



# RAPORT T3 2022

---



**Agroland Business System S.A.**

Companie listată la Bursa de Valori București

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

# CUPRINS

<b>INFORMAȚII EMITENT</b>	<b>3</b>
<b>MESAJ DE LA CEO</b>	<b>4</b>
<b>DESPRE AGROLAND BUSINESS SYSTEM</b>	<b>7</b>
<b>EVENIMENTE CHEIE ÎN T3 2022</b>	<b>10</b>
<b>CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT</b>	<b>17</b>
<b>BILANȚ CONSOLIDAT</b>	<b>18</b>
<b>PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI</b>	<b>19</b>
<b>DECLARAȚIA CONDUCERII</b>	<b>20</b>

**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 – T3 2022
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 30.09.2022
Data publicării raportului	25.11.2022
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	8.804.401,40 lei
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Număr total acțiuni	88.044.014 acțiuni
Simbol	AG acțiuni; AGR25 obligațiuni

### DETALII CONTACT PENTRU INVESTITORI

Număr de telefon	+40 731 333 791 / 0256 247 435
Email	<a href="mailto:investitor@agroland.ro">investitor@agroland.ro</a>
Website	<a href="http://www.agroland.ro">www.agroland.ro</a>

Situațiile financiare interimare consolidate la 30 septembrie 2022 prezentate în paginile următoare sunt **neauditate**.

## MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

În aceste zile, la aniversarea a 3 ani de la momentul la care am luat contact prima dată cu piața de capital, începând discuțiile privind transformarea în societate pe acțiuni și oferta de obligațiuni AGR25, Grupul Agroland este la un cu totul alt nivel, atât ca cifră de afaceri și număr de angajați, cât și complexitate a business-ului.

După un ciclu investițional de peste 12 milioane de euro în mai puțin de 3 ani, de la o companie de retail cu magazine tradiționale pentru fermieri și o mică divizie de agribusiness, am ajuns la o rețea de peste 250 de magazine din care 23 în format Agroland MEGA, o platformă avicolă cu peste 600.000 păsări unde producem atât ouă de

consum pentru populație (Top 5 producători din România), cât și pui de o zi pentru fermele noastre și pentru vânzarea în magazinele tradiționale Agroland. De asemenea mai deținem 2 fabrici de furaje, una la Caransebeș (10.000 tone/an) și una la Ișalnița, lângă Craiova, aceasta din urmă fiind pregătită de a intra în probe tehnologice. Investiția în această fabrică ultramodernă a fost de 3,5 milioane euro. Nu în ultimul rând, doresc să menționez evoluția foarte bună a diviziei agribusiness.



Toate diviziile noastre au fost influențate de relativ aceiași factori ai războiului din Ucraina, însă în proporții diferite. Divizia de agribusiness a fost influențată de o criză a îngrășămintelor și pesticidelor, coroborată cu scăderea prețului recoltelor din acest an, din cauza produselor agricole importate din Ucraina la prețuri reduse. În ceea ce privește diviziile de retail și food, impactul asupra acestora a fost generat în principal de majorarea prețului la utilități și la furaje, care au pus o presiune semnificativă asupra marjelor.

Însă, în același timp, acest mediu caracterizat de instabilitate creează și numeroase oportunități, care necesită un comportament pragmatic din partea companiilor. Astfel, acestea trebuie să își adapteze cu celeritate orientarea la condițiile externe de orice natură, în așa fel încât să realizeze investițiile care au potențialul să ofere beneficii pe termen mediu și lung și să amâne proiectele care nu au capacitatea de a îmbunătăți considerabil situația companiei.

În acest context, în cadrul Agroland Business System SA, am continuat investițiile semnificative pe tot parcursul anului 2022, atât cu sprijinul capitalului atras de la investitori în operațiunea de majorare a capitalului social, precum și prin creșterea datoriei noastre bancare pe termen lung. Investițiile principale au fost efectuate în pregătirea fabricilor din Caransebeș și Ișalnița pentru producția de furaje, precum și în pregătirea demarării producției de ouă lichide la Mihăilești, pentru prima parte a anului 2023. Desigur, aceste investiții, asociate cu rata inflației, au condus la scăderea rezultatului operațional și, în consecință, a marjei nete.

În primele nouă luni ale anului 2022, veniturile din exploatare au crescut cu 32% comparativ cu 9L 2021, peste dinamica înregistrată pe parcursul anului 2021 (+22% 2021 vs. 2020), datorită majorării prețurilor pe fondul inflației și al expansiunii la nivel de magazine MEGA, dar și la nivelul întregii activități a Agroland Business System SA. Creșterea costurilor într-un ritm mai rapid, de 36% față de aceeași perioadă a anului trecut, determinată de rezultatele enumerate mai sus, a condus la un rezultat operațional de 6,8 milioane de lei, o scădere de

38% și un rezultat brut de 4,3 milioane de lei, mai mic cu 52%. Prin urmare, profitul net pentru primele nouă luni ale anului 2022 a fost de 3,6 milioane lei, în scădere cu 53%.

Rezultatele generate în primele nouă luni ale anului 2022, ne impun să revizuim în jos profitul bugetat pentru anul acesta. Așadar, ne așteptăm să încheiem 2022 cu o cifră de afaceri de 292,2 milioane de lei, EBITDA de 11,2 milioane de lei și un profit net de 3,6 milioane de lei.

În bugetul inițial, pentru S2 am calculat că vom produce aproximativ 60% din necesarul de furaj în fabricile noastre, acest calcul având un impact în profitul net de aproximativ 3 mil lei. Din păcate, din cauza amânărilor succesive a livrării unor echipamente esențiale, atingerea acestui obiectiv a fost imposibil de atins, fabrica urmând a fi deschisă complet operațională în anul 2023. De asemenea la deschiderea fabricii s-a luat în calcul și un grant de 0.5 milioane de euro, acordat conform OUG 154/2022, dar care va avea impact abia în anul 2023.

În plus față de acestea sunt și costurile care au depășit estimările noastre. Astfel, în ceea ce privește costul finanțării, am luat în calcul o majorare de 0,8 milioane de lei, iar în realitate costul a fost mai mare cu 2 milioane de lei, adică o diferență de 1,2 milioane de lei. În cazul utilităților, am luat în calcul o majorare de 650 de mii de lei, iar în realitate costul a fost mai mare cu 1.5 mil lei, cu 850 de mii de lei mai mult decât în buget. Pentru costul cu personalul am luat în calcul o majorare de 2 milioane de lei, iar în realitate costul a fost mai mare cu 5 mil lei, adică 3 milioane de lei diferență față de buget.

Rămânem concentrați pe creșterea pe termen lung, prin continuarea investițiilor în afacerea noastră, acestea urmând a se axa în special pe dezvoltarea sau introducerea unor linii de business care să aibă un impact pozitiv asupra marjei nete a companiei. La sfârșitul anului 2022, începem producția de furaje la fabricile din Caransebeș și Ișalnița (Doj) – puteți vedea cum arată fabrica în prezent în imaginile incluse în pagina următoare, în urma unor investiții de 3,5 milioane de euro realizate în anii 2021-22.

Începerea producției de furaje va avea un impact major asupra marjelor obținute anul viitor – furajele produse vor asigura o parte semnificativă a necesarului de produse, atât pentru fermele noastre, cât și pentru divizia de retail, marja producătorului la aceste produse fiind ridicată, între 15% și 25%. Acestea ne vor permite înregistrarea unor economii semnificative începând cu anul 2023, în comparație cu acest an, în care achiziția de furaje se ridică la peste 80 de milioane de lei.



Criza agroalimentară continuă să fie una dintre preocupările noastre principale, întrucât evenimentele care au avut loc în acest an au acutizat situația din acest sector. În plus, cu toate că în ultimele luni a fost remarcată o stabilizare a prețurilor pe anumite paliere, iarna aceasta va fi, probabil, una dintre cele mai dificile perioade din ultimii ani. În acest context, în următoarea perioadă, vom crește capacitatea de producție în zona de food, prin ouăle de consum destinate retail-ului și puii de o zi pentru magazinele Agroland tradiționale, în legătură cu care observăm un interes crescut din partea clienților.

Investiția în platforma Avicola Mihăilești va crește capacitatea de producție de la 3,2 milioane de ouă pe lună, în prezent, la 5 milioane de ouă pe lună începând din 2023. Această creștere a producției, coroborată cu scumpirea ouălor de consum, va genera un venit suplimentar de aproximativ 2,1 milioane de lei, până la 3,3 milioane de lei pe lună, în comparație cu cele 1,5 milioane de lei înregistrate în luna septembrie 2022. De asemenea lucrăm intens în vederea demarării producției de oua lichide la Mihăilești, în prima parte a anului 2023.

O parte dintre provocările cu care ne-am confruntat în acest an și al căror impact îl vom resimți și în anul următor este legată de războiul din Ucraina. Evoluția și chiar posibila soluționare a acestuia în 2023 vor influența prețurile la energie, combustibil, materii prime utilizate în industrie, etc. Totuși, există semnale conform cărora 2023 va accentua criza economică. Cu toate acestea, suntem încrezători că în 2023, investițiile efectuate anul acesta în afacerea noastră vor duce la o cifră de afaceri mai mare adusă în primul rând de noile linii de business și, cel mai important, marje semnificativ mai bune.

Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în primele nouă luni ale anului 2022 în paginile următoare. În cazul oricăror întrebări legate de activitatea noastră, fie că este vorba despre afaceri sau de piața de capital, vă rugăm să nu ezitați să ne contactați la [investors@agroland.ro](mailto:investors@agroland.ro)

**Horia Cardoso**

## 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.

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 249, la 30 septembrie 2022.

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.

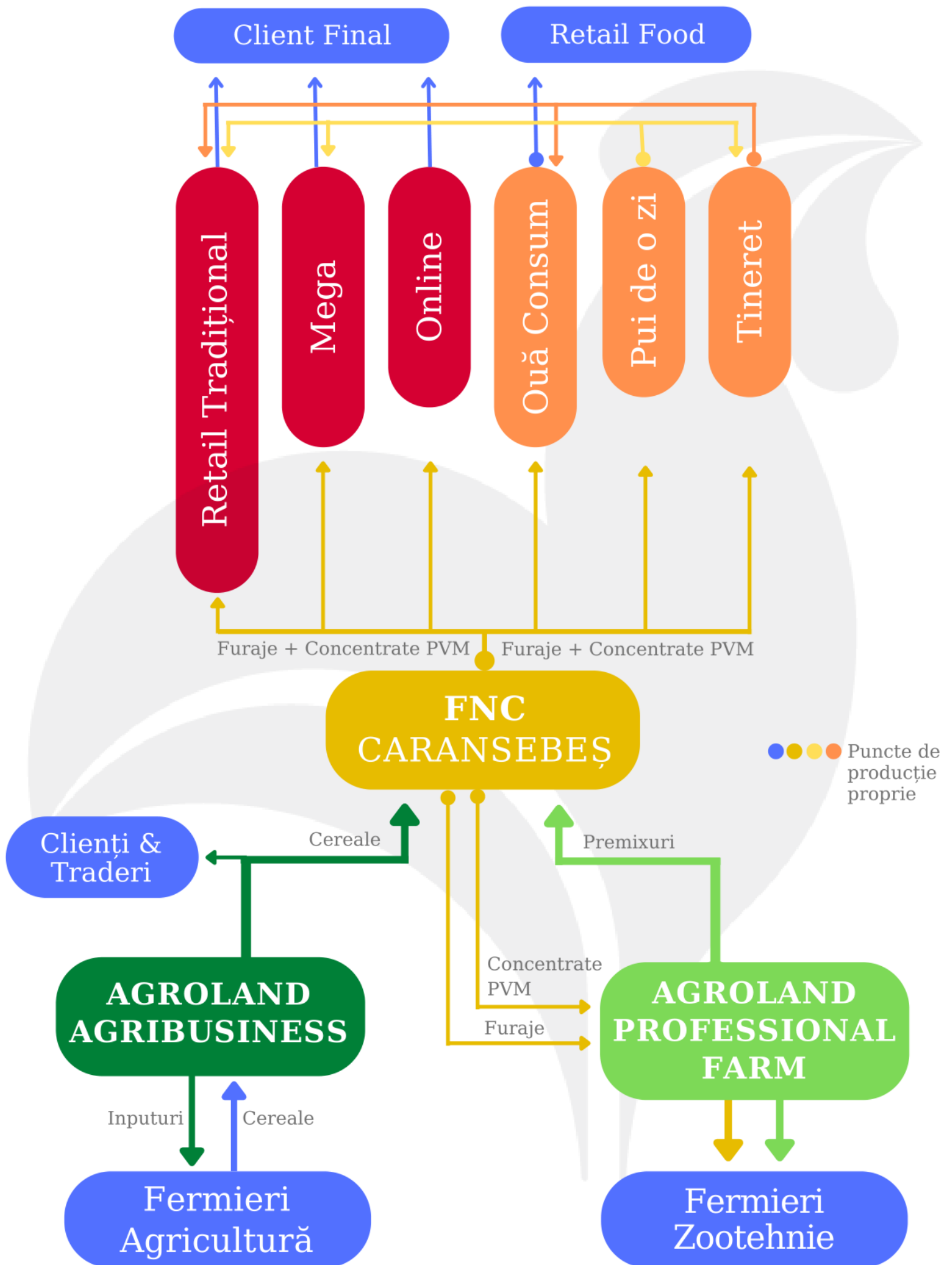
În ceea ce privește firmele din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, compania Agroland a luat decizia de a transforma diviziile în societăți de sine stătătoare, pentru a asigura un control mai eficient asupra acestora și a se putea concentra pe liniile de business rămase.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

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. 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 **Micul Fermier S.R.L.** este compania subsidiară, achiziționată în 2019 în proporție de 100% de către compania Agroland. Compania, înființată în 2011, operează 17 de magazine proprii în zona de Sud-Vest, având ca obiect de activitate comercializarea tuturor produselor din portofoliul Agroland.





## EVENIMENTE CHEIE ÎN T3 2022

### DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

În T3 2022, Agroland Business System a deschis un magazin MEGA, în localitatea Miroslava. Alte trei magazine Mega, în Caracal, în Ploiești și în Tecuci (din care două în sistem franciza), au fost deschise după închiderea perioadei de raportare, în T4 2022.

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
<b>MEGA Miroslava</b> , localitatea Miroslava, str. Constantin Langa 91B, în incinta primului strip mall din Miroslava - Family Market, al 20-lea deschis în cadrul proiectului Mega	14.07.2022	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 1.000.000 euro pentru anul 2023	150.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	6 locuri
<b>MEGA Caracal</b> , str. 1 Decembrie 2018, nr. 80, Galeria Comercială Caracal, al 21-lea deschis în cadrul proiectului Mega	17.11.2022	Varietate de peste 2.600 produse	Vânzări estimate de peste 600.000 euro pentru anul 2023	100.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	6 locuri
<b>MEGA Ploiești</b> , str. Gheorghe Doja, nr. 142, al 22-lea magazin deschis în cadrul proiectului MEGA	19.11.2022	Varietate de peste 2.000 produse	Vânzări estimate de peste 450.000 euro pentru anul 2023	80.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	5 locuri
<b>Mega Tecuci</b> , str. 1 decembrie 1918, nr. 109, centrul comercial Prima Shops	24.11.2022	Varietate de peste 2.000 produse	Vânzări estimate de peste 450.000 euro pentru anul 2023	80.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	5 locuri

De asemenea, Agroland a deschis în data de 12.08.2022 magazinului Agroland Militari, situat în strada Sg. Ilie Petre nr 57, Comuna Chiajna, județul Ilfov, în incinta centrului comercial La Strada Militari Vest. Noul magazin Agroland Militari a presupus o investiție de 60.000 de euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă și se întinde pe o suprafață de aproximativ 160 de metri pătrați, având o gamă de aproximativ 1.500 de produse. Conducerea Companiei estimează pentru Agroland Militari vânzări în valoare de peste 500.000 euro pentru anul 2023 și un trafic mediu zilnic de aproximativ 150-200 de persoane.

### PLATA CUPON NR. 5 LA OBLIGAȚIUNILE AGR25

În data de **12 septembrie**, Agroland Business System a efectuat plata cuponului nr. 5 în valoare de 4,5370 lei brut pe obligațiune, aferent obligațiunilor emise în data de 10 martie 2020, având ca simbol de tranzacționare AGR25. Plata a fost efectuată prin intermediul Depozitarului Central către deținătorii de obligațiuni înregistrați în Registrul Obligațiilor la data de referință 29 august 2022.

Obligațiunile emise de Agroland Business System S.A. sunt tranzacționate în cadrul Sistemului Multilateral de Tranzacționare administrat de Bursa de Valori București, începând cu data de 16 iunie 2020, sub simbolul AGR25.

## ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

### PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 30 septembrie 2022, Grupul Agroland a operat 249 de magazine, cu 3 magazine nete mai mult decât la sfârșitul T3 2021. Numărul magazinelor MEGA la sfârșitul T3 2022 a fost de 20 unități în România, acestea având o suprafață totală de aproximativ 9.725 mp, în comparație cu suprafața totală de 17.000 mp pentru magazinele tradiționale.

Conceptul de magazine MEGA este diferit de cel tradițional, unde gama de produse este triplă, 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 decât cele care sunt aplicabile magazinelor tradiționale.

Magazine	30.09.2021	30.09.2022
Agroland Tradițional	41	42
Micul Fermier	19	17
Francizați	173	170
MEGA	13	20
<b>Total magazine</b>	<b>246</b>	<b>249</b>

Magazinele proprii, a căror performanță este analizată mai jos, includ rezultatele aferente magazinelor tradiționale Agroland, Micul Fermier și MEGA, dacă nu este specificat altfel. În scopul comparabilității, în ceea ce privește performanța magazinelor comparabile, conducerea exclude magazinele MEGA din cauza faptului că această rețea de magazine se află într-un proces de dezvoltare accelerată și majoritatea magazinelor nu a ajuns încă la maturitate, prin urmare compararea performanțelor aferente anului 2022 față de 2021 nu este relevantă. Performanța magazinelor în franciză este prezentată separat.

Performanța tuturor magazinelor (*all stores*) a înregistrat o evoluție pozitivă în T3 2022, înregistrând o creștere de 41% a vânzărilor nete, până la 18,1 milioane de lei, o creștere de 24% a numărului de clienți deserviți, care a ajuns la 278.386 de persoane, și o majorare cu 14% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare, până la 65 de lei. Creșterea valorii medii a bonului fiscal de vânzare este în linie cu ritmul inflației și cu creșterile prețurilor produselor datorate contextului actual. Performanța din T3 2022 a contribuit la rezultatul pentru primele nouă luni din 2022, care a fost de 71,7 milioane de lei, în creștere cu 28%, în timp ce numărul clienților deserviți a crescut cu 19%, până la 973.535.

### PERFORMANȚĂ TOATE MAGAZINE PROPRII (incluzând Agroland Traditional, Micul Fermier, MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
<b>T1</b>	12.773.223	15.155.762	19%	180.026	227.117	26%	71	67	-6%
<b>T2</b>	30.384.228	38.393.060	26%	412.505	468.032	13%	74	82	11%
<b>T3</b>	12.856.260	18.124.639	41%	224.994	278.386	24%	57	65	14%
<b>9L</b>	<b>56.013.711</b>	<b>71.673.460</b>	<b>28%</b>	<b>817.525</b>	<b>973.535</b>	<b>19%</b>	<b>69</b>	<b>74</b>	<b>7%</b>

Performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional și Micul Fermier, excluzând performanța magazinelor MEGA, a crescut cu 14% în T3 2022 comparativ cu T3 2021, vânzările nete au ajuns la 9,5 milioane de lei, iar numărul de clienți a scăzut cu 3%, ajungând la 137.599 de persoane (din care 69% dintre clienți la magazinele Agroland Tradițional și 31% la Micul Fermier). Scăderea numărului de clienți în cadrul magazinelor tradiționale reflectă strategia Companiei din ultimii ani, de închidere a mai multor magazine tradiționale, urmată, în majoritatea cazurilor, de deschiderea în aceleași orașe de magazine MEGA, care preiau astfel fluxul de clienți care efectuau cumpărături în magazinele tradiționale. În același timp, valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 17%, ajungând la 69 de lei.

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

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
<b>T1</b>	11.283.212	9.847.866	-13%	138.306	124.177	-10%	82	79	-3%
<b>T2</b>	24.085.898	25.987.608	8%	301.168	281.232	-7%	80	92	16%
<b>T3</b>	8.370.480	9.535.046	14%	141.280	137.599	-3%	59	69	17%
<b>9L</b>	<b>43.739.590</b>	<b>45.370.520</b>	<b>4%</b>	<b>580.754</b>	<b>543.008</b>	<b>-6%</b>	<b>75</b>	<b>84</b>	<b>11%</b>

O parte din veniturile care în 2020 și 2021 au fost livrate de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA în T3 2022 a crescut semnificativ, cu 110% față de T3 2021, până la 8 milioane de lei. În T3 2022, magazinele MEGA au atras 131.407 clienți, al doilea cel mai mare număr de clienți înregistrat în magazinele MEGA din istoria Agroland, după T2 2022. Numărul semnificativ de clienți, precum și creșterile vânzărilor generate, vizibile prin creșterea valorii medii a bonului fiscal, care a ajuns la 61 de lei în T3 2022 (+17% față de T3 2021), validează modelul de afaceri al Agroland bazat pe deschideri de magazine mai mari, care se adresează unui public mai divers. De asemenea, este important de subliniat că nu toate magazinele MEGA au atins încă maturitatea deplină – 7 magazine au fost deschise ulterior T3 2021 și până la data redactării prezentului raport, astfel că nu a trecut încă 1 an de la inaugurarea magazinelor.

**PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA**

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
<b>T1</b>	1.993.305	5.442.671	173%	37.708	93.354	148%	53	58	9%
<b>T2</b>	4.558.776	11.183.043	145%	89.552	170.190	90%	51	66	29%
<b>T3</b>	3.818.931	8.032.954	110%	72.960	131.407	80%	52	61	17%
<b>9L</b>	<b>10.371.013</b>	<b>24.658.667</b>	<b>138%</b>	<b>200.220</b>	<b>394.951</b>	<b>97%</b>	<b>52</b>	<b>62</b>	<b>21%</b>

Vânzările online au înregistrat o creștere de 9% în T3 2022 față de T3 2021, ajungând la 2 milioane de lei, aceeași sumă înregistrată și în T2 2022. În același timp, numărul clienților din online a crescut cu 76% în T3 2022 comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, până la 9.862. În T3 2022, valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărături online a fost cea mai ridicată de la începutul anului, dar în scădere comparativ cu T3 2021, cu 39%. Creșterea vânzărilor online se datorează faptului că departamentul online s-a reorganizat, în prezent dispunând de tehnologie hardware și software mult mai avansată față de anul 2021, ceea ce permite eficientizarea proceselor cu privire la vânzările în mediul online.

VÂNZĂRI ONLINE									
	Vânzări			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
<b>T1</b>	1.257.617	1.237.960	-2%	7.784	6.906	-11%	162	179	10%
<b>T2</b>	1.511.148	2.021.330	34%	8.501	10.846	28%	178	186	5%
<b>T3</b>	1.860.365	2.021.700	9%	5.504	9.682	76%	340	209	-39%
<b>9L</b>	<b>4.629.130</b>	<b>5.280.990</b>	<b>14%</b>	<b>21.789</b>	<b>27.434</b>	<b>26%</b>	<b>212</b>	<b>192</b>	<b>-9%</b>

Vânzările către francizați au înregistrat, de asemenea, o creștere de 16% în T3 2022 față de T3 2021, cu vânzări nete totale de 16 milioane de lei în T3 2022. Creșterea reflectă, în principal, majorările prețurilor produselor, în concordanță cu inflația. Cu toate acestea, este important de subliniat că numărul magazinelor în franciză a scăzut cu 3 unități nete. Pentru 9L 2022, francizatii Agroland au vândut produse în valoare de 93,4 milioane lei, în creștere cu 7%.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI			
	2021	2022	Δ%
<b>T1</b>	30.846.512	30.230.043	-2%
<b>T2</b>	43.067.917	47.182.971	10%
<b>T3</b>	13.772.752	15.980.741	16%
<b>9L</b>	<b>87.687.181</b>	<b>93.393.755</b>	<b>7%</b>

### CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri combinată, împărțită pe tip de produs vândut în 9L 2022 comparativ cu performanța din 9L 2021, este prezentată mai jos. Vă rugăm să rețineți că cifrele de mai jos prezintă vânzările totale, combinate, **neconsolidate**.

Categorie	30.09.2021	30.09.2022	Δ%
Furaje & concentrate	84.757.641	92.989.175	10%
Pui	48.651.629	52.784.398	8%
Input (AAB)	27.210.004	56.540.890	108%
Produse <i>pet food</i>	15.322.194	22.116.256	44%
Food	6.111.758	10.746.391	76%
Agricole	7.862.587	8.314.676	6%
Echipamente	6.578.323	8.288.717	26%
Aditivi	7.177.586	7.209.602	0%
Ferme	2.804.960	6.000.913	114%
Altele	3.929.123	6.064.492	54%
<i>Reduceri</i>	<i>7.826.895</i>	<i>9.007.015</i>	<i>15%</i>
<b>Total CA 9L</b>	<b>202.578.909</b>	<b>262.048.496</b>	<b>29%</b>

În 9L 2022, cea mai mare creștere în valoare absolută a fost înregistrată la nivelul vânzării de inputuri agricole (AAB), care a crescut cu 108%, ajungând la 56,5 milioane de lei (pentru mai

multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți raportul AAB – Raport 9L 2022 disponibil [AICI](#)). Produsele pet-food au înregistrat o creștere de 44%, ajungând la 22,1 milioane de lei, vânzările de produse pentru ferme au crescut cu 114%, ajungând la 6 milioane de lei, iar vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, a crescut cu 76%, ajungând la 10,7 milioane de lei.

Vânzarea de pui de o zi a înregistrat o creștere de 8%, până la 52,8 milioane de lei. Categoria furaje și concentrate, cu cea mai mare contribuție la cifra de afaceri combinată, a înregistrat o creștere de 10%, până la 93 de milioane de lei. La sfârșitul anului 2022, Agroland va începe producția de furaje la fabricile din Caransebeș și Ișalnița (Dolj). Acest fapt va aduce un impact major asupra marjelor obținute începând cu anul 2023. De asemenea, se lucrează la pornirea producției de ouă lichide la Mihăilești, în prima parte a anului 2023.

## **ANALIZA P&L**

În primele nouă luni, veniturile din exploatare au crescut cu 32% comparativ cu 9L 2021, peste dinamica înregistrată pe parcursul anului 2021 (+22% 2021 vs. 2020), datorită majorării prețurilor pe fondul inflației și al expansiunii la nivelul magazinelor MEGA, dar și al întregii activități a Agroland Agribusiness. Prin urmare, veniturile au ajuns la 255,1 milioane de lei. Această categorie este formată, în principal, din cifra de afaceri, care a ajuns la 246,1 milioane de lei, o creștere de 31% față de 9L 2021, alte venituri din exploatare, care au ajuns la 4,9 milioane de lei, precum și din venituri din producția în curs de execuție, care s-au dublat, ajungând la 4,1 milioane de lei în 9L 2022.

În cifra de afaceri sunt incluse și veniturile din subvenții, respectiv subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, care au ajuns la 644 de mii de lei (-10% vs. 9L 2021), din această sumă 594 de mii de lei fiind sume primite în cadrul programului IMM AGRI-FOOD. Alte venituri din exploatare au ajuns la 4,9 milioane de lei (+22%), care provin, în principal, din vânzarea halei din localitatea Giarmata, jud. Timiș, și din subvenții aferente altor cheltuieli de exploatare, diferența reprezentând: închideri solduri parteneri, rotunjiri solduri, diverse reglări. Este important de menționat că în raportul pentru S1 2022 a existat o eroare în ceea ce privește subvențiile - toate subvențiile au fost incluse pe linia de subvenții aferente cifrei de afaceri. La T3 2022 a fost făcută corecția, iar acum suma de 1,6 milioane de lei primită de la Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură de către Platforma Mihăilești a fost inclusă pe linia Alte venituri din exploatare.

La analiza cifrei de afaceri, producția vândută, care reprezintă veniturile producției vândute de Avicola Mihăilești – ouă de consum și pui de o zi, a înregistrat o creștere de 78%, aducând venituri totale de 30,7 milioane de lei. Veniturile din vânzarea mărfurilor au crescut cu 26% și s-au ridicat la 223,8 milioane de lei. Reducerile comerciale acordate au crescut cu 15%, sub creșterea veniturilor, și au ajuns la 9,1 milioane de lei. În contextul actual de creștere a inflației, care a dus la creșterea costurilor materiilor prime, a energiei și utilităților, prețurile au fost majorate, iar reducerile oferite clienților au scăzut în concordanță cu piața. Veniturile din producția în curs de execuție, în valoare de 4,1 milioane de lei, reprezintă variația stocului (producție și vânzare) la găinile de reproducție, găinile ouătoare, rezultatul incubăției și puii crescuți în fermele de la platforma Mihăilești.

Cheltuielile din exploatare au crescut cu 36%, atingând cifra de 248,2 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la nivel de costuri au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care au ajuns la 174,5 milioane de lei, o creștere cu 34%. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut semnificativ, cu 54%, ajungând la 21,4 milioane de lei, creștere determinată, în principal, de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Alte cheltuieli materiale au crescut de peste 38 de ori, ajungând la 3 milioane de lei, creșterea fiind în linie cu majorarea producției vândute. Creșterea cu 82% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 3 milioane de lei în 9L 2022, 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 24%, ajungând la 19,2 milioane de lei, creștere determinată de extinderea lanțului de magazine MEGA. De asemenea, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 73%, până la 3,2 milioane de lei, creșterea fiind determinată de deschiderea de noi magazine.

Alte cheltuieli din exploatare au crescut cu 26%, până la 27,5 milioane de lei. Creșterea a fost determinată de costul de 2,5 milioane de lei aferent activelor cedate (hala Giarmata), precum și de costuri în valoare de 2,3 milioane de lei pentru chirii și alte servicii legate de magazinele noi.

Majorarea prețurilor la energie, cereale, inflație, precum și întreruperile pe lanțul de aprovizionare au afectat marjele la produsele Agroland. Prin urmare, pe parcursul 9L 2022, Compania a transferat aceste creșteri către clienții finali. Cu toate acestea, inflația, combinată cu investițiile în dezvoltarea de noi magazine sau modernizarea magazinelor existente, investițiile în pregătirea fabricii din Caransebeș și Ișalnița pentru a produce furaje, precum și pregătirea demarării producției de ouă lichide la Mihăilești pentru prima parte a anului 2023, au condus la scăderea rezultatului operațional și, în consecință, a marjei nete.

Prin urmare, în 9L 2022, Agroland a înregistrat la nivel consolidat un rezultat operațional de 6,8 milioane de lei, o scădere de 38%, și un rezultat brut de 4,3 milioane de lei, mai mic cu 52%. Rezultatul brut a fost influențat de creșterea de 33% a cheltuielilor financiare, care au ajuns la 3 milioane de lei din cauza mării dobânzilor bancare – compania având doar obligațiuni corporative cu dobândă fixă, restul finanțărilor având o rată variabilă a dobânzii. Creșterea cheltuielilor financiare a fost ușor compensată de creșterea cu 172% a veniturilor financiare, care au ajuns la 466 de mii de lei, o creștere de 172% față de aceeași perioadă a anului trecut. Întrucât impozitul a scăzut cu 45%, profitul net pentru primele nouă luni ale anului 2022 a fost de 3,6 milioane lei, în scădere cu 53%.

<b>INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)</b>	<b>30/09/2021</b>	<b>30/09/2022</b>	<b>Δ %</b>
Venituri din exploatare	193.364.804	255.073.606	32%
Cheltuieli din exploatare	182.283.042	248.230.768	36%
Rezultat operațional	11.081.762	6.842.838	-38%
Rezultat financiar	(2.098.206)	(2.550.913)	22%
Rezultat brut	8.983.555	4.291.925	-52%
Rezultat net	7.670.967	3.571.134	-53%

## **ANALIZĂ BILANȚ**

Activele totale au crescut cu 41% de la începutul anului, creșterea fiind determinată, în primul rând, de majorarea cu 50% a activelor circulante, până la 114,9 milioane de lei, și a poziției de numerar cu 142%, până la 11,6 milioane de lei.

Activele imobilizate au crescut cu 30%, până la 78,9 milioane de lei, în principal datorită aprecierii cu 34% a imobilizărilor corporale, care au ajuns la 70,6 milioane de lei. Creșterile au fost determinate de: investiția de 10,9 milioane de lei în FNC Ișalnița, investiția de 3,6 milioane de lei în modernizarea și creșterea capacității de producție a platformei avicole Mihăilești, precum și de deschiderea de noi magazine MEGA în toată țara. Activele corporale au un grad de uzură specific activității derulate, în principal de birou, magazin și depozit. Imobilizările necorporale au crescut cu 50%, până la 1,2 milioane de lei, datorită faptului că în T3 2022 s-a investit în digitalizarea activității, prin implementarea unui sistem WMS în depozitul central, crearea unei noi platforme B2C și începerea implementării unei noi soluții de bugetare, raportare financiară și operațională.

Activele circulante s-au apreciat cu 50% datorită creșterii cu 55% a stocurilor, până la 51,7 milioane de lei, determinată de dimensiunea mai mare a afacerii, deschiderea de noi magazine în perioada analizată, precum și de decizia de a continua creșterea portofoliului de produse disponibile în magazine. De asemenea, creanțele au crescut cu 35%, până la 51,6 milioane de lei, cauzată de creșterea dimensiunii afacerilor Agroland Business System și Agroland Agribusiness. Nu există valori semnificative pentru care există risc de neîncasare. Poziția casa și conturi la bănci a atins suma de 11,6 milioane de lei deoarece compania a fost în T3 2022 în plin sezon și încasările au fost mai mari.

Datoriile totale au crescut cu 40%, de la 98,8 milioane de lei la sfârșitul anului 2021 la 138,3 milioane de lei. Creșterea datoriilor este determinată de investițiile semnificative efectuate, prin creșterea cu 48%, până la 63,8 milioane de lei, a datoriilor pe termen lung. Datoriile pe termen lung includ datoriile bancare (creștere de 89%, până la 41,8 milioane de lei), obligațiuni corporative (18,1 milioane de lei, valoare neschimbată) precum și leasing (creștere de 42%, până la 3,9 milioane de lei). Datoriile pe termen lung au crescut cu 14 milioane de lei în T3 2022 față de sfârșitul lui S1 2022 din cauza creșterii creditelor bancare pe termen lung.

Datoriile curente au crescut cu 32% de la începutul anului, până la 73,7 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la această categorie au reprezentat-o datoriile către furnizori, care au crescut cu 110%, până la 51,2 milioane de lei, datorită concentrării companiei pe creșterea stocurilor. Datoriile bancare pe termen scurt au rămas neschimbate, în valoare 19 milioane de lei crescute, și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au scăzut cu 72%, până la 2,7 milioane de lei – acestea fiind alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii au crescut cu 8%, până la 3,6 milioane de lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 53%, de la 38,3 milioane de lei la 58,5 milioane de lei, această creștere fiind determinată, în principal, de o majorare cu 102%, până la 28 de milioane de lei, a primelor de emisiune aferente operațiunii de majorare de capital cu aport în numerar a Agroland Business System și a capitalului social cu 154%, până la 12,1 milioane de lei.

<b>INDICATORI DE BILANȚ (LEI)</b>	<b>31/12/2021</b>	<b>30/09/2022</b>	<b>Δ %</b>
Active imobilizate	60.738.291	78.857.417	30%
Active circulante	76.377.299	114.857.826	50%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	11.572.368	142%
<b>TOTAL ACTIV</b>	<b>137.115.591</b>	<b>193.715.243</b>	<b>41%</b>
Datorii curente	55.800.569	73.669.226	32%
Datorii pe termen lung	42.992.631	63.812.800	48%
Capitaluri proprii	38.322.392	55.429.752	45%
<b>TOTAL PASIV</b>	<b>137.115.591</b>	<b>193.715.243</b>	<b>41%</b>



## CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	30/09/2021	30/09/2022	Δ %
<b>Venituri din exploatare, din care:</b>	<b>193.364.804</b>	<b>255.073.606</b>	<b>32%</b>
Cifra de afaceri, din care:	187.351.314	246.069.443	31%
Producția vândută	17.259.900	30.682.672	78%
Venituri din vânzarea mărfurilor	177.258.719	223.807.340	26%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	7.907.933	9.084.521	15%
Venituri din subvenții de exploatare	740.629	663.951	-10%
Venituri din producția în curs de execuție	2.026.140	4.135.889	104%
Alte venituri din exploatare	3.987.350	4.868.275	22%
<b>Cheltuieli din exploatare, din care:</b>	<b>182.283.042</b>	<b>248.230.768</b>	<b>36%</b>
Cheltuieli cu materii prime si materiale	13.906.035	21.448.106	54%
Alte cheltuieli materiale	77.989	2.974.235	3714%
Cheltuieli cu energia si apa	1.623.584	2.959.697	82%
Cheltuieli privind mărfurile	129.938.022	174.530.795	34%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	2.600.828	3.573.056	37%
Cheltuieli cu personalul	15.442.593	19.180.448	24%
Cheltuieli cu amortizarea si ajustările de valoare	1.845.764	3.199.578	73%
Alte cheltuieli de exploatare	21.751.882	27.510.965	26%
Cheltuieli privind provizioanele	298.002	-	-100%
<b>Rezultat operațional</b>	<b>11.081.762</b>	<b>6.842.838</b>	<b>-38%</b>
Venituri financiare	171.491	465.622	172%
Cheltuieli financiare	2.269.697	3.016.535	33%
<b>Rezultat financiar</b>	<b>(2.098.206)</b>	<b>(2.550.913)</b>	<b>22%</b>
Venituri totale	193.536.295	253.893.405	31%
Cheltuieli totale	184.552.739	249.601.480	35%
<b>Rezultat brut</b>	<b>8.983.555</b>	<b>4.291.925</b>	<b>-52%</b>
Impozitul pe profit/alte impozite	1.312.589	720.791	-45%
<b>Rezultat net</b>	<b>7.670.967</b>	<b>3.571.134</b>	<b>-53%</b>

## BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	30/09/2022	Δ %
<b>Active immobilizate, din care:</b>	<b>60.738.291</b>	<b>78.857.417</b>	<b>30%</b>
Imobilizări necorporale	766.617	1.150.479	50%
Imobilizări corporale	52.790.210	70.639.294	34%
Imobilizări financiare	7.181.466	7.067.644	-2%
<b>Active circulante, din care:</b>	<b>76.377.299</b>	<b>114.857.826</b>	<b>50%</b>
Stocuri	33.267.974	51.687.081	55%
Creanțe	38.320.380	51.598.376	35%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	11.572.368	142%
<b>TOTAL ACTIV</b>	<b>137.115.592</b>	<b>193.715.243</b>	<b>41%</b>
<b>Datorii curente, din care:</b>	<b>55.800.569</b>	<b>73.669.226</b>	<b>32%</b>
Datorii bancare	18.948.211	18.971.937	0%
Impozit	1.369.773	326.954	-76%
Furnizori terți	24.363.823	51.154.188	110%
Afiliați	(2.978.416)	(4.490.499)	51%
Leasing	952.356	1.381.332	45%
Salarii și impozite pe salarii	3.332.038	3.590.207	8%
Alte datorii pe termen scurt	9.812.784	2.735.107	-72%
<b>Datorii pe termen lung, din care:</b>	<b>42.992.631</b>	<b>63.812.780</b>	<b>48%</b>
Datorii bancare	22.133.165	41.789.598	89%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.779.166	3.942.901	42%
<b>Venituri în avans</b>	<b>0</b>	<b>803.465</b>	<b>100%</b>
<b>Total datorii</b>	<b>98.793.201</b>	<b>138.285.491</b>	<b>40%</b>
<b>Capitaluri proprii, din care:</b>	<b>38.322.392</b>	<b>55.429.752</b>	<b>45%</b>
Capital subscris și vărsat	4.757.936	8.978.125	89%
Prime de capital	13.821.096	27.969.531	102%
Rezerve legale	615.053	614.853	0%
Acțiuni proprii	0	(370.080)	100%
Profitul sau pierderea reportată	10.812.806	14.666.188	36%
Profitul sau pierderea perioadei	8.694.742	3.571.134	-59%
Repartizarea profitului	379.241	0	-100%
<b>TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII</b>	<b>137.115.592</b>	<b>193.715.243</b>	<b>41%</b>

## PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 30 septembrie 2022, sunt prezentați mai jos:

### Indicatorul lichidității curente la 30.09.2022

$$\frac{\text{Active curente}}{\text{Datorii curente}} = \frac{114.857.826}{73.669.226} = \mathbf{1,56}$$

### Indicatorul gradului de îndatorare la 30.09.2022

$$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital propriu}} \times 100 = \frac{63.812.800}{55.429.752} \times 100 = \mathbf{115\%}$$

$$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital angajat}} \times 100 = \frac{63.812.800}{119.242.552} \times 100 = \mathbf{54\%}$$

*Capital împrumutat = Credite peste 1 an*

*Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu*

### Viteza de rotație a activelor imobilizate la 30.09.2022

$$\frac{\text{Cifra de afaceri}}{\text{Active imobilizate}} = \frac{246.069.443}{78.857.417} = \mathbf{3,12}$$

## **DECLARAȚIA CONDUCERII**

Timișoara, 25 noiembrie 2022

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate neuditate pentru perioada cuprinsă între 01.01.2022 și 30.09.2022 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 nouă luni ale exercițiului financiar și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

**Horia Cardoso**

Agroland Business System S.A.