

Comunicat de presă**Grupul Agroland raportează o creștere de 65% a profitului net la 9 luni 2025 și își prezintă strategia de dezvoltare până în 2030**

- Vânzări de 299 mil. de lei, în creștere cu 13%, la nouă luni 2025 față de perioada similară din 2024.
- Profitul net de 9,5 mil. de lei, + 65% la nouă luni, față de perioada similară din 2024
- Până în 2030, Agroland vizează vânzări de 200 mil. de euro, prin integrare verticală, sustenabilitate și digitalizare.
- Compania dezvoltă un lanț complet de producție, de la semințe la produse procesate, investește în energie verde și tehnologii moderne și își consolidează rețeaua de retail ca principal canal de distribuție.
- Extinderea în Europa de Vest și listarea pe Piața Principală a BVB până în 2028 completează strategia de creștere.

Agroland Business System a încheiat primele nouă luni din 2025 cu rezultate financiare solide, confirmând trendul ascendent al Grupului. La nivel consolidat, compania a raportat vânzări de 299 mil. de lei, în creștere cu 13% față de perioada similară din 2024. Rezultatul operațional a urcat la 20,5 mil. de lei (+56%), iar profitul net a crescut cu 65%, până la 9,5 mil. de lei. Performanța a fost susținută de creșterea producției de furaje în fabricile din Ișalnița și Caransebeș (+68%), de vânzările de ouă de consum (+55%, până la 44 mil. de lei) și de expansiunea producției de hrană pentru animale de companie la Bixad, unde veniturile au crescut cu 36%, la 85,2 mil. de lei. În același timp, cheltuielile din exploatare au ajuns la 278,8 mil. de lei în primele nouă luni din 2025, în creștere cu 11% față de 2024, sub ritmul veniturilor. Costurile cu mărfurile au urcat cu 4%, la 143,6 mil. de lei, iar cheltuielile cu materiile prime și materialele au crescut cu 9%, până la 43,9 mil. de lei, pe fondul extinderii producției în fabrici și la platforma Mihăilești.

Pe baza acestei evoluții, Grupul își stabilește obiective ambițioase pentru 2030, vizând atingerea unui nivel al vânzărilor de 200 mil. de euro și consolidarea poziției sale ca unul dintre cei mai importanți jucători din agribusiness-ul românesc, prin integrare verticală, digitalizare și sustenabilitate.

„Rezultatele din primele nouă luni ale anului confirmă soliditatea modelului nostru de business și eficiența strategiei de diversificare pe care am urmat-o în ultimii ani. Creșterea cu 65% a profitului net și performanțele remarcabile ale diviziilor noastre de la furaje și ouă de consum, până la petfood și retail, arată că investițiile realizate în capacitățile de producție și extinderea rețelei dau rezultate concrete. Suntem mândri de echipa Agroland, care a contribuit la această evoluție, și ne menținem obiectivul de a continua creșterea și de a consolida poziția Grupului ca unul dintre liderii din agribusiness-ul românesc”, a declarat Horia Cardoș, Fondator și CEO, Agroland Business System.

La 30 septembrie 2025, **Divizia de Retail** a Grupului Agroland opera 249 de magazine la nivel național, dintre care 34 în format MEGA (20 proprii și 14 în franciză) și 215 magazine tradiționale (67 proprii și 148 operate de parteneri francizați). În primele nouă luni ale anului, comparativ cu perioada similară a anului trecut, vânzările nete totale, incluzând performanța magazinelor fizice proprii, magazinul online și vânzările către francizați, au ajuns la 226,9 mil. de lei, +18%, în timp ce numărul de clienți a fost de 2,8 mil., un avans cu 15%.

Comunicat de presă

Divizia Food a înregistrat în primele nouă luni ale anului curent, o creștere semnificativă de 55%, a cifrei de afaceri, până la 44 de mil. de lei și o majorare de 25% a volumului de ouă vândute, până la 53,3 mil. Platforma avicolă de la Mihăilești a atins o capacitate de 300.000 de găini ouătoare cage-free și BIO, iar integrarea fermei Cortina BIOprod, achiziționată în luna mai, consolidează prezența Agroland în segmentul BIO.

Divizia Agribusiness a produs peste 22.000 de tone de furaje (+68%), beneficiind de investițiile în extinderea capacităților fabricilor de la Ișalnița și Caransebeș. Platforma de la Șimian, operaționalizată în S1 2025, produce și ambalează semințe de cereale certificate pentru păioase, precum și alte tipuri de semințe, destinate atât rețelei de magazine Agroland din grup, cât și altor clienți din portofoliu.

Agroland Vision 2030 – Sustenabil. Profitabil. Regional.

Începând de anul viitor, Grupul Agroland intră într-o nouă etapă de dezvoltare, care marchează maturizarea modelului său de business și consolidarea poziției de lider regional în producția alimentară sustenabilă, retail specializat și agribusiness integrat. Până în 2030, compania vizează o cifră de afaceri de 200 mil. euro și o marjă EBITDA de 12%, confirmând potențialul de creștere și soliditatea modelului său integrat.

*„Ne-am asumat o strategie pe termen lung, construită pe integrare verticală, digitalizare și sustenabilitate. **Vision 2030** este angajamentul nostru de a transforma Agroland într-un lider regional, capabil să concureze la nivel european prin performanță și eficiență. Este o promisiune către investitori că Agroland va continua să livreze valoare, stabilitate și creștere pe termen lung. Suntem într-un moment în care Agroland poate genera, din activitatea curentă, resurse suficiente pentru a-și susține dezvoltarea accelerată și, în același timp, o politică de dividende sustenabilă. Este o etapă care validează maturitatea noastră financiară și operațională. De aceea, ne-am propus ca, până în 2028, să facem pasul și către Piața Principală a Bursei de Valori București, un pas natural pentru o companie care a demonstrat consecvență, transparență și rezultate”, afirmă Horia Cardoș, fondator și CEO Agroland.*

Strategia Agroland Vision 2030 este structurată în două faze: **expansiune accelerată (2026–2028)** și **consolidare și integrare (2029–2030)**, menite să construiască un ecosistem sustenabil, profitabil și scalabil.

În prima fază, compania va investi peste 150 mil. lei pentru extinderea capacităților de producție, dezvoltarea rețelei de retail și dublarea volumelor din agribusiness. Divizia **Food** devine motorul creșterii: extinderea fermei Mihăilești la 900.000 de găini ouătoare cage-free până în 2027, dezvoltarea fermei BIO Curtisoara la 30.000 de găini și deschiderea în 2026 a fabricii de ouă lichide de la Caransebeș, cu o capacitate de 10 tone pe zi. În parteneriat cu compania japoneză **Kohshin**, la Mihăilești se construiește cea mai mare unitate de tratare a gunoiului de pasăre din România – 15.000 tone anual. Până în 2028, Food va depăși 250 mil. lei cifră de afaceri și o marjă EBITDA de 20%.

Comunicat de presă

Divizia **Retail** va crește cu 15–20 de magazine anual, până la peste 300 în 2028, consolidând formatul unic Pet & Garden, orientat spre produse sustenabile. Investițiile vor atinge 8–10 mil. lei, pentru o cifră de afaceri estimată de 400 mil. lei și o marjă EBITDA de 10%. În paralel, Divizia **Agribusiness** își va dubla producția de furaje la 70.000 tone/an (la Ișalnița și Simian MH) și BIO (Caransebeș), și va dezvolta petfood până la 15.000 tone/an, lansând și o linie proprie de substanțe fitosanitare la Simian. Cu investiții de 10 mil. lei, divizia vizează 250 mil. lei cifră de afaceri și EBITDA de 7%.

Investițiile vor fi finanțate printr-un mix echilibrat: credite bancare (inclusiv proiectul de 20 mil. euro finanțat de Raiffeisen Bank și garantat de BEI), granturi europene, surse proprii și majorări de capital efectuate doar la evaluări corecte. Până în 2028, Grupul estimează o cifră de afaceri consolidată de 750 mil. lei și o marjă EBITDA de 12%.

Faza a doua, **2029–2030**, va aduce consolidare, integrare și extindere externă. Divizia **Food** va ajunge la 350 mil. lei cifră de afaceri, cu o marjă EBITDA de 18%, prin produse ready-to-eat și exporturi extinse. **Retailul** va depăși 500 mil. lei și va intra pe două piețe externe, iar **Agribusiness** va atinge 75.000 tone/an și 350 mil. lei cifră de afaceri.

Aceste etape vor fi susținute de modernizarea infrastructurii, digitalizare completă (ERP, CRM, business intelligence, e-commerce) și investiții în energie verde (panouri fotovoltaice de 1,2 MW la Mihăilești, 250 KW la Simian și 400KW la Ișalnița).

Găsiți mai multe detalii în raportul BVB, disponibil [AICI](#).

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 – peste 240 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.