



RAPORT

T3 2023

Agroland Business System S.A.

Companie listată la Bursa de Valori București

Simbol: acțiuni **AG** / obligațiuni **AGR25**



agroland

CUPRINS

INFORMAȚII EMITENT	3
DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM	6
EVENIMENTE CHEIE ÎN T3 2023 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE	9
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	10
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	16
BILANȚ CONSOLIDAT	17
CASH FLOW CONSOLIDAT	18
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	19
PERSPECTIVA ANULUI 2023	20
DECLARAȚIA CONDUCERII	21

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	Raport Trimestrial pentru T3 2023
Pentru exercițiul financiar	01.01.2023 – 30.09.2023
Data publicării raportului	24.11.2023
Conform	Anexa 13 la Regulamentul ASF 5/2018

INFORMAȚII DESPRE EMITENT

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

INFORMAȚII DESPRE VALORILE MOBILIARE

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

DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

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

Situațiile financiare interimare consolidate la 30 septembrie 2023 prezentate în paginile următoare sunt **neauditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

În ultimii trei ani, Grupul nostru a trecut în mod constant prin multiple teste, fiind în același timp o perioadă care coincide cu prezența noastră pe Bursa de Valori București.

Între 2020-2021, am avut de înfruntat pandemia, care a dus la închiderea temporară a magazinelor noastre și la creșterea înregistrată la nivel online. Începând cu 2022, am avut parte de o inflație ridicată și o creștere a ratelor dobânzilor. În cele din urmă, 2023, este cel mai rău an din istoria modernă pentru agricultura românească, cu fluctuații și volatilități serioase la nivelul pieței pentru materii prime, dar și produse finite, aspecte care au un impact asupra predictibilității și a marjelor.



În aceste vremuri tulburi, transparența față de dumneavoastră a rămas prioritatea noastră. Am raportat în mod constant rezultatele, recunoscând deschis volatilitățile și provocările cu care ne-am confruntat de la un trimestru la altul.

Dacă fac un pas înapoi și mă uit la acești ultimi trei ani, observ extrem de bine cum, cu ajutorul investitorilor și al capitalului atras prin BVB, afacerea noastră a devenit și mai solidă. Ne-am transformat de la a fi un retailer, la o afacere complexă cu capacitate proprie de producție pe diferite segmente de produse, care poate acoperi întregul ciclu de producție: de la semințe la raft. În fiecare an, continuăm să investim capital semnificativ pentru a consolida structura noastră de afaceri.

În acest context, sunt bucuros să vă anunț că anul acesta am pus în funcțiune fabrica de hrană pentru animale de companie, o altă completare importantă la modelul nostru de afaceri complex. Am început inițial producția de hrană pentru animale de companie sub brandul propriu, A-Pet-It pentru pisici și Pamax pentru câini, în T2 2023, aceasta fiind o perioadă de probă. După aceste teste, în noiembrie anul acesta am efectuat ajustările finale și am început producția completă. Avem o capacitate lunară de a produce 300 de tone de mâncare pentru animale de companie, ceea ce se transpune în venituri lunare de aproximativ 0,8 milioane de lei și cu un impact pozitiv de aproximativ 10 milioane lei în venituri pe parcursul unui an.

Ne bucurăm că le-am lansat într-un context în care, după cum puteți vedea în rezultatele noastre, cifra de afaceri pentru produsele alimentare pentru animale de companie a scăzut în primele nouă luni ale anului 2023 cu 10%. Această scădere nu este legată de volum, ci mai degrabă de trecerea clienților de la produse premium la produse cu prețuri reduse, pe fondul inflației prelungite. Desigur, vom continua să oferim mărcile premium, despre care considerăm că vor contribui la aproximativ 60% din valoarea vânzărilor și 30% din volumul total. Dar ceea ce câștigăm prin lansarea produselor noastre este faptul că putem crește semnificativ marja, întrucât la produsele premium de la alți furnizori realizăm o marjă de până la 10%. Astfel, la produsele proprii marja crește exponențial, având un impact pozitiv asupra profitului.

O altă dezvoltare importantă este diversificarea produselor obținute la Fabrica de Furaje Ișalnița. Anul acesta am introdus hrana pentru iepuri și ne propunem ca anul viitor să ajungem la o cotă de 75% din această piață de nișă – în prezent, hrana este disponibilă doar prin rețeaua noastră și online, dar începând de anul viitor, vom avea opțiunea de a introduce marca proprie și în

magazine deținute de alți retaileri. Vom începe cu hrana pentru iepuri, dar obiectivul este de a extinde toată producția de furaje proprii.

La fabrica din Caransebeș am introdus o nouă linie de ambalare, iar acum ambalăm premixuri pentru toate tipurile de animale de fermă. Rămânem concentrați pe acoperirea unei game variate de produse din diferite categorii, deoarece deținerea propriei unități de producție ne ajută să creștem marjele, transformând astfel Agroland dintr-un retailer într-un producător cu cea mai mare amprentă de unități de vânzare din România.

În legătură cu magazinele de retail, putem observa că perioada de criză afectează clienții de retail, deoarece vânzările de produse pentru animale de companie și grădinărit hobby sunt afectate. În cazul grădinăritului hobby există și specificitate legată de acest an agricol, când seceta prelungită a afectat vânzările acestui sub-segment, scăzând volumele care au fost sub așteptările noastre inițiale în T3 2023.

După cum veți citi în acest raport, din cauza provocărilor continue la nivel de afaceri, a trebuit să ne revizuiem din nou bugetul pentru acest an. Impactul principal a fost datorat volatilității prețurilor ouălor de masă. La momentul pregătirii revizuirii bugetare de la începutul lunii septembrie, ne așteptam ca până la jumătatea lunii respective prețurile ouălor să preia scăderea inițială înregistrată pe parcursul verii. Pentru a avea o imagine completă, vara anului 2023 nu a fost un sezon turistic foarte bun în Europa, în special în Grecia și Italia, iar consumul turistic este de obicei cel mai mare motor pentru industrie. Cu toate acestea, în această perioadă ne-am concentrat pe piața locală, iar din T4 am câștigat un alt retailer important ca și client – Kaufland. Aceasta înseamnă că, în prezent, ouăle Agroland pot fi găsite în magazinele Kaufland, Lidl, Penny și Mega Image din zona Bucureștiului. De asemenea, prețurile încep ușor-ușor să se stabilizeze.

În T4 2023 vom avea cel mai mare număr de găini ouătoare în producție, impactul pozitiv al acestui aspect urmând a se vedea asupra cifrei noastre de afaceri anul viitor. Ultimii doi ani au fost volatili, pe fondul războiului și apoi pe fondul prețurilor fluctuante la gaze și energie. Cu toate acestea, privind către viitor, în următorii câțiva ani, până la încheierea războiului de la granița noastră, ne așteptăm la o cerere în creștere, deoarece în Europa nu există suficientă capacitate de producție pentru a satisface cererea. Mai mult, până în vara anului următor ne așteptăm să avem pe deplin operațională fabrica de ouă lichide care va deservi segmentul HoReCa, în care prețurile ouălor lichide sunt mult mai stabile decât cele ale ouălor de masă.

În ciuda provocărilor, vom fi profitabili anul acesta, și asta într-un context în care am continuat să efectuăm investiții semnificative în capacitățile noastre de producție. Având în vedere că efectele negative ale anului agricol nefavorabil se extind și pe alte segmente precum grădinăritul hobby, impactul asupra vânzărilor noastre, combinat cu volatilitatea de pe piața alimentară demonstrează rezistența modelului nostru de afaceri. Am continuat să efectuăm investiții care ne ajută să mărim marjele în viitor datorită propriei noastre linii de produse, care va avea un impact pozitiv asupra profitului și a sezonabilității afacerii noastre, prin introducerea produselor de bază pe tot parcursul anului, precum ouăle și furajele. Totodată, doresc să evidențiez că și în acest context dificil, cu investiții continue, ne-am consolidat poziția financiară, care a crescut cu 72% de la începutul acestui an, la 12,2 milioane de lei, într-un context în care creanțele au scăzut de asemenea, cu 9 milioane de lei la nivel de trimestru.

Vom continua să vă ținem la curent cu evoluția noastră prin rapoarte curente și apariții media. Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în 9L 2023 în paginile următoare. În cazul oricăror întrebări legate de activitatea noastră de la începutul anului, fie că este vorba despre afaceri sau de piața de capital, vă rugăm să nu ezitați să ne contactați la investitor@agroland.ro.

Horia Cardoș

Director General

DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM

SCURT ISTORIC ȘI DESCRIEREA ACTIVITĂȚII EMITENTULUI

Agroland Business System S.A. a fost fondată în 2009 la Timișoara, de către antreprenorul Horia Cardoș ca o societate cu răspundere limitată, având ca obiect de activitate comerțul cu amănuntul în magazine specializate cu produse pentru grădină, fermă și animale de companie. Compania Agroland și-a început activitatea prin vânzarea de produse pentru micii fermieri, de la furaje, echipamente și pui de o zi, ajungând să fie astăzi cel mai mare furnizor pentru zona de hobby farming.

Deoarece clientul obișnuit trăiește în mediul rural sau în vecinătatea orașelor, a urmat decizia naturală ca Societatea să comercializeze și produse pentru grădină (butași de trandafiri, arbuști și pomi fructiferi, semințe de legume și bulbi de flori, fertilizanți, echipamente și scule) și animale de companie (hrană, suplimente, jucării și accesorii pentru câini, pisici, animale și păsări exotice). Rezultatul a fost atât o extindere a gamei de produse din magazine, cât și extinderea clientelei către familii care nu aveau ca preocupare hobby farmingul.

Profitând de intrarea pe segmentele „Pet care” și „Grădină” și de potențialul masiv de dezvoltare al acestora, compania a recrutat un senior buyer cu experiență inclusiv pe „gardening”, dar și a unui category manager cu experiență în „pet care”, vizând o extindere în forță a acestor categorii. Profitând de avantajul competitiv dat de numărul de magazine și de proximitatea față de clienți, de experiența asimilată prin recrutarea de personal specializat, grupul Agroland a ajuns în poziția de a concura cu succes cu magazine mai cunoscute pe zonele de „gardening” și „pet care”.

O altă linie de business dezvoltată de companie este aceea de fitofarmacii. Astfel, în anul 2018, pornind de la un sondaj realizat la nivelul clienților existenți, în urma căruia între 25% și 40% dintre aceștia erau interesați ferm de produse de fitofarmacie, s-a decis dezvoltarea segmentului de fitofarmacii.

Inițial, compania Agroland a mers pe strategia de a deschide magazine proprii însă, profitând de notorietatea câștigată, a luat decizia dezvoltării de noi magazine în sistem de franciză. În urma acestei decizii strategice, numărul de magazine deținute de Emitent a crescut într-un ritm accelerat. Astfel, în anul 2011, Agroland deținea deja 100 de magazine, ajungând ca în 2014 să fie inaugurat magazinul cu numărul 200. Din acest moment, Emitentul și-a concentrat resursele pe îmbunătățirea calității partenerilor francizați și pe creșterea vânzărilor din fiecare magazin existent. Numărul total de magazine Agroland a evoluat constant în timp, ajungând la 234 la 30 septembrie 2023.

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

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

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

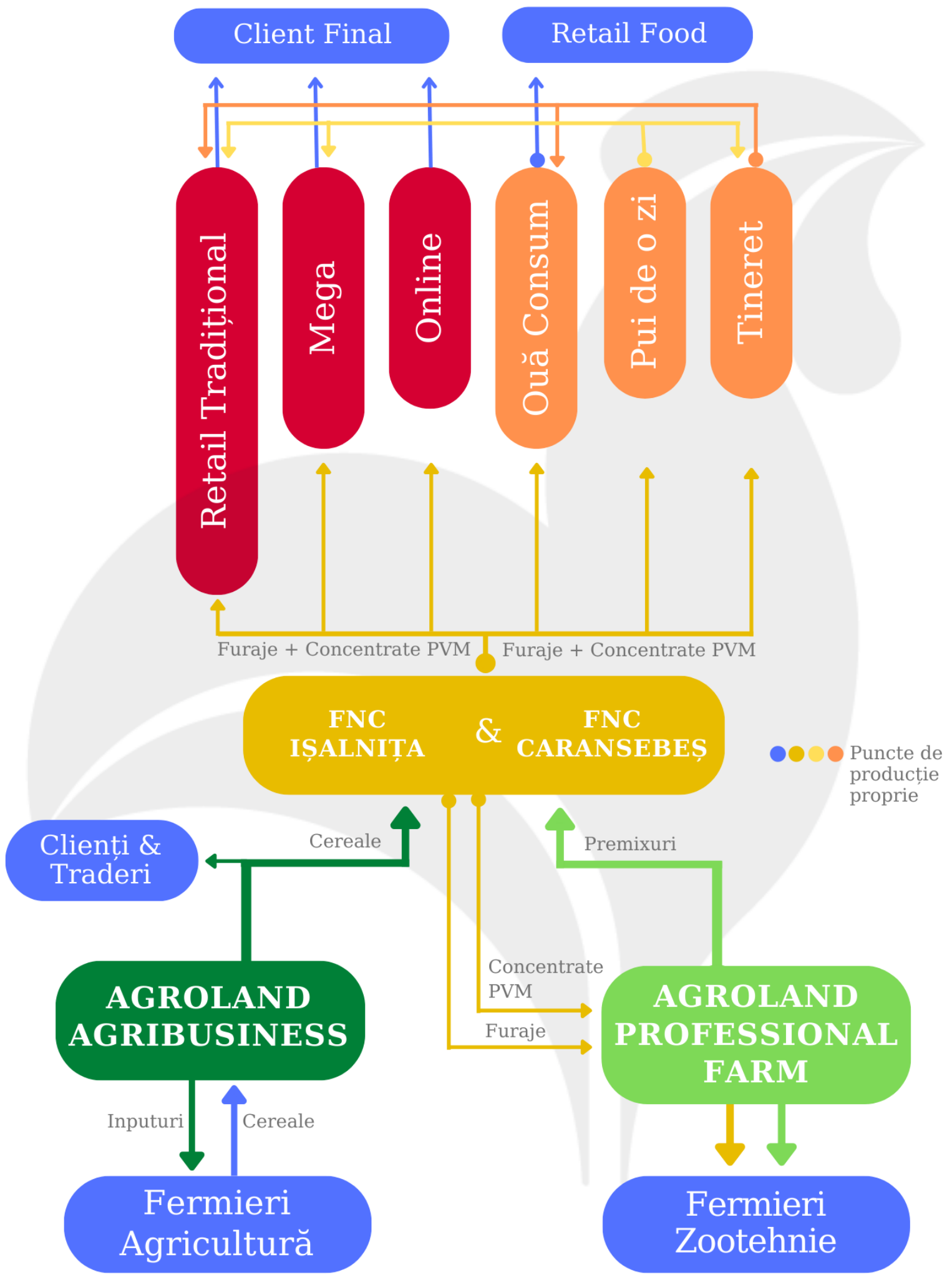
Business System S.R.L. în societăți de sine stătătoare, precum Agroland Agribusiness S.A., Agroland Professional Farm S.R.L. și Agroland Megastore S.R.L..

De asemenea, în 2022, activitatea desfășurată în cadrul platformei Avicola Mihăilești, anterior deținute de Agroland Business System S.R.L., a fost transferată subsidiarei Agroland Genetics S.R.L..

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

- **Agroland Agribusiness S.A.** a luat ființă ca urmare a transformării diviziei de inputuri din cadrul ABS. Această divizie a fost înființată în 2016, profitând de închiderea operațiunilor Cargill privind inputurile în România. Societatea a reușit să profite de această situație și a recrutat directorul regional și câțiva agenți din zona Olteniei, fiind una din cele mai dezvoltate zone din agricultura românească. Acțiunile companiei se tranzacționează pe piața AeRO a BVB sub simbolul AAB din 15 iunie 2021. De asemenea, Compania a listat o emisiune de obligațiuni corporative pe piața AeRO a Bursei de Valori București în data de 9 septembrie 2021 sub simbolul AAB26.
- **Agroland Megastore S.R.L.** a fost înființată în 2019, în scopul construirii magazinelor de suprafață mare pentru ABS. Această practică o au aproape toți retailerii mari care dețin o societate separată, prin care desfășoară activitățile imobiliare.
- **Magazinul Micului Fermier S.R.L.** este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Agroland. Compania, înființată în 2011, operează 16 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.
- **Agroland Genetics S.R.L.**, companie înființată în 2022, care are drept obiect principal de activitate creșterea păsărilor. Aceasta este deținută 100% de Agroland Business System și preia activitatea Avicola Mihăilești datorită dezvoltării acestui domeniu de activitate.

La data de 28.04.2023, Agroland Business System S.A. a cesionat 60% din părțile sociale deținute la Agroland Professional Farm S.R.L., rămânând cu o participație de 20%. Astfel, în situațiile financiare consolidate la 30.09.2023 nu mai sunt incluse rezultatele generate de Agroland Professional Farm S.R.L.



EVENIMENTE CHEIE ÎN T3 2023 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

Compania a continuat investițiile în vederea creșterii Agroland Business System. Astfel, în T4 2023, după închiderea perioadei de raportare, Agroland Business System a deschis un nou magazin MEGA, în Domnești.

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
Mega Domnești – Șoseaua Tudor Vladimirescu nr. 323	02.11.2023	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2024	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	5 locuri

În T3 2023, Compania a relocat un magazin din Sibiu în luna iulie 2023, nu a deschis magazine noi în această perioadă, dar are în plan deschiderea unui magazin MEGA până la sfârșitul anului.

FINALIZAREA FABRICII DE FURAJE DE LA IȘALNIȚA

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

MAJORARE CAPITAL SOCIAL

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

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 30 septembrie 2023, Grupul Agroland opera 234 de magazine, cu 15 magazine nete mai puțin decât în aceeași perioadă a anului trecut. Numărul magazinelor MEGA la 30 septembrie 2023 a fost de 22 de unități în România, din care 12 au fost operate de către Agroland și alte 10 operate de către francizați. La nivelul magazinelor tradiționale, la data de 30 septembrie 2023, Grupul opera 212 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 sezonalitate decât cele care sunt aplicabile magazinelor tradiționale.

În T3 2023, Compania a relocat un magazin din Sibiu în luna iulie 2023, nu a deschis magazine noi în această perioadă, dar are în plan deschiderea unui magazin MEGA până la sfârșitul anului. Numărul mare de magazine tradiționale închise în ultimul an este datorat deciziei Companiei de a înceta colaborarea cu 3 parteneri francizați și deschiderea în zonele respective de magazine proprii doar în locațiile performante.

Magazine	30/09/2022	30/09/2023
Tradițional	229	212
MEGA	20	22
Total magazine	249	234

Magazinele proprii, a căror performanță este analizată mai jos, includ rezultatele aferente magazinelor tradiționale Agroland și MEGA, dacă nu este specificat altfel. În scopul comparabilității, în ceea ce privește performanța magazinelor comparabile, conducerea exclude magazinele MEGA din cauza faptului că această rețea de magazine se află într-un proces de dezvoltare și majoritatea magazinelor nu a ajuns încă la maturitate. Performanța magazinelor în franciză este prezentată separat.

Performanța tuturor magazinelor proprii (*all stores*) a înregistrat o evoluție pozitivă în T3 2023, având o creștere de 6% a vânzărilor nete, până la 19,2 milioane de lei, o scădere cu 3% a numărului de clienți deserviți, care a ajuns la 268.780 de persoane, și o creștere cu 10% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare, la 72 de lei. Astfel, la nivelul primelor nouă luni, vânzările nete au ajuns la 82,3 milioane de lei, o majorare cu 15% comparativ cu 9L 2022, numărul de clienți a crescut cu 5%, ajungând la 1.026.134, iar valoarea medie a bonului fiscal a fost de 80 de lei, +9% în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând Agroland Tradițional, MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	15.155.762	17.923.920	18%	227.117	247.057	9%	67	73	8%
T2	38.393.060	45.162.636	18%	468.032	510.297	9%	82	89	8%
T3	18.077.658	19.225.400	6%	278.381	268.780	-3%	65	72	10%
9L	71.626.480	82.311.956	15%	973.530	1.026.134	5%	74	80	9%

În T3 2023, performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional, excluzând performanța magazinelor MEGA, a ajuns la 10,4 milioane de lei, în urma unei creșteri de 7%, numărul de clienți rămânând la un nivel constant comparativ cu T3 2022. Creșterea la nivelul vânzărilor din T3 2023 a fost determinată de creșterile de preț pe fondul contextului inflaționist, cu un număr stabil al clienților, dar cu o valoare medie a bonului fiscal în creștere cu 8%, până la 75 de lei. În ceea ce privește cifrele pentru primele nouă luni, vânzările nete s-au ridicat la 47,9 milioane de lei, o majorare cu 5% față de aceeași perioadă a anului trecut, numărul de clienți a rămas constant, iar valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 5%, până la 84 de lei. Este important de notat că numărul total de clienți a rămas stabil, în condițiile reducerii numărului de magazine tradiționale între T3 2022 și T3 2023, ceea ce înseamnă că numărul mediu de clienți per magazin tradițional a înregistrat un avans de 8% în acest interval.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE COMPARABILE (incluzând Agroland Tradițional, excluzând MEGA)									
	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	9.847.866	9.695.217	-2%	124.177	122.900	-1%	79	79	0%
T2	25.987.608	27.803.819	7%	281.232	280.457	0%	92	99	8%
T3	9.535.046	10.364.284	7%	137.599	138.308	0%	69	75	8%
9L	45.370.520	47.863.320	5%	543.008	541.665	0%	80	84	5%

O parte din veniturile care fuseseră generate în trecut de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA din T3 2023 a scăzut cu 2% față de aceeași perioadă a anului trecut, până la 7,9 milioane de lei. În al treilea trimestru, magazinele MEGA au atras 115.978 de clienți, în scădere cu 12% față de T3 2022, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 11%, până la 68 de lei. Scăderea numărului de clienți se datorează secetei prelungite, care a afectat cererea pentru segmentul de grădinărit hobby. Cu toate acestea, acest efect negativ a fost compensat de creșterea valorii biletului.

La nivelul primelor nouă luni, vânzările nete au înregistrat un avans de 30%, până la 31,9 milioane de lei, iar numărul clienților a ajuns la 454.530 de persoane, o majorare cu 15%. De asemenea, valoarea medie a bonului fiscal a fost de 70 de lei, o creștere cu 13% comparativ cu 9L 2023. Creșterea vânzărilor nete la nivelul primelor nouă luni este un efect al faptului că o parte dintre magazinele MEGA au ajuns la maturitate, generând venituri în linie cu așteptările inițiale.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA									
	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	5.442.671	8.127.743	49%	93.354	124.309	33%	58	65	13%
T2	11.183.043	15.960.068	43%	170.190	214.243	26%	66	75	13%
T3	8.032.954	7.853.828	-2%	131.407	115.978	-12%	61	68	11%
9L	24.658.668	31.941.639	30%	394.951	454.530	15%	62	70	13%

Vânzările online au înregistrat o scădere de 44% în T3 2023 față de perioada comparabilă din 2022, ajungând la 1,1 milioane de lei. În această perioadă, numărul clienților a fost de 5.062 de persoane, în urma unei scăderi de 48%, în timp ce bonul fiscal pentru cumpărături online a avut o valoare cu 8% mai mare, ajungând la 225 de lei. Pentru primele nouă luni din 2023, vânzările nete au ajuns la 4 milioane de lei, o scădere cu 24% comparativ cu 9L 2022. De asemenea,

numărul clienților a fost de 21.779 de persoane, o micșorare cu 21%, iar valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 1%, până la 190 de lei. Este important de subliniat că, având în vedere rețeaua extinsă de magazine Agroland, magazinul online este folosit în principal ca un catalog al produselor Companiei, cu scopul de a atrage clienții în magazinele fizice, fără ca vânzările online să reprezinte o sursă importantă de venituri pentru Agroland.

VÂNZĂRI ONLINE

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%	2022	2023	Δ%
T1	1.237.960	1.385.481	12%	6.906	8.175	18%	179	169	-5%
T2	2.021.330	1.496.081	-26%	10.846	8.542	-21%	186	175	-6%
T3	2.021.700	1.136.609	-44%	9.682	5.062	-48%	209	225	8%
9L	5.280.990	4.018.171	-24%	27.434	21.779	-21%	191	190	-1%

Vânzările către francizați au înregistrat o scădere de 11% în T3 2023 față de T3 2022, acestea fiind de 14,4 milioane de lei, în timp ce la nivelul primelor nouă luni din 2023, vânzările nete au fost de 88,1 milioane de lei, o scădere de 6%. Scăderea vânzărilor francizaților a fost cauzată de numărul de magazine partenerie mai mic cu 16 unități în T3 2023 versus T3 2022.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI

	2022	2023	Δ%
T1	22.833.672	21.551.038	-6%
T2	54.579.342	52.149.189	-5%
T3	15.984.908	14.397.849	-11%
9L	93.397.922	88.098.076	-6%

CIFRĂ DE AFACERI CONSOLIDATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri consolidată, împărțită pe tip de produs vândut în 9L 2023 comparativ cu performanța din 9L 2022, este prezentată mai jos:

Categorie	30/09/2022	30/09/2023	Δ%
Furaje & Concentrate	87.015.622	82.138.751	-6%
Input (AAB)	56.540.890	52.041.923	-8%
Pui	49.035.140	50.459.603	3%
Food	10.746.391	20.744.511	93%
Produse <i>pet food</i>	21.342.807	19.278.725	-10%
Aditivi	6.682.671	7.576.220	13%
Agricole	7.642.946	7.274.277	-5%
Echipeamente	8.007.825	7.110.712	-11%
Altele	3.001.394	4.034.978	34%
Ferme	2.565.116	4.002.850	56%
Farmacie & Fitofarmacie	1.769.974	3.533.519	100%
<i>Reduceri</i>	<i>(8.945.285)</i>	<i>(8.309.136)</i>	-7%
Total CA	245.405.492	249.886.932	2%

În 9L 2023, cea mai mare contribuție la cifra de afaceri a fost generată de categoria furaje și concentrate, care a ajuns la 82,1 milioane de lei, o scădere de 6% comparativ cu primele nouă luni din 2022, cauzată de diminuarea prețurilor acestei categorii, volumele rămânând pe o ușoară pantă ascendentă. Vânzările de inputuri agricole (rezultate generate de Agroland Agribusiness) au scăzut cu 8%, până la 52 de milioane de lei, având în vedere lichiditatea scăzută a fermierilor, ca urmare a secetei și a prețurilor reduse la cereale (pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți Raportul AAB aferent T3 2023, disponibil [AICI](#)).

Vânzările de pui de o zi au continuat evoluția pozitivă, înregistrând un avans de 3%, până la 50,5 milioane de lei. Vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, au înregistrat cea mai mare creștere absolută, ajungând la 20,7 milioane de lei, o majorare cu 93% comparativ cu primele nouă luni din 2022, pe fondul creșterii capacității de producție de la Mihăilești.

Produsele *pet food* au înregistrat o scădere cu 10%, până la 19,3 milioane de lei, acestea fiind în continuare influențate de axarea clienților pe produse cât mai ieftine, în contextul inflaționist actual. Categoria aditivi a înregistrat un avans de 13%, ajungând la 7,6 milioane de lei. Produsele agricole au ajuns la 7,3 milioane de lei, o scădere cu 5% față de 9L 2022, în timp ce categoria echipamente a scăzut cu 11%, până la 7,1 milioane de lei. Vânzarea altor produse a crescut cu 34%, ajungând la 4 milioane de lei. De asemenea, produsele dedicate fermelor au înregistrat o creștere de 56% față de aceeași perioadă din 2022, până la 4 milioane de lei. Vânzarea produselor din categoria farmacie și fitofarmacie a generat venituri de 3,5 milioane de lei, o creștere de 100%, ca urmare a fitofarmaciei noi deschise în cadrul magazinelor MEGA, cât și a extinderii gamei de produse vândute.

ANALIZA P&L CONSOLIDAT

Veniturile din exploatare la nivel consolidat au scăzut în 9L 2023 cu 2%, până la 250,2 milioane de lei, pe fondul scăderii cu 4% a veniturilor din vânzarea mărfurilor, precum și a valorii negative înregistrate la nivelul veniturilor din producția în curs de execuție. Categoria veniturilor din exploatare este alcătuită, în principal, din cifra de afaceri, care a ajuns la 249,9 milioane de lei (+2% față de 9L 2022), venituri din subvenții de exploatare, în valoare de 1,8 milioane de lei (+166%), venituri din producția în curs de execuție, -4,6 milioane de lei (față de +4,1 milioane de lei înregistrate în 9L 2022), precum și din alte venituri din exploatare, de 3,1 milioane de lei (-35%).

În ceea ce privește cifra de afaceri, veniturile din vânzarea mărfurilor au scăzut 4% în 9L 2023, ajungând la 215,6 milioane de lei, scăderea fiind determinată de reducerea vânzărilor din T3 2023 pentru segmentul de grădinărit hobby, afectat de seceta cu care s-a confruntat România în acest an. Reducerile comerciale acordate au scăzut cu 9% și au ajuns la 8,3 milioane de lei. Ca urmare a contextului în care compania a realizat stocuri pentru materii prime mai scumpe, reducerile acordate au fost limitate. Producția vândută, care reprezintă veniturile producției vândute de la platforma avicolă Mihăilești – ouă de consum și pui de o zi, a înregistrat o creștere de 39%, determinată de creșterea capacității de producție. Aceasta a adus venituri totale de 42,6 milioane de lei.

În același timp, veniturile din producția în curs de execuție au scăzut semnificativ față de anul anterior, până la valoarea negativă, de -4,6 milioane de lei. Acestea reprezintă variația stocului (producție și vânzare) la găinile de reproducție, găinile ouătoare, rezultatul incubăției și puii crescuți în fermele de la platforma Mihăilești. Alte venituri din exploatare, care au scăzut cu 35%, provin, în principal, din subvenții aferente altor cheltuieli de exploatare, diferența reprezentând: închideri solduri parteneri, rotunjiri solduri și diverse reglări. Veniturile din subvenții au crescut cu 166%, până la 1,8 milioane de lei, reprezentând subvenția pentru creșterea păsărilor pe anul 2023, creștere datorată măririi efectivului de găini ouătoare.

Cheltuielile din exploatare au scăzut mai mult decât au scăzut veniturile, cu 4%, până la 239,2 milioane de lei, îmbunătățind semnificativ rezultatul operațional, care a crescut cu 61%, până la 11,1 milioane de lei. La nivel cheltuielilor, cea mai mare contribuție au avut-o cheltuielile privind

mărfurile, care au scăzut cu 9%, la 158,2 milioane de lei, pe fondul prețurilor mai mici, dar și a unui volum ușor redus la nivelul mărfurilor achiziționate. De asemenea, cu prețuri mai atractive față de anul precedent, și reducerile comerciale primite au scăzut, cu 34%, la 2,3 milioane lei. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut cu 19%, până la 25,5 milioane de lei, majorare determinată, în principal, de costurile aferente Avicolei Mihăilești cu producția în creștere. Alte cheltuieli materiale au ajuns la 2 milioane de lei, o scădere de 32%.

Scăderea cu 36% a cheltuielilor cu apa și energia, până la 1,9 milioane de lei, reprezintă efectul stabilizării prețurilor, în special la energie, precum și al faptului că organizația a compensat o parte din costurile cu energia în 9L 2023, având montate panouri solare cu capacitate de 300 kW, dintre care 200 kW la Avicola Mihăilești și câte 50 kW la Agroland MEGA Afumați și Agroland MEGA Bolintin Vale. Prețurile la energie nu au un impact important asupra producției ouălor de consum. Impactul este semnificativ în ceea ce privește fermele de tineret și reproducție, precum și la incubajie.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 8%, ajungând la 20,7 milioane de lei, majorare determinată de creșterea salariului mediu. În 9L 2023, Agroland Business System a avut un număr mediu de 386 angajați la nivel consolidat față de 394 la 9L 2022. În plus, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 18%, până la 3,8 milioane de lei, creșterea fiind determinată de începerea amortizării investițiilor finalizate în a doua parte a anului 2022. Alte cheltuieli din exploatare au crescut cu 7%, până la 29,4 milioane de lei și includ costuri aferente serviciilor livrate de terți: chirii, transport, marketing, asigurări, impozite și taxe, precum și alte cheltuieli operaționale.

Prin urmare, în 9L 2023, Agroland Business System a înregistrat, la nivel consolidat, un rezultat operațional de 11,1 milioane de lei, o majorare cu 61%. Rezultatul brut a ajuns la 5,9 milioane de lei, o creștere de 38%. Compania a înregistrat cheltuieli financiare în creștere, de 5,2 milioane de lei, +72%, precum și venituri financiare în scădere, de 73 mii de lei, -84%. Creșterea cheltuielilor financiare a fost determinată de mărirea dobânzilor bancare - compania având doar obligațiuni corporative AGR25 și AAB26 cu dobândă fixă, restul finanțărilor având o rată variabilă la nivelul de dobânzi.

Cheltuielile cu impozitul au crescut cu 39% comparativ cu 9L 2022, până la 5,9 milioane de lei, în linie cu majorarea rezultatului brut. Astfel, pentru primele nouă luni ale anului 2023, Agroland Business System a înregistrat, la nivel consolidat, un profit net de 4,9 milioane de lei, o creștere de 38% față de perioada similară a anului trecut.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	30/09/2022	30/09/2023	Δ %
Venituri din exploatare	255.073.606	250.169.965	-2%
Cheltuieli din exploatare	248.230.768	239.118.823	-4%
Rezultat operațional	6.842.838	11.051.142	61%
Rezultat financiar	(2.550.913)	(5.124.217)	101%
Rezultat brut	4.291.925	5.926.926	38%
Rezultat net	3.571.134	4.926.633	38%

ANALIZĂ BILANȚ CONSOLIDAT

Activele totale au crescut 5% în primele nouă luni din 2023, ridicându-se la 202 milioane de lei, creșterea fiind determinată de majorarea cu 77% a poziției de numerar, până la 12,2 milioane de lei, precum și de aprecierea cu 4% a activelor circulante, până la 111,2 milioane de lei. De asemenea, creșterea activelor totale a fost influențată și de cheltuielile înregistrate în avans, în valoare de 5,7 milioane de lei, care reprezintă plăți în avans pentru impozite, asigurări și pui.

Activele circulante s-au apreciat cu 4% pe fondul creșterii cu 8% a creanțelor, până la 50,1 milioane de lei, dar în scădere față de situația de la sfârșitul primului semestru al anului, când

creanțele au fost de 61,2 milioane de lei. La data publicării prezentului raport, nu există valori semnificative pentru care există risc de neîncasare. În această perioadă, stocurile au înregistrat o scădere de 7%, ajungând la 48,9 milioane de lei, pe fondul vânzărilor din primele nouă luni ale anului.

La nivelul activelor imobilizate s-a înregistrat o ușoară scădere, de 1%, ajungând la 85,1 milioane de lei. Astfel, imobilizările corporale au scăzut cu 1%, până la 76,6 milioane de lei, reflectând deprecierea. Imobilizările necorporale au scăzut cu 4%, ajungând la 1,3 milioane de lei, scădere determinată de amortizări, iar imobilizările financiare au fost de 7,1 milioane de lei, o scădere de 1%.

Datoriile totale au crescut în 9L 2023 cu 4%, până la 144,6 milioane de lei. Datoriile curente au ajuns la 78,7 milioane de lei, în urma unei creșteri de 9%, în timp ce datoriile pe termen lung au fost de 63,4 de milioane de lei, o scădere de 5% față de 31 decembrie 2022. La nivelul datoriilor curente, cea mai mare pondere a fost reprezentată de furnizorii terți, categorie care a înregistrat un avans de 27%, ajungând la 47,4 milioane de lei, dar în scădere față de 56,3 milioane de lei înregistrate la sfârșitul S1 2023. Datoriile bancare pe termen scurt au crescut cu 2%, la 21,7 milioane de lei. Alte datorii pe termen scurt au scăzut cu 66%, până la 2,3 milioane de lei, scădere determinată în principal de reclasificarea unei datorii intra-grup de 3,9 milioane de lei din categoria furnizori terți în categoria de alte datorii pe termen scurt la 9L 2023. Salariile și impozitele pe salarii au scăzut de la începutul anului cu 34%, până la 5,1 milioane de lei. În ceea ce privește datoriile pe termen lung, scăderea a fost determinată de diminuarea datoriilor bancare, care au scăzut cu 8%, până la 41,9 milioane de lei, ca urmare a rambursărilor efectuate.

Capitalurile proprii au crescut cu 6%, ajungând la 57,4 milioane de lei, datorită creșterii cu 50% a rezultatului exercițiului financiar. De asemenea, capitalul subscris și vărsat a crescut cu 4%, până la 9,2 milioane de lei. Primele de capital au rămas la același nivel ca în data de 31 decembrie 2022.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	30/09/2023	Δ %
Active imobilizate	85.958.719	85.053.267	-1%
Active circulante	106.443.111	111.185.609	4%
Casa și conturi la bănci	7.048.004	12.154.563	72%
Cheltuieli înregistrate în avans	0	5.743.050	100%
TOTAL ACTIV	192.401.830	201.981.926	5%
Datorii curente	71.953.425	78.703.916	9%
Datorii pe termen lung	66.494.069	63.437.600	-5%
Venituri înregistrate în avans	0	2.476.530	100%
Capitaluri proprii	53.954.337	57.363.879	6%
TOTAL PASIV	192.401.830	201.981.926	5%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	30/09/2022	30/09/2023	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	255.073.606	250.169.965	-2%
Cifra de afaceri, din care:	245.405.492	249.886.932	2%
Producția vândută	30.682.672	42.611.789	39%
Venituri din vânzarea mărfurilor	223.807.340	215.583.496	-4%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>(9.084.521)</i>	<i>(8.308.353)</i>	-9%
Venituri din subvenții de exploatare	663.951	1.765.711	166%
Venituri din producția în curs de execuție	4.135.889	(4.628.345)	-212%
Alte venituri din exploatare	4.868.275	3.145.667	-35%
Cheltuieli din exploatare, din care:	248.230.768	239.118.823	-4%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	21.448.107	25.471.619	19%
Alte cheltuieli materiale	2.974.234	2.009.452	-32%
Cheltuieli cu energia și apa	2.959.697	1.881.558	-36%
Cheltuieli privind mărfurile	174.530.795	158.164.977	-9%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(3.573.056)</i>	<i>(2.341.451)</i>	-34%
Cheltuieli cu personalul	19.180.449	20.746.032	8%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	3.199.578	3.777.865	18%
Alte cheltuieli de exploatare	27.510.965	29.408.771	7%
Rezultat operațional	6.842.838	11.051.142	61%
Venituri financiare	465.623	72.591	-84%
Cheltuieli financiare	3.016.535	5.196.807	72%
Rezultat financiar	(2.550.913)	(5.124.217)	-101%
Venituri totale	255.539.229	250.242.556	-2%
Cheltuieli totale	251.247.304	244.315.630	-3%
Rezultat brut	4.291.925	5.926.926	38%
Impozitul pe profit/alte impozite	720.791	1.000.293	39%
Rezultat net	3.571.134	4.926.633	38%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	30/09/2023	Δ %
Active imobilizate, din care:	85.958.719	85.053.267	-1%
Imobilizări necorporale	1.376.597	1.323.978	-4%
Imobilizări corporale	77.384.090	76.636.963	-1%
Imobilizări financiare	7.198.033	7.092.327	-1%
Active circulante, din care:	106.443.111	111.185.609	4%
Stocuri	52.847.736	48.892.300	-7%
Creanțe	46.547.371	50.138.746	8%
Casa și conturi la bănci	7.048.004	12.154.563	72%
Cheltuieli înregistrate în avans	0	5.743.050	100%
TOTAL ACTIV	192.401.830	201.981.926	5%
Datorii curente, din care:	71.953.425	78.703.916	9%
Datorii bancare	21.297.096	21.687.861	2%
Impozite și taxe	55.889	884.676	1483%
Furnizori terți	37.321.109	47.390.422	27%
Datorii către entități afiliate	51.624	38.124	-26%
Salarii și impozite pe salarii	3.780.544	5.080.460	34%
Leasing	2.588.952	1.292.743	-50%
Alte datorii pe termen scurt	6.858.211	2.329.632	-66%
Datorii pe termen lung, din care:	66.494.069	63.437.600	-5%
Datorii bancare	45.685.989	41.869.358	-8%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.669.780	3.487.942	31%
Alte datorii pe termen lung	58.000	0	-100%
Venituri în avans	0	2.476.530	100%
Total datorii	138.447.494	144.618.046	4%
Capitaluri proprii, din care:	53.954.337	57.363.879	6%
Capital subscris și vărsat	8.854.950	9.249.730	4%
Prime de capital	27.969.531	27.969.531	0%
Rezerve legale	784.785	784.585	0%
Profitul sau pierderea reportată	14.665.988	15.875.822	8%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	3.291.234	4.926.632	50%
Repartizarea profitului	169.732	0	-100%
Acțiuni proprii	1.442.421	1.442.421	0%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	192.401.831	201.981.926	5%

CASH FLOW CONSOLIDAT

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2022	30/09/2023
<u>Activități de exploatare</u>		
Profitul net	3.483.982	4.926.633
Amortizare	4.443.337	3.777.865
Cheltuiala cu impozitul pe profit	622.747	1.000.293
Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii	8.797.216	9.704.790
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	(15.093.137)	(3.591.375)
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	(27.271.166)	2.602.007
(Creșterea)/Descreșterea cheltuielilor în avans	-	(5.743.050)
Creștere/(Descreștere) datorii comerciale și alte datorii	30.694.782	7.597.937
(Creștere)/Descreștere venituri în avans	-	2.476.530
Numerar generat din exploatare	(2.872.305)	13.046.839
Dividende repartizate	(826.875)	(558.240)
Impozit pe profit plătit	(622.747)	(1.000.293)
Numerar net din activități de exploatare	(4.321.927)	11.488.307
<u>Activități de investiții</u>		
Achizițiile de imobilizări	(22.144.491)	(2.872.413)
Numerar net utilizat în activități de investiții	(22.144.491)	(2.872.413)
<u>Activități de finanțare</u>		
Încasări din creșterea capitalului social	14.619.459	394.579
Încasări din împrumuturi	15.548.437	(3.903.913)
Achiziție acțiuni proprii	(1.442.421)	(0)
Numerar net din activități de finanțare	28.725.475	(3.509.334)
Creșterea numerarului și echivalentului de numerar	2.259.057	5.106.560
Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei	4.788.946	7.048.004
Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei	7.048.003	12.154.564

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 30 septembrie 2023 sunt prezentați mai jos:

Indicatorul lichidității curente la 30.09.2023

Active curente	111.185.609	= 1,41
Datorii curente	78.703.916	

Indicatorul gradului de îndatorare la 30.09.2023

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital propriu}} \times 100$	$\frac{63.437.600}{57.363.879} \times 100$	= 111%
---	--	---------------

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital angajat}} \times 100$	$\frac{63.437.600}{120.801.479} \times 100$	= 53%
---	---	--------------

Capital împrumutat = Credite peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 30.09.2023

$\frac{\text{Cifra de afaceri}}{\text{Active imobilizate}}$	$\frac{249.886.932}{85.053.267}$	= 2,94
---	----------------------------------	---------------

PERSPECTIVA ANULUI 2023

În data de 28 martie 2023, Grupul Agroland a publicat Bugetul de Venituri și Cheltuieli pentru anul 2023. Bugetul a fost ulterior aprobat de Adunarea Generală Ordinară anuală a Actionarilor, care a avut loc în data de 28 aprilie 2023. În raportul pentru S1 2023, conducerea a decis să revizuiască bugetul considerând contextul de piață dificil, caracterizat de instabilitate și creșteri de prețuri pentru mai multe categorii de bunuri și servicii.

Revizuirea bugetului, publicată pe 22 septembrie 2023, împreună cu raportul pentru S1 2023, a avut loc la începutul lunii septembrie 2023. Revizuirea a ținut cont de anul agricol dificil, care a dus la revizuirea bugetului Agroland Agribusiness, dar și de situația legată de prețul ouălor de consum. Prețul ouălor a scăzut semnificativ pe parcursul verii, iar la pregătirea revizuirii bugetului, conducerea a considerat că prețurile vor începe să se redreseze începând cu luna septembrie. Din păcate, acest lucru s-a întâmplat abia la sfârșitul lunii octombrie, ceea ce înseamnă că a existat un decalaj atât în ceea ce privește veniturile, cât și în ceea ce privește rentabilitatea generată în T3 și în T4, ceea ce a dus la necesitatea de a revizui din nou bugetul.

În plus, pe lângă impactul negativ al prețului ouălor și modificările de prețuri semnificative la nivelul îngrășămintelor și cerealelor care au avut impact asupra Agroland Agribusiness (așa cum a fost raportat în raportul aferent T3 2023 al AAB, disponibil [AICI](#)), există și impactul negativ al secetei asupra vânzărilor generate prin rețeaua de magazine Agroland. Acest fapt a determinat ca sezonul de grădinărit din T3 și T4 2023 să fie mult mai slab decât se aștepta inițial managementul.

În consecință, la data publicării acestui raport, conducerea estimează că va încheia anul 2023 cu vânzări nete la nivel consolidat de 289,1 milioane de lei, în scădere cu 12% față de bugetul inițial, EBITDA mai mică cu 25%, de 19,7 milioane de lei, și un profit net de 6,1 milioane de lei, în scădere cu 45% față de bugetul inițial.

ESTIMARE REVIZUITĂ BUGET DE VENITURI ȘI CHELTUIELI 2023	Buget aprobat 28.04.2023	Buget revizuit 22.09.2023	vs. inițial	Buget revizuit 24.11.2023	vs. inițial
Vânzări nete	329.657.235	301.127.676	-9%	289.082.569	-12%
COGS (costul produselor vândute)	219.064.440	202.540.186	-8%	192.127.595	-12%
Marja comercială	110.592.795	98.587.490	-11%	96.954.974	-12%
Costuri materiale	26.651.609	23.762.255	-11%	24.372.232	-9%
Costuri cu personalul	26.386.261	23.973.738	-9%	25.122.081	-5%
Costurile serviciilor utilizate	31.308.950	27.526.782	-12%	27.746.996	-11%
OPEX	84.346.820	75.262.775	-11%	77.241.308	-8%
EBITDA	26.245.975	23.324.715	-11%	19.713.666	-25%
EBIT	20.394.512	17.473.252	-14%	13.862.202	-32%
EBT	13.967.563	11.046.304	-21%	7.435.254	-47%
Profit net	11.077.340	9.076.252	-18%	6.109.438	-45%

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 24 noiembrie 2023

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate pentru perioada cuprinsă între 01.01.2023 și 30.09.2023 redau o imagine corectă și conformă cu realitatea a activelor, obligațiilor, poziției financiare și a situației veniturilor și cheltuielilor Agroland Business System S.A. și că raportul de management oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc în primele șase nouă ale exercițiului financiar și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoso

Agroland Business System S.A.