

Agroland marchează cel mai bun semestru din istorie, cu un profit net în creștere cu 23% față de perioada similară a anului trecut

- **Vânzări de 229 de milioane de lei, în S1, în creștere cu 11% față de aceeași perioadă din 2024**
- **Profit net de 12 milioane de lei, +23% față de S1 2024**
- **Investiții programate de 20 milioane de euro**
- **300 de magazine active până în 2028**
- **Peste 1 milion de găini pe platforma de la Mihăilești până în 2027**

Grupul antreprenorial Agroland, prezent pe piața de retail, agribusiness, producție alimentară și nutriție animală, a încheiat cel mai bun semestru al anului din istoria sa, cu vânzări de 229 de milioane de lei, în creștere cu 11% față de aceeași perioadă din 2024. De asemenea, profitul operațional a înregistrat o creștere de 33%, până la 19,5 milioane de lei, iar profitul net s-a ridicat la 12 milioane de lei, +23% față de S1 2024.

„Rezultatele obținute în primele șase luni reconfirmă robustețea și reziliența modelului de afaceri Agroland Group. Diviziile de Retail, Food și Agribusiness au livrat cel mai bun prim semestru din istoria companiei, întărind baza pentru obiectivele strategice pe termen mediu. Am încheiat această perioadă cu un ritm sănătos de creștere cu două cifre la nivel de venituri și profit. Privind înainte, ne concentrăm pe scalarea platformei avicole de la Mihăilești ca pilon important al diviziei Food, extinderea și digitalizarea rețelei Agroland Mega, consolidarea producției de furaje și pet food și investiții în logistică și energie regenerabilă. De asemenea, ne menținem angajamentul față de transparență și buna guvernare și ne pregătim prin noi investiții și dezvoltare business în anii următori, pentru trecerea pe Piața Principală a BVB”, a declarat Horia Cardoș, fondator și CEO Agroland Group.

Divizia Food a vândut, în primul semestru din acest an, prin platforma avicolă de la Mihăilești 38,7 milioane de ouă de consum, reprezentând un avans de 27% față de primele șase luni din 2024. Veniturile din vânzarea ouălor de consum au crescut cu 52% față de S1 2024, ajungând până la 31,6 milioane de lei.

De asemenea, divizia de Retail a ajuns în S1 2025 la vânzări nete de 177,1 milioane de lei, o majorare cu 11% comparativ cu primul semestru din 2024, iar numărul de clienți a crescut cu 12%, ajungând la 2,1 milioane de persoane.

Veniturile din inputurile agricole au fost, în S1 2025, de 24,3 milioane lei, în scădere cu 23% față de S1 2024. Scăderea a fost determinată de restrângerea strategică a activității de trading de cereale la nivel intra-grup prin suspendarea acestor vânzări către terți și de scăderea cu 35% a vânzărilor de semințe input, în special de porumb și floarea soarelui, pe fondul pierderilor repetate înregistrate de fermieri din cauza secetei.

În S1 2025, cheltuielile cu mărfurile s-au ridicat la 117,5 milioane de lei, mai mari cu 9% comparativ cu S1 2024, în linie cu creșterea vânzărilor. Alte cheltuieli importante sunt cele cu energia și apa, care au înregistrat o creștere de 49%, la 3,6 milioane de lei, ca urmare a creșterii semnificative a activității de producție în fabricile grupului. De asemenea, cheltuielile cu personalul au ajuns la 23,3 mil. de lei, (+ 28% față de S1 2024), evoluție determinată atât de majorarea salariului mediu, cât și de creșterea numărului de angajați (551 față de 432 în S1 2024).

La nivel consolidat, Agroland Group a înregistrat în primele șase luni ale anului 2025, cheltuieli financiare de 5,4 milioane de lei, o majorare de 76% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Aceasta este determinată de creșterea datoriilor bancare, care au o rată variabilă a dobânzii, restul cheltuielilor fiind reprezentat de dobânda fixă aferentă obligațiunilor corporative AAB26 și AGR28.

”Rezultatele din primul semestru reflectă o execuție meticuloasă și o guvernanță financiară strictă: am îmbunătățit mixul comercial pentru a stimula vânzările și a îmbunătăți marjele, am utilizat mai eficient capacitățile din Ișalnița, Caransebeș și platforma de la Mihăilești, susținute de aprovizionarea cu cereale prin divizia agribusiness, unde activitatea de trading a fost direcționată strategic spre alimentarea propriilor facilități și am menținut disciplina în capitalul de lucru pentru a limita volatilitatea și a proteja marjele. Pe partea de costuri, am ținut cheltuielile cu mărfurile și materiile prime sub control prin standardizare operațională, achiziții centralizate și creșterea productivității, iar presiunile din energie și forță de muncă le-am absorbit prin organizare și eficientizarea fluxurilor. Cheltuielile financiare au fost gestionate activ, în contextul dobânzilor variabile și al obligațiunilor corporative, cu monitorizare atentă a cash-ului și a costului capitalului. Rezultatul este o organizație mai eficientă, care livrează performanță într-un mediu de piață volatil”, a declarat Adrian Gafița, Director Financiar Agroland Group.

Grupul Agroland continuă investițiile în toate cele trei verticale de business

În luna august a acestui an, Agroland a anunțat o investiție greenfield de 20 de milioane de euro în platforma avicolă de la Mihăilești, care va transforma capacitatea de producție a diviziei Food. Compania va construi noi ferme avicole, care vor contribui la creșterea capacității de producție a ouălor de consum a platformei de la Mihăilești. Până la sfârșitul anului 2027, este preconizat să atingă o capacitate de 900.000 găini ouătoare cage-free și 100.000 găini BIO și free-range și reprezintă un pas strategic către consolidarea poziției Grupului Agroland să devină unul dintre cei mai mari producători de ouă din România, cu un portofoliu diversificat de produse: convenționale, BIO, free-range, premium și procesate (ouă lichide, omlete congelate). Această extindere va permite ca, începând cu 2028, divizia Food să depășească cifra de afaceri de 250 de milioane de lei.

În același timp, divizia de Retail continuă să crească într-un ritm accelerat, cu un obiectiv clar de 300 de magazine active până în 2028 și o cifră de afaceri de peste 350 de milioane de lei, susținute de expansiunea formatului Agroland Mega și de digitalizare. În primele șase luni ale anului 2025, grupul a continuat investițiile în vederea creșterii rețelei de magazine Agroland, deschizând 3 magazine în format MEGA, în Arad, Suceava, Turnu Măgurele, precum și 9 magazine tradiționale, dintre care 4 magazine în jud. Suceava, 2 în jud. Ilfov și câte un magazin în jud. Alba, Călărași și Dolj. După închiderea perioadei de raportare, a mai deschis alte 2 magazine în format MEGA, în Slobozia și Cislădie.

Pe 8 septembrie, la ora 11:00, Agroland va organiza teleconferința cu investitorii. Cei care doresc să participe vor trebui să se înscrie pe următorul link: https://us06web.zoom.us/join/6b2cbr_MQG2DHhT2ydcngg#/registration

Despre Agroland Group

Agroland este un grup antreprenorial românesc prezent pe piața de retail, agribusiness, producție alimentară și nutriție animală, fondat de Horia Cardoș, care și-a început activitatea în 1997 ca o mică rețea de magazine pentru fermieri. În prezent, prin divizia Agroland Retail, grupul operează cea mai mare rețea de peste 249 de magazine specializate în vânzarea de produse pentru grădină, fermă și animale de companie.

Divizia Agroland Food integrează fermele existente, fabrica de procesare a ouălor, fermele de reproducție și stațiile de incubare, și în viitor linia de abatorizare. Agroland Agribusiness administrează distribuția de inputuri agricole, tradingul de cereale, producția și selecția de semințe, urmând ca până la sfârșitul anului să integreze și fabricile de furaje.

Acțiunile Agroland Business System și Agroland Agribusiness sunt listate pe piața AeRO a Bursei de Valori București începând din 2021, sub simbolul AG și respectiv AAB. Acțiunile Agroland Business System sunt incluse în indicii MSCI Frontier IMI și MSCI România IM, categoria Small Cap.