

2021

REZULTATE FINANCIARE PRELIMINARE



agroland

Agroland Business System S.A.
Companie listată la Bursa de Valori București
Simbol: acțiuni **AG** / obligațiuni **AGR25**

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	3
MESAJ DE LA CEO	4
DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM	6
EVENIMENTE CHEIE ÎN T4 2021	8
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	10
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	16
BILANȚ CONSOLIDAT	17
DECLARAȚIA CONDUCERII	18

Disclaimer: Cifrele financiare prezentate în partea descriptivă a raportului, exprimate în milioane lei, sunt rotunjite la cel mai apropiat număr întreg și pot conduce la mici diferențe de regularizare.

INFORMAȚII EMITENT

INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT FINANCIAR

Tipul raportului	Rezultate financiare preliminare 2021
Pentru exercițiul financiar	01.01.2021 – 31.12.2021
Data publicării raportului	01.03.2022

INFORMAȚII DESPRE EMITENT

Nume	Agroland Business System S.A.
Cod fiscal	RO 25165241
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J35/405/2009
Sediu social	Timișoara, str. Gării nr. 14, jud. Timiș, Romania

INFORMAȚII DESPRE VALORILE MOBILIARE

Capital subscris și vărsat	5.179.059,60 RON
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Număr total acțiuni	51.790.596 acțiuni
Simbol	AG acțiuni AGR25 obligațiuni

DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

Număr de telefon	+40 731 333 791
Email	investitor@agroland.ro
Website	www.agroland.ro

Situațiile financiare preliminare pentru anul 2021 prezentate în paginile următoare sunt **neauditare**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Exact astăzi, 1 martie 2022, sărbătorim un an de la listarea Agroland pe piața AeRO a Bursei de Valori București, un an plin de evenimente și de provocări, deoarece trecem prin vremuri extrem de tulburi. Conflictul geopolitic, inflația în creștere, provocările legate de lanțul de aprovizionare, toate acestea ne așteptăm să aibă un impact direct asupra economiei locale pe parcursul anului 2022. Ținând cont de toate aceste aspecte, suntem recunoscători că am încheiat cu succes operațiunea de majorare a capitalului social la începutul acestui an, deoarece ne-a îmbunătățit semnificativ poziția de numerar și suntem pregătiți să continuăm să investim în dezvoltarea tuturor liniilor noastre de afaceri.



La fel cum am făcut și în 2020, luăm în considerare în mod activ provocările pe care le aduce 2022. Mulți dintre voi ați simțit deja că prețurile alimentelor cresc în fiecare zi. În acest context, precum și în contextul geopolitic actual, vedem o cerere în creștere din partea micilor fermieri care văd oportunitățile din piață și care doresc să-și dezvolte afacerea. Suntem gata să fim partenerul lor, susținându-i prin rețeaua noastră – 14 magazine MEGA și 238 tradiționale Agroland.

Înainte de a vorbi despre planurile noastre pentru 2022, aș dori să vă prezint o scurtă recapitulare a rezultatelor noastre preliminare consolidate pe care Agroland Business System și companiile noastre fiice le-au generat în 2021.

Grupul nostru a generat în 2021 venituri consolidate de 233,9 milioane de lei, o creștere de 23% față de 2020. Cele mai notabile creșteri le-am observat pentru cifra de afaceri generată de producția vândută (creștere de 576%, ajungând la 21,9 milioane de lei), precum și alte venituri din exploatare (creștere de 3,838%, ajungând la 11,6 milioane de lei). În ciuda investițiilor mari făcute în 2021 pentru extinderea rețelei noastre de magazine MEGA, precum și a investițiilor făcute în extinderea afacerii avicole, costurile au crescut într-un ritm puțin mai rapid decât veniturile, cu 25%, ajungând la 221,7 milioane de lei. Acest lucru a condus la un rezultat operational de 12,2 milioane de lei, o scădere de 6% față de 2020, un profit brut de 9,9 milioane și 8,5 milioane lei profit net. Ne bucurăm că rezultatul net este în concordanță cu cifra pe care am publicat-o în memorandumul de admitere la tranzacționare a acțiunilor AG, respectând astfel promisiunea făcută acționarilor noștri în urmă cu un an.

Mai mult ca oricând, suntem încântați să vedem numărul tot mai mare de clienți Agroland. În 2021, am avut în total 1.032.942 de clienți care au cumpărat din rețeaua Agroland, care include magazine MEGA, magazine tradiționale precum și magazinul nostru online, www.agroland.ro. Suntem mulțumiți de această bornă atinsă de rețeaua de magazine Agroland! Aceasta reprezintă o creștere de 25% față de 2020, care reprezintă dovada că strategia de diversificare a clientelei noastre, prin oferirea de acces la o gamă variată de produse pentru hobby farming, grădinărit și animale de companie funcționează. Suntem extrem de mulțumiți și de creșterea de 6 ori a numărului de clienți ai magazinelor MEGA mai ales având în vedere că în 2021, magazinele MEGA nu au ajuns încă la maturitatea deplină și, prin urmare, veniturile lor vor continua să crească și în 2022. Rezultatele din 2021, în special creșterea tranzacțiilor validează strategia de dezvoltare pe care ne-am propus-o când ne-am listat pe piața AeRO în urmă cu un an.

În ceea ce privește distribuirea profitului, propunerea noastră pentru Adunarea Generală a Acționarilor va fi să păstrăm profitul în companie. Considerăm că există oportunități semnificative de a ne dezvolta afacerea, care pot genera valoare suplimentară pentru acționarii noștri și, prin urmare, rămânem angajați față de politica noastră de dividende care se concentrează pe capitalizarea profiturilor.

Vorbind de oportunitățile de dezvoltare, în luna februarie a acestui an, am publicat bugetul de venituri și cheltuieli pentru 2022. Pentru acest an, planificăm investiții totale de 17 milioane de lei, care se vor concentra pe deschiderea de noi magazine, extinderea afacerii avicole, modernizarea fabricii de furaje din Caransebeș și dezvoltarea magazinului online. Mai mult, ne așteptăm ca magazinele deschise în 2021 să ajungă la maturitate anul acesta. Intenționăm să deschidem peste 10 noi magazine MEGA, precum și 10 noi magazine tradiționale în toată țara. Obiectivul nostru este de a dubla cifra de afaceri generată de magazinele Mega în 2022. În paralel, rămânem dedicați creșterii capacității de producție în ferma avicolă Mihăilești, întrucât creșterea prețurilor la alimente va duce la volume mai mari de vânzări. Astfel, ne propunem să extindem capacitatea de producție a puilor de o zi la 1.000.000 de ouă pentru incubație pe lună și creșterea capacității de producție a ouălor pentru consum la un minim de 180.000 de ouă pe zi. Estimăm că în 2022 vom înregistra o creștere de 50% a veniturilor din această linie de afaceri. Prin urmare, ne propunem ca în 2022 să atingem o cifră de afaceri consolidată de 241 milioane lei, un EBITDA de 20,7 milioane lei și un profit net de 13 milioane lei.

2022 va fi și anul unui alt proiect major pentru noi – vom începe pregătirile pentru transferul pe Piața Principală a Bursei de Valori București. Ne propunem ca transferul efectiv pe Piața Principală să aibă loc la începutul anului 2023. În viitoarea Adunare Generală a Acționarilor, care va avea loc pe 29 aprilie, vom propune acționarilor aprobarea trecerii noastre pe piața reglementată a BVB. Pentru a îndeplini criteriile de guvernare corporativă, vom propune, de asemenea, o schimbare în structura de guvernare a Agroland Business System și o înființare a unui Consiliu de Administrație, care va fi format din minimum cinci membri. În ceea ce privește componența acestuia, avem în vedere să atragem membrii cu experiență semnificativă în domenii relevante pentru afacerea noastră – retail, expansiune, operațiuni, finanțare. Suntem încântați că în operațiunea de majorare a capitalului un fond local, controlat de Leonard Leca și Iulian Cîrciumaru, a achiziționat un pachet de 3% din Agroland și mă bucur că Leonard Leca a acceptat invitația mea de a fi unul dintre membrii viitorului Consiliu de Administrație al companiei noastre.

În încheierea acestei scrisori, aș dori încă o dată să vă mulțumesc tuturor pentru că ați fost alături de noi în ultimele 12 luni – a fost un an cu provocări fără egal. Ne-am listat într-un moment de euforie post-pandemică la bursa locală, euforie vizibilă în special pe piața AeRO, iar pe parcursul anului trecut cu toții ne-am confruntat cu volatilitatea extremă și imprezibilitatea mediului economic, cel mai dur test venind săptămâna trecută. Cu toate acestea, suntem optimiști în ceea ce privește activitatea noastră din acest an și așteptăm cu nerăbdare să fim alături de clienții noștri precum și fermierii români.

Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în 2021 în paginile următoare. În cazul oricăror întrebări legate de activitatea noastră de la începutul anului, fie că este vorba despre afacerea sau activitatea noastră pe piața de capital, vă rugăm să ne contactați la investors@agroland.ro.

Horia Cardoș

DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM

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 grădina, 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 de dezvoltare masiv 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. La 31 decembrie 2021, grupul Agroland a ajuns la un număr de 20 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 ale companiei Agroland a evoluat constant în timp, ajungând la 252, la 31 decembrie 2021.

Începând cu anul 2020, Emitentul a îmbunătățit modelul de business, optând pentru mărirea suprafețelor magazinelor operate de companie, această direcție fiind susținută și de extinderea gamei de produse comercializate. În acest context vizibilitatea și atractivitatea magazinelor Agroland a crescut constant.

Expansiunea companiei Agroland, care deține cea mai mare rețea de magazine agricole din România, a vizat și extinderea suprafeței unităților comerciale. În noile magazine Agroland, suprafețele de desfacere au crescut deja sau se vor extinde de până la cinci ori, iar gama de produse se triplează. Deschiderea noilor magazine Agroland MEGA a avut ca scop și accesarea unei noi categorii de clienți – din mediul urban sau din proximitatea marilor aglomerări urbane – ceea ce a crescut semnificativ publicul țintă și a schimbat într-o bună măsură structura de produse comercializate. În acest mod, noului public țintă vizat i se oferă o gamă largă de produse din sfera gardening, pet care și hobby farming, astfel încât să-i fie satisfăcute necesitățile legate de grădinărit, creșterea animalelor de companie sau hobby farming.

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.

Astfel, rezultatele consolidate ale Agroland Business System S.A. includ rezultatele consolidate generate de societatea mamă precum și de următoarele companii-fiice:

- **Agroland Professional Farm S.R.L.** se ocupă cu vânzarea directă către fermierii mari și medii care nu pot fi deserviți în magazinele Agroland, deoarece au alte nevoi privind prețurile sau cantitățile. Acest tip de clienți primesc și consultanță din partea societății.
- **Agroland Agribusiness S.A.** a luat ființă ca urmare a transformării diviziei de inputuri din cadrul ABS. Această divizie a fost înființată în 2016, profitând de închiderea operațiunilor Cargill privind inputurile în România. Societatea a reușit să profite de această situație și a recrutat directorul regional și câțiva agenți din zona Olteniei, fiind una din cele mai dezvoltate zone din agricultura românească. Acțiunile companiei se tranzacționează pe piața AeRO a BVB sub simbolul AAB din 15 iunie 2021. Compania, de asemenea, a listat o emisiune de obligațiuni corporative pe piața AeRO a Bursei de Valori București în data de 9 septembrie 2021 sub simbolul AAB26.
- **Agroland Megastore S.R.L.** a fost înființată în 2019, în scopul construirii magazinelor de suprafață mare pentru ABS. Această practică o au aproape toți retailerii mari care dețin o societate separată, prin care desfășoară activitățile imobiliare.
- **Magazinul Micul Fermier S.R.L.** este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Agroland. Compania, înființată în 2011, operează 22 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.

EVENIMENTE CHEIE ÎN T4 2021 ȘI DUPĂ ÎNCHEIEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

DESCHIDERE AGROLAND MEGA SIBIU

În data de **7 octombrie 2021**, Compania a anunțat deschiderea Agroland Mega Sibiu, situat în Sibiu, Calea Surii Mari nr. 39B, că urmare a investițiilor de aproximativ 200.000 euro, în care nu sunt incluse stocuri de marfa. Agroland Mega Sibiu este cea de-a zecea unitate de acest tip deschisa de companie în 2021, la nivel national. Odată cu aceasta inaugurare, rețeaua de magazine Agroland MEGA a ajuns la 14 unități.

INCLUDERE ÎN INDICELE BET-AERO DEZVOLTAT DE BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

În data de **11 octombrie 2021**, Compania a fost inclusă în indicele BET-AeRO, primul indice pentru piața AeRO, dezvoltat de Bursa de Valori București, ce include în componența sa companii selectate pe baza lichidității acestora și capitalizare free-float. Companiile incluse în indicele BET AeRO la momentul lansării reprezintă aproximativ 40% din capitalizarea companiilor românești de pe piața AeRO și au generat pe parcursul ultimului an peste 85% din lichiditatea de pe piața secundară a acestui segment.

EXTINDEREA OBIECTULUI DE ACTIVITATE AL COMPANIEI

În data de **22 octombrie 2021**, Compania a informat piața în legătură cu extinderea obiectului de activitate al acesteia prin introducerea codurilor CAEN 6619 – activități auxiliare intermediarilor financiare, exclusiv activități de asigurări și fonduri de pensii și 6629 – alte activități auxiliare de asigurări și fonduri de pensii. Ca urmare a acestei modificări, Compania se află în curs de pregătire a dosarului de autorizare ca broker de credite.

După obținerea autorizației, Compania vă putea oferi servicii de creditare în magazinele sale Agroland MEGA, similar altor rețele de magazine de bricolaj, putând astfel finanța clienții care intenționează să achiziționeze echipamente sau utilaje pentru grădini, livezi sau ferme.

Compania estimează că pentru anul 2022, sistemul în rate va avea un impact de aproximativ 4 milioane de lei dintr-un total de 7 milioane de lei vânzări estimate de echipamente și utilaje, în cele rețea Agroland MEGA.

ÎNCHEIEREA UNEI PROMISIUNI BILATERALE DE VÂNZARE-CUMPĂRARE

În data de **3 noiembrie 2021**, Compania a anunțat încheierea unei promisiuni bilaterale de vânzare cumpărare, în vederea înstrăinării imobilului situat în Loc. Giarmata, Calea Lipovei, nr. KM1, Jud. Timiș, având o suprafață de 1.987 mp și a halei construite pe acest teren, având destinația construcției industriale, cu suprafață construită de 2.096 mp aferenți celor două niveluri ale clădirii. Activele care urmează să fie vândute reprezintă fosta locație în care Compania își avea sediul. Prețul stabilit pentru promisiunea de vânzare a imobilului este de 630.000 EUR, cu regim de T.V.A cu taxare inversă. Fondurile obținute în urma acestei vânzări vor fi folosite pentru achitarea unei părți din creditele contractate de Companie.

ÎNCHEIEREA UNUI CONTRACT PENTRU VÂNZAREA UNEI FERME

În data de **16 decembrie 2021**, Compania a informat piața despre încheierea unui contract de vânzare-cumpărare pentru vânzarea unui imobil deținut de către Companie, situat în localitatea Dinias, județul Timiș, ce cuprinde: construcții zootehnice, grajd bovine, 2 saivane pentru oi, doua grajduri și teren intravilan în suprafață totală de 67.026 metri pătrați.

Valoarea totală a contractului este de 4.949.100 de lei (exclusiv TVA) și va fi plătit în 5 rate anuale în valoare de 989.820 RON fiecare, prima rata urmând a fi achitată până la data de 30 iunie 2022 și ultima până la data de 30 iunie 2026. Contractul a fost încheiat cu FERMA AGRO FRAGARIA S.R.L., în calitate de cumpărător. Decizia de a vinde ferma este în concordanță cu strategia Companiei de a vinde active care nu fac parte din activitatea de baza, profitând în același timp de contextul favorabil actual al pieței imobiliare.

MAJORARE CAPITAL SOCIAL

În perioada **noiembrie 2021 – ianuarie 2022**, Compania a derulat o operațiune de majorare a capitalului social în cadrul căreia au fost emise 4.708.236 noi acțiuni ordinare cu o valoare nominală de 0,1 lei/acțiune. Pe parcursul operațiunii, compania a atras 21,9 milioane de lei de la investitori.

EVENIMENTE CHEIE DUPĂ ÎNCHEIEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

PUBLICAREA BUGETULUI DE VENITURI ȘI CHELTUIELI PENTRU 2022

În data de **10 februarie 2022**, Compania a informat piața cu privire la disponibilitatea Bugetului de Venituri și Cheltuieli pentru anul fiscal 2022. Bugetul a fost întocmit de conducerea Companiei și va fi supus aprobării în Adunarea Generală Ordinară anuală a Acționarilor, care va avea loc în data de 29 aprilie 2022. Compania vizează vânzări de 241,2 milioane lei, EBITDA de 20,7 milioane și profit net de 13,1 milioane lei în 2022. BVC-ul complet este disponibil [**AICI**](#).

CONTRACT CU BRK FINANCIAL GROUP PENTRU SERVICII DE MARKET MAKING

În data de **14 februarie 2022**, Compania a informat piața cu privire la semnarea unui contract cu BRK Financial Group („BRK”) pentru furnizarea de servicii de market making, începând cu data de 15 februarie 2022. Pentru serviciile de market making, volumul minim cumulat corespunzător cotațiilor ferme de tip bid-ask furnizate de BRK reprezintă echivalentul a 20.000 EUR, diferență maximă între bid și ask fiind de 2,5%. BRK furnizează servicii de market making pe parcursul a cel puțin 90% dintr-o sesiune de tranzacționare.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La sfârșitul anului 2021, Grupul Agroland a operat 252 de magazine, cu 12 magazine nete mai mult decât la sfârșitul anului 2020. În 2021, Agroland Business System a închis 6 magazine tradiționale în Afumați, Bolintin Vale, București 2 – Mogoșoaia, Târgu Frumos, Slobozia, Balș, unde în schimb, compania a deschis noi magazine – fie în format MEGA, fie magazine mai mari. Numărul magazinelor MEGA a crescut cu 10 noi locații deschise în 2021.

Magazine	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Tradițional	236	238	1%
MEGA	4	14	250%
Total magazine	240	252	5%

Performanța tuturor magazinelor proprii (*all stores, incluzând performanța magazinelor MEGA*) a stagnat în T4 2021, având în vedere că ultimul trimestru este întotdeauna cel mai slab pentru linia de retail a Grupului. Numărul de clienți, precum și valoarea medie a bonului fiscal au rămas, de asemenea, în linie cu rezultatele raportate în același trimestru din 2020. Pentru întregul an 2021, magazinele au înregistrat însă o creștere cu 14% a cifrei de afaceri, în timp ce numărul de clienți a crescut cu 25%, depășind borna istorică de 1 milion de clienți deserviți în magazinele proprii Agroland. În paralel, valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 8% - rezultat firesc ca urmare a creșterii și diversificării portofoliului de clienți prin extinderea geografică realizată de companie precum și vizarea unor alte categorii de clienți, în special clienți pentru segmentul animale de companie.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând performanța magazinelor MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	10.338.417	13.879.191	34%	123.274	184.952	50%	83,9	75,0	-11%
T2	30.968.108	32.264.278	4%	341.940	417.310	22%	90,6	77,3	-15%
T3	10.649.265	14.642.104	37%	169.856	228.822	35%	62,7	64,0	2%
T4	9.893.938	9.803.398	-1%	170.623	172.822	1%	58,0	56,7	-2%
12L	61.849.728	70.588.971	14%	805.693	1.003.906	25%	76,8	70,3	-8%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores, excluzând performanța magazinelor MEGA*) a scăzut cu 9% în T4 2021, vânzările nete au ajuns la 2,9 milioane de lei, numărul de clienți a scăzut cu 14% iar valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 7%, până la 45,4 lei. Din nou, este important de subliniat că rezultatele T4 sunt din punct de vedere istoric cele mai slabe și au cea mai mică contribuție la rezultatul general, în special pentru magazinele tradiționale. În consecință, pentru întregul an 2021, Agroland a înregistrat o creștere de 5% a vânzărilor în magazinele comparabile, o creștere de 21% a numărului de clienți care a dus la scăderea cu 13% a valorii medii a bonului fiscal. Deoarece în 2020 și 2021 s-au închis magazine tradiționale și s-au deschis magazine MEGA în aceleași localități, performanța totală a magazinelor tradiționale este în scădere.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (excluzând performanța magazinelor MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	9.205.930	11.505.926	25%	72.586	112.816	55%	126,8	102,0	-20%
T2	27.822.059	26.519.900	-5%	214.009	254.851	19%	130,0	104,1	-20%
T3	9.244.612	11.145.295	21%	112.588	143.718	28%	82,1	77,5	-6%
T4	3.172.173	2.901.742	-9%	74.651	63.873	-14%	42,5	45,4	7%
12L	49.444.774	52.072.863	5%	473.834	575.258	21%	104,4	90,5	-13%

O parte din veniturile care au fost livrate de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA de-a lungul anului 2021 poate fi văzută mai jos. 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 grădinărit, îngrijirea animalelor de companie și hobby farming. Prin urmare, magazinele MEGA sunt mai puțin susceptibile la fluctuații semnificative decât cele care sunt aplicabile magazinelor tradiționale.

În 2021, magazinele MEGA au generat o cifră de afaceri de 20,5 milioane de lei, în creștere cu 337% față de 2020, în timp ce numărul clienților a crescut de șase ori, depășind 304 mii de clienți. Datorită diversificării clientelei, valoarea medie a bonului fiscal a continuat să scadă în 2021, cu 28% față de 2020.

În 2022, Agroland se așteaptă să ajungă la 30 de magazine MEGA în toată România.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	487.631	3.238.076	564%	3.425	45.475	1228%	142,4	71,2	-50%
T2	969.631	6.069.924	526%	7.607	98.053	1189%	127,5	61,9	-51%
T3	1.239.889	5.692.143	359%	13.511	78.464	481%	91,8	72,5	-21%
T4	1.985.907	5.472.086	176%	25.356	82.240	224%	78,3	66,5	-15%
12L	4.683.059	20.472.230	337%	49.899	304.232	510%	93,8	67,3	-28%

Vânzările online au continuat să crească în T4 2021, cu 35% față de T4 2020, înregistrând totuși o scădere față de T3 2021. Numărul de clienți și valoarea medie a bonului fiscal au continuat să crească în fiecare trimestru, ajungând la un total de peste 29 mii de clienți în 2021 (+30%) și o creștere cu 40% a valorii bonului fiscal, care a ajuns la 241 de lei – semnificativ peste valoarea medie din magazinul fizic. Valoarea totală a vânzărilor din magazinul online a ajuns la 7 milioane de lei în 2021, în creștere cu 82% față de 2020.

VÂNZĂRI ONLINE

	Vânzări			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%	2020	2021	Δ%
T1	546.902	1.407.010	157%	3.425	7.768	127%	159,7	181,1	13%
T2	1.105.054	1.735.770	57%	7.607	8.501	12%	145,3	204,2	41%
T3	953.101	2.187.042	129%	4.975	5.504	11%	191,6	397,4	107%
T4	1.225.545	1.658.285	35%	6.321	7.263	15%	169,7	198,9	17%
12L	3.830.602	6.988.107	82%	22.328	29.036	30%	172	241	40%

Vânzările nete raportate de francizații Agroland au înregistrat o creștere de 25% în T4 2021, ajungând la 21,1 milioane de lei. Vânzările din T4 s-au recuperat după un T2 și T3 din 2021 foarte slab, aspect determinat în principal de interzicerea comerțului cu pui de o zi în magazine în perioada 7-21 mai 2021, precum și ulterior a interzicerii comercializării de pui de o zi proveniți din comerțul intracomunitar. Acest fapt a avut influență nu doar în T2 ci s-a propagat și în T3. Una peste alta, în 2021, francizați au generat vânzări totale de 93,6 milioane de lei, în scădere cu 9% comparativ cu 2020, ca urmare a vânzărilor mai slabe din T2 și T3 2021.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI			
	2020	2021	Δ%
T1	21.998.860	26.110.839	19%
T2	46.399.828	32.670.691	-30%
T3	17.867.427	13.758.875	-23%
T4	16.886.438	21.097.798	25%
12L	103.152.553	93.638.203	-9%

CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri combinată, împărțită pe tip de produs vândut în 2021 comparativ cu performanța din 2020 este prezentată mai jos. Vă rugăm să rețineți că cifrele de mai jos prezintă vânzările totale, combinate, **neconsolidate**.

Cifra de afaceri	31.12.2020	31.12.2021	Δ%
Furaje&concentrate	96.791.233	85.182.345	-12%
Pui	56.520.608	50.804.869	-10%
Input (AAB)	18.439.739	32.287.756	75%
Produse <i>pet food</i>	12.954.011	21.725.882	68%
Agricole	5.181.348	10.225.111	97%
Aditivi	8.811.437	7.458.612	-15%
Echipeamente	6.504.507	7.763.948	19%
Alimentație	1.858.097	9.809.023	428%
Ferme	3.529.473	8.245.914	134%
Altele	2.107.143	5.348.148	154%
<i>Reduceri</i>	<i>(2.658.930)</i>	<i>(4.054.555)</i>	<i>52%</i>
Total CA	210.038.664	234.797.052	12%

Cea mai mare creștere în 2021 a fost înregistrată pentru linia de afaceri de alimentație, care a crescut cu 428% ajungând la 9,8 milioane lei datorită lansării noii linii de business, respectiv vânzarea ouălor de consum. O creștere semnificativă de 97% a fost înregistrată în 2021 pentru vânzarea de pui de o zi din producție proprie, care a ajuns la 10,2 milioane de lei, precum și pentru segmentul de produse de tip hrană pentru animale de companie, care a crescut cu 68%, ajungând la 21,7 milioane de lei. Inputurile (reprezintă cifra de afaceri generată de Agroland Agribusiness) au crescut cu 75%, ajungând la 32,3 milioane de lei (pentru mai multe despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți raportul AAB – Rezultatele Preliminare 2021 disponibil [AICI](#)).

Așa cum a fost menționat și în raportul S1 2021, din cauza gripei aviare din județul Mureș, din luna mai 2021, autoritățile au decis interzicerea comerțului cu pui de o zi, proveniți din comerțul intracomunitar. Acest lucru a afectat compania pe termen scurt, deoarece nu a mai putut onora solicitările ridicate și astfel, a pierdut vânzări inclusiv pe categoriile de furaje, echipamente și

aditivi. Conducerea estimează că acest eveniment a avut un impact negativ de aproximativ 6-7 milioane de lei în cifra de afaceri și de circa 1,5 milioane de lei marja brută. Important de precizat: datorită măsurilor luate de autorități, au fost afectate și companii care nu se aflau în zona de restricții sanitar-veterinare și astfel a fost depus la Parlamentul României un proiect de lege privind acordarea de despăgubiri pentru pagube cauzate de epizootia de gripă aviară.

ANALIZA P&L

În 2021, veniturile din exploatare au crescut cu 23% comparativ cu 2020, ajungând la 233,9 milioane de lei. Creșterea a fost determinată de o majorare cu 19% a cifrei de afaceri, precum și de o creștere semnificativă (+3.838%) a altor venituri din exploatare. Alte venituri din exploatare provin din lichidarea afacerilor și a activelor nestrategice precum afacerea cu import și vânzare telefoane mobile sau vânzarea de clădiri de birouri, depozite sau ferme neutilizate, conform deciziei conducerii AG de a se concentra exclusiv pe retail și producție agro-alimentară. Mai precis, în mare parte, suma respectivă reprezintă 8,6 milioane de lei.

La analiza cifrei de afaceri, producția vândută, care reprezintă venituri producție vândută de Avicola Mihăilești – ouă consum și pui de o zi, a înregistrat o creștere spectaculoasă de 576%, aducând venituri totale de 21,9 milioane lei. Veniturile din vânzarea mărfurilor au rămas la un nivel constant, crescând cu 6% și ajungând la 204,6 milioane de lei. În paralel, reducerile comerciale acordate au scăzut ușor în 2021, cu 11% la 8,5 milioane de lei. Acest lucru a fost determinat de vânzările scăzute către francizați și de gripa aviară din mai 2021. Veniturile din subvenții de exploatare reprezintă sumele primite de Agroland Agribusiness, așa cum au fost raportate în raportul preliminar al AAB pe 2021.

Cheltuielile din exploatare au crescut ușor mai rapid decât vânzările, cu 25%, în 2021 față de 2020, atingând cifra de 221,7 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la cifra de afaceri au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care s-au ridicat la valoarea de 150,9 milioane de lei, o creștere cu 9%. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut semnificativ, cu 439%, ajungând la 19,6 milioane de lei, determinate în principal de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Creșterea cu 288% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 2,5 milioane de lei în 2021, a fost determinată de deschiderea de noi magazine în perioada de 12 luni, precum și de integrarea Avicola Mihăilești.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 45%, ajungând la 20,8 milioane de lei deoarece numărul de angajați cu normă întreagă aproape s-a dublat, de la 241 angajați la sfârșitul anului 2020, la 402 angajați la sfârșitul anului 2021. Creșterea este determinată de extinderea lanțului MEGA precum și de personalul necesar operării platformei Mihăilești.

Cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 137% până la 2,7 milioane de lei, determinate de achiziționarea Avicola Mihăilești în mai 2021 și a deschiderii de noi magazine în 2021.

Rezultatul operațional a scăzut cu 6%, până la 12,2 milioane de lei, determinat de creșterea semnificativă în deschiderea de noi magazine, în primul rând magazine la scară mai mare de tip MEGA, precum și de preluarea Avicola Mihăilești în mai 2021 și de costurile aferente acestei tranzacții. Cheltuielile financiare au crescut în perioada analizată cu 122%, până la 2,5 milioane de lei din cauza costurilor aferente listării acțiunilor AG și AAB, precum și obligațiunilor AAB26, asociate cu ratele dobânzilor la credit și obligațiunile corporative AAB26 și AGR25.

Cu un rezultat financiar negativ, pierdere de 2,3 milioane de lei, rezultatul brut a scăzut cu 17% comparativ cu 2020, ajungând la 9,9 milioane de lei. Impozitele s-au ridicat la valoarea de 1,4 milioane de lei, o scădere de 6% față de 2020, rezultând un profit net de 8,5 milioane de lei.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Venituri din exploatare	190.151.212	233.917.322	23%
Cheltuieli din exploatare	177.115.241	221.687.231	25%
Rezultat operațional	13.035.971	12.230.091	-6%
Rezultat financiar	(1.022.722)	(2.296.917)	125%
Profit brut	12.013.249	9.933.173	-17%
Profit net	10.521.633	8.525.119	-19%

ANALIZA BILANȚ

Activele totale au crescut cu 82% în 2021, determinată în primul rând de dublarea activelor imobilizate (creștere de 93% în 2021, până la 60,9 milioane de lei) și de o creștere de 73% a activelor circulante (până la 76,3 milioane de lei), și compensată de o scădere cu 26% a numerarului și echivalentelor de numerar, care au ajuns la 5 milioane de lei la sfârșitul anului 2021.

Activele imobilizate au crescut în principal datorită aprecierii cu 131% a imobilizărilor corporale, până la 52,8 milioane de lei, determinate de deschiderea de noi magazine MEGA în întreaga țară. Imobilizările financiare au scăzut cu 10%, ajungând la 7,2 milioane lei datorită restituirii garanției depuse pentru contractele magazinelor Mega-REWE și garanției licitației pentru locația Avicola Mihăilești, însumând 1,3 milioane de lei. Activele circulante s-au apreciat datorită creșterii cu 78% a stocurilor, care au ajuns la 31,3 milioane de lei, determinate de dimensiunea mai mare a afacerii, deschiderea de noi magazine în perioada analizată, precum și de decizia de a continua creșterea ofertei de produse disponibile în magazine precum și creșterea stocurilor la toate produsele. Creanțele s-au dublat și au ajuns la 40,1 milioane de lei, datorită dimensiunii mai mari a afacerii. Poziția casa și conturi la bănci a atins suma de 5 milioane lei, o scădere de 26% pe fondul investițiilor efectuate în T4 2021 în primul rând în creșterea stocurilor din magazine, precum și a investițiilor făcute în deschiderea de noi magazine MEGA.

Datoria totală a crescut cu 90%, de la 52,1 milioane de lei la 99,1 milioane de lei la sfârșitul anului 2021 și este determinată de investițiile semnificative efectuate, în principiu prin datorii pe termen lung, de companie în extinderea rețelei de magazine MEGA, achiziția și modernizarea platformei Avicola Mihăilești (aprox. 20 milioane de lei), precum și achiziția și modernizarea fabricii de nutrețuri combinate de la Caransebeș (aprox. 6,5 milioane de lei).

Datoriile curente au crescut cu 56%, până la 54,4 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la această categorie au reprezentat-o datoriile către furnizori care au crescut cu 71%, până la 25,1 milioane de lei, datorită concentrării companiei pe creșterea stocurilor. Datoriile bancare au crescut cu 13%, ajungând la 18,9 milioane lei și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au crescut cu 146%, până la 5,8 milioane de lei – aceste datorii reprezentând în primul rând subscrierile de acțiuni pentru majorarea capitalului social și alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii s-au majorat cu 211%, până la 3,9 milioane de lei datorită numărului mai mare de angajați la sfârșitul anului 2021 față de anul precedent. Impozitul pe venit s-a ridicat la 687 mii de lei. Datoria pe termen lung a crescut cu 153%, la 43,6 milioane de lei, determinată de creșterea cu 192% a datoriei bancare, care a însumat 22,1 milioane de lei și a unei creșteri cu 124% a obligațiunilor corporative, care au crescut cu 10 milioane lei, până la 18,1 milioane de lei, datorită emisiunii de obligațiuni corporative a Agroland Agribusiness. Leasingul a crescut cu 117%, la 3,4 milioane lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 62%, de la 23,5 la 38,2 milioane de lei, această creștere fiind determinată în principal de o majorare cu 78%, până la 13,8 milioane de lei, a primelor de emisiuni aferente ofertelor de acțiuni AG și AAB și o creștere de 304% a capitalului subscris și vărsat, până la 4,8 milioane de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Active imobilizate	31.580.112	60.905.746	93%
Active circulante	44.026.203	76.334.864	73%
Casa și conturi la bănci	6.694.984	4.984.474	-26%
Cheltuieli înregistrate în avans	0	10.200	100%
TOTAL ACTIV	75.606.315	137.250.810	82%
Datorii curente	34.849.578	54.353.279	56%
Datorii pe termen lung	17.230.888	43.613.279	153%
Venituri în avans	0	1.131.483	100%
Total datorii	52.080.466	99.098.041	90%
Capitaluri proprii	23.525.850	38.152.770	62%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	75.606.316	137.250.811	82%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	190.151.212	233.917.322	23%
Cifra de afaceri, din care:	187.555.968	222.323.676	19%
<i>Producția vândută</i>	3.238.306	21.892.564	576%
<i>Venituri din producția în curs de execuție</i>	1.180.819	3.561.973	202%
<i>Venituri din vânzarea mărfurilor</i>	193.867.823	204.586.940	6%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	(9.550.162)	(8.475.634)	-11%
<i>Venituri din subvenții de exploatare</i>	1.120.000	757.833	-32%
Alte venituri din exploatare	294.425	11.593.646	3838%
Cheltuieli din exploatare, din care:	177.115.241	221.687.231	25%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	3.635.810	19.586.240	439%
Alte cheltuieli materiale	667.983	540.494	-19%
Cheltuieli cu energia și apă	637.023	2.473.154	288%
Cheltuieli privind mărfurile	138.505.486	150.874.141	9%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	(3.414.033)	(2.776.348)	-19%
Cheltuieli cu personalul	14.304.204	20.762.817	45%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	1.155.840	2.735.563	137%
Alte cheltuieli de exploatare	21.622.928	27.442.233	27%
Cheltuieli privind provizioanele	0	48.936	100%
Rezultat operațional	13.035.971	12.230.091	-6%
Venituri financiare	89.495	176.694	97%
Cheltuieli financiare	1.112.216	2.473.611	122%
Rezultat financiar	(1.022.722)	(2.296.917)	125%
Venituri totale	190.240.706	234.094.015	23%
Cheltuieli totale	178.227.457	224.160.842	26%
Rezultat brut	12.013.249	9.933.173	-17%
Impozitul pe profit/alte impozite	1.491.616	1.408.054	-6%
Rezultat net	10.521.633	8.525.119	-19%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31.12.2020	31.12.2021	Δ %
Active imobilizate, din care:	31.580.112	60.905.746	93%
Imobilizări necorporale	722.583	934.071	29%
Imobilizări corporale	22.844.347	52.790.209	131%
Imobilizări financiare	8.013.183	7.181.466	-10%
Active circulante, din care:	44.026.203	76.334.864	73%
Stocuri	17.604.025	31.295.793	78%
Creanțe	19.727.194	40.054.597	103%
Casa și conturi la bănci	6.694.984	4.984.474	-26%
Cheltuieli înregistrate în avans	0	10.200	100%
TOTAL ACTIV	75.606.315	137.250.810	82%
Datorii curente, din care:	34.849.578	54.353.279	56%
Datorii bancare	16.716.761	18.948.210	13%
Impozit	(138.172)	686.876	-
Furnizori terți	14.672.207	25.054.413	71%
Salarii și impozite pe salarii	1.247.464	3.879.134	211%
Alte datorii pe termen scurt	2.351.317	5.784.646	146%
Datorii pe termen lung, din care:	17.230.888	43.613.279	153%
Datorii bancare	7.584.566	22.141.439	192%
Obligațiuni corporative	8.080.300	18.080.300	124%
Leasing	1.566.022	3.391.540	117%
Venituri în avans	0	1.131.483	100%
Total datorii	52.080.466	99.098.041	90%
Capitaluri proprii, din care:	23.525.850	38.152.770	62%
Capital subscris și vărsat	1.177.459	4.757.936	304%
Prime de capital	7.768.596	13.826.746	78%
Rezerve legale	235.812	258.112	9%
Profitul sau pierderea reportată	3.857.663	7.770.627	101%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	10.521.632	11.567.299	10%
Repartizarea profitului	35.312	27.950	-21%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	75.606.316	137.250.811	82%

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 1 martie 2022

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultate financiare preliminare pentru perioada cuprinsă între 01.01.2021 și 31.12.2021 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 de management oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc în 2021 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoș

Agroland Business System S.A.