploatare	455.533	-	-100%
Alte venituri din exploatare	12.678.948	3.180.285	-75%
<b>Cheltuieli din exploatare, din care:</b>	<b>237.746.641</b>	<b>260.963.461</b>	<b>10%</b>
Cheltuieli cu materii prime și materiale	13.534.161	43.904.735	224%
Alte cheltuieli materiale	2.324.998	2.185.432	-6%
Cheltuieli cu energia și apa	1.306.458	1.514.712	16%
Cheltuieli privind mărfurile	169.218.766	145.687.348	-14%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(1.648.081)</i>	<i>(1.240.982)</i>	-25%
Cheltuieli cu personalul	17.281.613	22.480.407	30%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	5.293.340	6.936.927	31%
Alte cheltuieli de exploatare	30.435.386	39.494.882	30%
<b>Rezultat operațional</b>	<b>5.242.534</b>	<b>13.365.077</b>	<b>155%</b>
Venituri financiare	536.910	36.841	-93%
Cheltuieli financiare	4.323.969	5.492.953	27%
<b>Rezultat financiar</b>	<b>(3.787.059)</b>	<b>(5.456.112)</b>	<b>-44%</b>
Venituri totale	243.526.085	274.365.379	13%
Cheltuieli totale	242.070.610	266.456.414	10%
<b>Rezultat brut</b>	<b>1.455.475</b>	<b>7.908.965</b>	<b>443%</b>
Impozitul pe profit/alte impozite	262.796	2.426.732	823%
<b>Rezultat net</b>	<b>1.192.679</b>	<b>5.482.233</b>	<b>360%</b>

## BILANȚ INDIVIDUAL

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2023	31/12/2023	Δ %
<b>Active imobilizate, din care:</b>	<b>83.494.851</b>	<b>99.108.905</b>	<b>19%</b>
Imobilizări necorporale	1.409.200	1.535.870	9%
Imobilizări corporale	72.189.801	83.572.393	16%
Imobilizări financiare	9.895.850	14.000.642	41%
<b>Active circulante, din care:</b>	<b>119.920.634</b>	<b>98.141.736</b>	<b>-18%</b>
Stocuri	38.265.081	56.213.606	47%
Creanțe	79.325.254	38.678.395	-51%
<b>Casa și conturi la bănci</b>	<b>2.330.299</b>	<b>3.249.735</b>	<b>39%</b>
<b>Cheltuieli înregistrate în avans</b>	<b>-</b>	<b>358.995</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL ACTIV</b>	<b>203.415.485</b>	<b>197.609.636</b>	<b>-3%</b>
<b>Datorii curente, din care:</b>	<b>113.458.992</b>	<b>99.182.369</b>	<b>-13%</b>
Datorii bancare	21.420.126	32.422.407	51%
Impozit	86.799	2.067.390	2282%
Furnizori terți	83.760.496	42.807.863	-49%
Salarii și impozite pe salarii	4.914.735	5.263.345	7%
Obligațiuni corporative	-	8.080.300	
Alte datorii pe termen scurt	2.309.730	7.205.134	212%
Leasing	967.106	1.335.930	38%
<b>Datorii pe termen lung, din care:</b>	<b>48.258.626</b>	<b>51.247.167</b>	<b>6%</b>
Datorii bancare	37.716.476	41.239.256	9%
Obligațiuni corporative	8.080.300	6.740.664	-17%
Leasing	2.461.850	3.267.247	33%
<b>Total datorii</b>	<b>161.717.618</b>	<b>150.429.536</b>	<b>-7%</b>
<b>Capitaluri proprii, din care:</b>	<b>41.697.867</b>	<b>47.180.100</b>	<b>13%</b>
Capital subscris și vărsat	8.997.899	8.997.899	0%
Prime de capital	21.917.031	21.917.031	0%
Rezerve legale	737.225	1.132.674	54%
Profitul sau pierderea reportată	10.296.718	11.416.623	11%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	1.192.679	5.482.233	360%
Repartizarea profitului	72.773	395.448	443%
Acțiuni proprii	1.370.912	1.370.912	0%
<b>TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII</b>	<b>203.415.485</b>	<b>197.609.636</b>	<b>-3%</b>

## CASH FLOW INDIVIDUAL

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2023	31/12/2024
<b>Activități de exploatare</b>		
<b>Profitul net</b>	<b>1.192.679</b>	<b>5.482.233</b>
Amortizare	5.293.340	6.936.927
Venituri din dobânzi	(940)	(19)
Cheltuieli privind dobânzile	3.993.090	5.352.428
Cheltuiala cu impozitul pe profit	262.796	2.426.732
<b>Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii</b>	<b>10.740.965</b>	<b>20.198.301</b>
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	(43.119.490)	40.646.859
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	556.227	(17.948.525)
(Creșterea)/Descreșterea cheltuielilor în avans	-	(358.995)
Creșterea/(descreștere) datoriilor comerciale și alte datorii	39.139.543	(33.728.028)
<b>Numerar generat din exploatare</b>	<b>7.317.246</b>	<b>8.809.612</b>
Impozit pe profit plătit	(262.796)	(2.426.732)
<b>Numerar net din activități de exploatare</b>	<b>7.054.450</b>	<b>6.382.880</b>
<b>Activități de investiții</b>		
Achizițiile de imobilizări	(6.916.288)	(22.550.981)
<b>Numerar net utilizat în activități de investiții</b>	<b>(6.916.288)</b>	<b>(22.550.981)</b>
<b>Activități de finanțare</b>		
Încasări din creșterea capitalului social	193.497	-
Încasări din împrumuturi	1.813.242	22.439.946
Dobânzi plătite	(3.993.090)	(5.352.428)
Dobânzi încasate	940	19
<b>Numerar net din activități de finanțare</b>	<b>(1.985.412)</b>	<b>17.087.537</b>
<b>Creșterea numerarului și echivalentului de numerar</b>	<b>(1.847.250)</b>	<b>919.436</b>
<b>Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei</b>	<b>4.177.549</b>	<b>2.330.299</b>
<b>Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei</b>	<b>2.330.299</b>	<b>3.249.735</b>

## PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 31 decembrie 2024 sunt prezentați mai jos:

### Indicatorul lichidității curente la 31.12.2024

Active curente	128.108.800	<b>= 1,33</b>
Datorii curente	96.106.204	

### Indicatorul gradului de îndatorare la 31.12.2024

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital propriu}} \times 100$	$\frac{73.684.894}{64.798.133} \times 100$	<b>= 114%</b>
---	--	---------------

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital angajat}} \times 100$	$\frac{73.684.852}{138.483.027} \times 100$	<b>= 53%</b>
---	---	--------------

*Capital împrumutat = Credite peste 1 an*

*Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu*

### Viteza de rotație a activelor imobilizate la 31.12.2024

$\frac{\text{Cifra de afaceri}}{\text{Active imobilizate}}$	$\frac{306.520.653}{106.096.602}$	<b>= 2,89</b>
---	-----------------------------------	---------------

## PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ

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

COD	PREVEDERI CARE TREBUIE RESPECTATE	RESPECTĂ INTEGRAL	NU RESPECTĂ	EXPLICAȚII
<b>SECȚIUNEA A – RESPONSABILITĂȚILE CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE (CONSILIUL)</b>				
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 adoptare 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 2024.
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 pentru o perioadă de 12 luni.
A5.1.	Persoană de legătură cu Consultantul Autorizat	√		
A5.2.	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 2024.
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 2024, 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 <a href="http://www.agroland.ro">www.agroland.ro</a> .
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, 28 martie 2025

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate și individuale auditate pentru anul 2024 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 2024 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

**Horia Cardoso**

Agroland Business System S.A.