



2022

REZULTATE FINANCIARE PRELIMINARE



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 2022 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE	9
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	18
BILANȚ CONSOLIDAT	19
CASH FLOW INDIVIDUAL	20
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	21
DECLARAȚIA CONDUCERII	22

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 2022
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 30.12.2022
Data publicării raportului	24.02.2023

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	investitor@agroland.ro
Website	www.agroland.ro

Situațiile financiare interimare consolidate la 31 decembrie 2022 prezentate în paginile următoare sunt **neauditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Anul 2022 a reprezentat un adevărat test de reziliență pentru companii, în special pentru cele care activează în sectorul agroalimentar, care au fost nevoite să gestioneze provocări care s-au suprapus în această perioadă.

Firește, după cum ați văzut deja în raportul din T3 2022, majorarea și fluctuația prețurilor la energie și cereale, inflația, precum și întreruperile pe lanțul de aprovizionare au afectat marjele la produsele Agroland. Acest lucru a fost resimțit în special în a doua jumătate a anului, deoarece este perioada în care afacerile noastre sunt afectate de sezonality și performanța magazinelor noastre scade semnificativ în comparație cu prima jumătate a anului.

Prin urmare, chiar dacă există o creștere a numărului de tranzacții în magazine și în ciuda creșterilor de prețuri pe care le-am efectuat în toate categoriile de produse, putem observa că media valorii bonului fiscal a scăzut în 2022 față de 2021, în special pentru vânzările în magazinele proprii, deja pentru al doilea trimestru consecutiv. Acesta este un indiciu clar că anumiți clienți, în contextul creșterii prețurilor, au decis să cumpere produse mai ieftine - acest lucru fiind aplicabil în special la îngrijirea animalelor de companie și grădinărit, unde clienții care nu pot renunța la anumite achiziții, astfel că pentru a economisi bani aleg opțiuni mai ieftine.

Prin urmare, comportamentul consumatorilor cauzat de inflație, combinat cu investițiile în dezvoltarea de noi magazine sau modernizarea magazinelor existente, la care se adaugă investițiile în pregătirea fabricilor din Caransebeș și Ișalnița pentru a produce furaje și pregătirea începerii producției de ouă lichide la Mihăilești pentru prima parte a anului 2023 au dus la o scădere a profitului operațional și, în consecință, a marjei nete. Astfel, chiar dacă am reușit să creștem veniturile la nivel consolidat cu 30% față de anul 2021, până la 302,6 milioane de lei, rezultatul operațional a înregistrat o scădere de 37%, până la 7,7 milioane de lei, iar profitul net pentru anul 2022 a fost de 3,2 milioane de lei, în scădere cu 63%.

Pe de altă parte, este important să înțelegem de ce continuăm investițiile semnificative. Pe lângă faptul că avem un model de afaceri integrat (a se vedea pagina 8 din acest raport pentru a înțelege mai bine complexitatea structurii noastre de afaceri), obiectivul nostru este de a diversifica sursa veniturilor și de a reechilibra structura acestora pe întregul curs al activității. Astfel, vom reduce sezonality businessului Agroland Business System, care la nivel istoric a avut o primă parte a anului care a generat proporția semnificativă a veniturilor, precum și a profiturilor. Noile investiții la ferma Mihăilești precum și în fabricile de la Caransebeș și Ișalnița, vor aduce modelului de afaceri al Agroland o structură mai consistentă a veniturilor și profiturilor pe tot parcursul anului.

În a doua jumătate a anului am profitat de oportunitățile existente și am demarat mai multe proiecte de investiții, cum ar fi fabricile de furaje din Caransebeș și Ișalnița, creșterea capacității de producție a Avicola Mihăilești, de la 3,2 milioane de ouă la 5 milioane de ouă pe lună, precum și producția de ouă lichide tot la Mihăilești. Având în vedere faptul că operaționalizarea acestor proiecte a avut loc în prima parte a anului 2023, toate aceste investiții au generat cheltuieli în



2022, urmând ca în acest an să producă venituri însemnate, ceea ce va avea un impact semnificativ asupra marjelor.

Fabrica de la Ișalnița a fost cea mai importantă investiție pe care am realizat-o în 2022, cu o valoare de peste 3,5 milioane de euro, care a inclus terenul, construcțiile, echipamentele și utilitățile. Capacitatea acesteia este de 30.000 de tone pe an, ceea ce reprezintă 75% din necesarul nostru actual pentru ferme și retail. Avantajul major al fabricii de la Ișalnița este eficiența energetică ridicată, fiind complet automatizată și putând lucra cu un număr minim de operatori, astfel încât estimăm că amortizarea investiției va avea loc în maxim 3 ani.

Pe altă parte, în legătură cu ferma de la Mihăilești, criza ouălor de consum este una pe care am anticipat-o într-o mare măsură în urmă cu doi ani, atunci când am realizat preluarea platformei Avicola Mihăilești. În luna decembrie, am crescut numărul de găini în producție, de la 125.000 la 180.000, iar în februarie 2023, capacitatea a ajuns la 205.000. Aceste investiții realizate în Avicola Mihăilești au crescut capacitatea de producție de la 3,2 milioane de ouă pe lună la 5 milioane de ouă pe lună începând din 2023.

Pentru întregul an 2023, estimăm o producție de aproximativ 50 de milioane de ouă de consum; diferența față de producția normală are loc în timpul verii, atunci când într-o perioadă de 2-3 luni este înlocuit un efectiv de aproximativ 80.000 de găini. Față de creșterea numărului de ouă produse, ne așteptăm ca și prețul de vânzare să se mențină la un nivel ridicat pentru o perioadă de cel puțin 6-9 luni, având în vedere discuțiile cu retailerii pentru anul în curs. Vedem aceste premise încă de acum, în condițiile în care chiar producția din prezent, care este la o capacitate crescută, nu este suficientă pentru a satisface cererea din partea retailerilor. În plus, din informațiile pe care le avem, este estimat că anul acesta se va înregistra un deficit la puii de o zi, astfel că aceste marje vor crește începând cu următorul sezon de reproducție. Acest fapt ne va pune într-o poziție foarte favorabilă și vom profita cât mai mult de această situație.

Revenind la magazine, vreau să subliniez că vom continua să facem din magazinele Agroland, în special cele MEGA, o parte importantă a strategiei noastre pentru 2023 și anii următori. Astfel începând cu luna noiembrie 2022, am angajat un nou Director Național de Retail, Lucian Luca, fost District Manager la un mare retailer internațional prezent în România. Împreună, am conceput o strategie complexă pentru a profita mai mult de locațiile magazinelor și de notorietatea brandului Agroland, care estimăm că va genera rezultate importante. Unul dintre proiecte este o soluție de fidelizare a clienților, care va fi disponibilă începând cu T1 2023.

În ceea ce privește consolidarea echipei, doresc să menționez că l-am cooptat și pe Adrian Gafița în funcția de Director Financiar. Adrian și Lucian sunt doi profesioniști cu o experiență aprofundată în domeniile lor de activitate, care au o viziune similară cu a noastră și vor avea o contribuție importantă în implementarea strategiei noastre de business.

În concluzie, chiar dacă anul 2023 va avea, fără îndoială, provocările sale, suntem încrezători că investițiile făcute în 2022 și în anii anteriori vor începe să genereze marje mai mari și, prin urmare, rezultate mai bune. De asemenea, aș dori să menționez că pentru anul 2023 nu avem bugetate investiții majore, prin urmare vom avea ocazia să recalibrăm nivelul de îndatorare.

Vom publica bugetul consolidat pentru Agroland Business System înainte de AGA noastră anuală, programată să aibă loc pe 28 aprilie 2023. În acest an, invităm toți acționarii să ni se alăture la Timișoara sau, la fel ca anul trecut, online prin intermediul soluției eVOTE.

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 Agroland a evoluat constant în timp, ajungând la 242 la 31 decembrie 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.

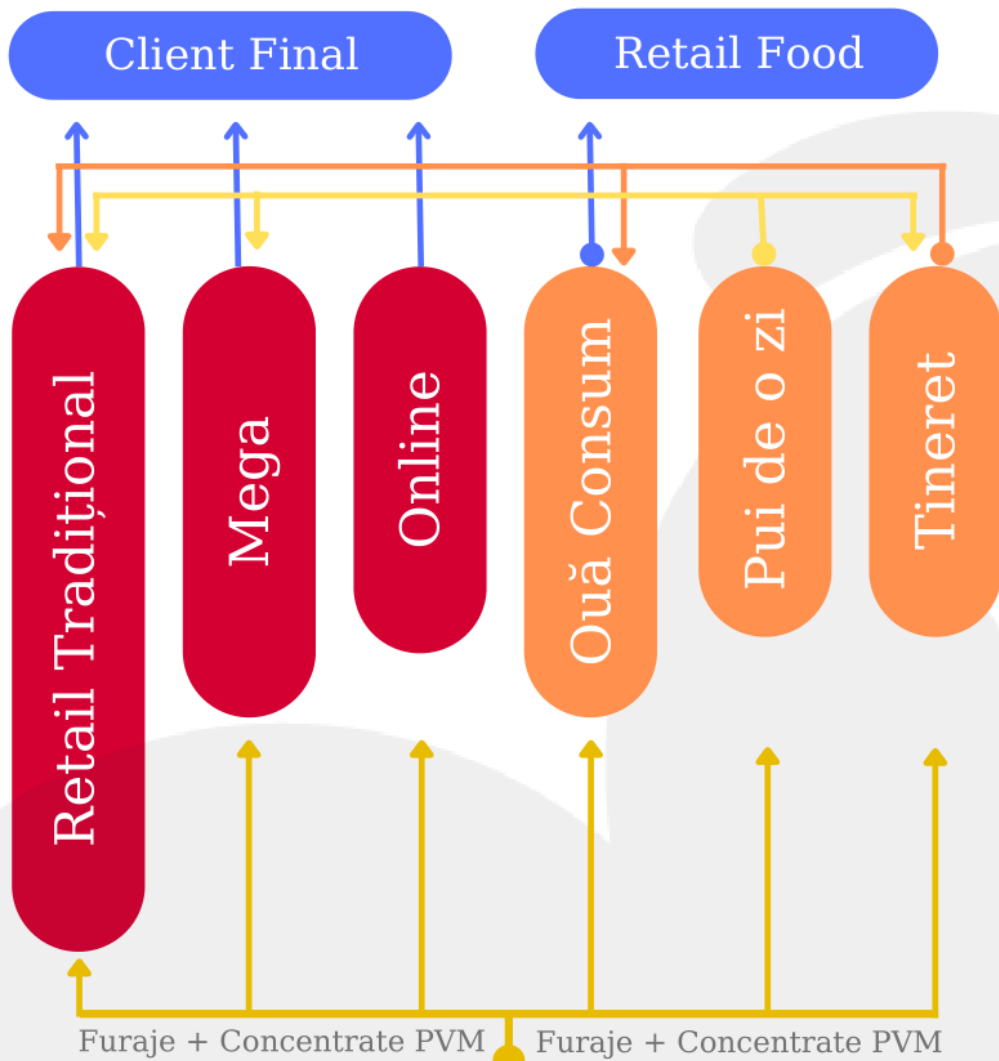
În ceea ce privește firmele din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, compania Agroland a luat decizia de a transforma diviziile în societăți de sine stătătoare, pentru a asigura un control mai eficient asupra acestora și a se putea concentra pe liniile de business

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..

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 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.
- **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.



**FNC
CARANSEBEȘ**

●●●● Puncte de producție proprie

Clienți & Traderi

**AGROLAND
AGRIBUSINESS**

**AGROLAND
PROFESSIONAL
FARM**

**Fermieri
Agricultură**

**Fermieri
Zootehnie**

Inputuri

Cereale

Cereale

Premixuri

Concentrate
PVM

Furaje

EVENIMENTE CHEIE ÎN T4 2022 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

În T4 2022, Agroland Business System a deschis două magazine Mega, în Caracal și Tecuci.

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
MEGA Caracal , 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
MEGA Tecuci , 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

ÎNFIINȚARE AGROLAND GENETICS S.R.L.

În data de **27 octombrie 2022**, a fost înființată o nouă subsidiară a Agroland Business System, Agroland Genetics S.R.L., în care deține 100% din capitalul social al companiei. Agroland Genetics S.R.L. are obiect principal de activitate creșterea păsărilor.

De asemenea, în urma Deciziei Consiliului de Administrație al Agroland Business System nr.31/29.11.2022, a avut loc transferul de activitate al fermei Avicola Mihăilești (inclusiv al salariaților) către Agroland Genetics S.R.L..

NUMIRE PERSONAL ÎN POSTURI CHEIE

În data de **15 decembrie 2022**, Agroland Business System a informat piața cu privire la numrea domnului Adrian Gafița în funcția de Director Financiar și a domnului Lucian Luca în funcția de Director Național de Retail.

Domnul Adrian Gafița are o experiență de peste 12 ani în domeniul financiar și contabil, dobândită atât în cadrul unor companii locale active în acest sector, cât și într-o companie de consultanță din Big Four. În noua sa poziție, domnul Gafița va coordona activitatea departamentului financiar al Companiei.

Domnul Lucian Luca are o experiență de 17 ani în sectorul de retail, perioadă în care a activat în cadrul mai multor companii internaționale de retail, prezente pe piața din România. În noua sa poziție, domnul Luca va fi responsabil de implementarea strategiei de vânzări a Companiei pentru eficientizarea proceselor și a portofoliului de produse.

ADUNAREA GENERALĂ EXTRAORDINARĂ A ACȚIONARILOR DIN DATA DE 6 IANUARIE 2023

În data de **6 ianuarie 2023**, a avut loc Adunarea Generală Extraordinară a Acționarilor Companiei (AGEA). Cvorumul legal și statutar a fost constituit la prima convocare. Unul dintre punctele importante aprobate în cadrul AGEA a fost închirierea activelor corporale ale punctului din comuna Mihăilești, jud. Giurgiu către Agroland Genetics SRL având ca obiect principal de activitate CAEN 0147 – Creșterea păsărilor, CUI 47081443, deținut 100% de AGROLAND BUSINESS SYSTEM S.A., pentru o perioadă mai mare de trei ani, a căror valoare cumulată depășește 20% din valoarea totalului activelor imobilizate, mai puțin creanțele la data încheierii contractului de locațiune.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 31 decembrie 2022, Grupul Agroland opera 242 de magazine, cu 10 magazine nete mai puțin decât la sfârșitul anului 2021. Numărul magazinelor MEGA la sfârșitul T3 2022 a fost de 22 unități în România, din care 14 au fost operate de către Agroland și alte 9 operate de către francizați, acestea având o suprafață totală de aproximativ 10.405 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 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 sezonabilitate decât cele care sunt aplicabile magazinelor tradiționale.

Magazine	31.12.2021	31.12.2022
Tradițional	38	42
Micul Fermier	17	16
Francizati	188	170
MEGA	9	14
Total magazine	252	242

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 T4 2022, având o creștere de 17% a vânzărilor nete, până la 9,3 milioane de lei, o creștere de 9% a numărului de clienți deserviți, care a ajuns la 171.475 de persoane, și o scădere cu 9% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare, la 51 de lei. Scăderea valorii medii a bonului fiscal de vânzare este cauzată de sezonabilitate și de faptul că T4 este întotdeauna cel mai slab trimestru din an. În plus, în 2022, inflația a determinat un comportament mai prudent al clienților, care s-au orientat către produsele mai ieftine. Per ansamblu, performanța din 2022 a crescut cu 27% față de 2021, magazinele proprii generând venituri de 80,9 milioane de lei, în timp ce numărul de clienți deserviți a depășit 1,1 milioane.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE PROPRII (incluzând Agroland Tradițional, Micul Fermier, MEGA)

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	12.773.223	15.155.762	19%	180.026	227.117	26%	71	67	-6%
T2	30.384.228	38.393.060	26%	412.505	468.032	13%	74	82	11%
T3	12.856.260	18.124.639	41%	224.994	278.386	24%	57	65	14%
T4	7.883.502	9.259.263	17%	157.303	171.475	9%	56	51	-9%
12L	63.897.213	80.932.724	27%	974.828	1.145.010	17%	70	66	-6%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional și Micul Fermier, excluzând performanța magazinelor MEGA, a scăzut cu 12% în T4 2022 comparativ cu T4 2021, vânzările nete au fost de 3,2 milioane de lei, iar numărul de clienți a scăzut cu 21%, ajungând la 62.096 de persoane (din care 72% dintre clienți la magazinele Agroland Tradițional și 28% 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 12% în T4, ajungând la 51 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%
T1	11.283.212	9.847.866	-13%	138.306	124.177	-10%	82	79	-3%
T2	24.085.898	25.987.608	8%	301.168	281.232	-7%	80	92	16%
T3	8.370.480	9.535.046	14%	141.280	137.599	-3%	59	69	17%
T4	3.666.878	3.243.802	-12%	78.631	62.096	-21%	45	51	12%
12L	47.406.468	48.614.322	3%	659.385	605.104	-8%	67	73	9%

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 T4 2022 a crescut cu 43% față de T4 2021, până la 5,7 milioane de lei. În T4 2022, magazinele MEGA au atras 102.844 de clienți. Valoarea medie a bonului fiscal a crescut ușor, cu 4%, până la 56 de lei în T4 2022, ca urmare a motivelor deja menționate mai sus, legate de comportamentul mai prudent al clienților în contextul economic mai dificil care a afectat segmentul de grădinărit și pet care. De asemenea, este important de subliniat că nu toate magazinele MEGA au atins încă maturitatea deplină – 5 magazine au fost deschise în 2022 și până la data redactării prezentului raport, astfel că nu a trecut încă 1 an de la inaugurarea magazinelor. Pe de altă parte, există 3 magazine MEGA care nu au ajuns pe profit la un an. În aceste magazine a fost deja regândită schema de personal. De asemenea, am făcut analize pentru eficientizarea portofoliului de produse, astfel încât să identificăm categoriile de produse care nu au avut performanța așteptată. Noul Director Național de Retail se va axa în perioada următoare chiar pe aceste magazine.

PERFORMANȚĂ MAGAZINE MEGA

	Vânzări nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	1.993.305	5.442.671	173%	37.708	93.354	148%	53	58	9%
T2	4.558.776	11.183.043	145%	89.552	170.190	90%	51	66	29%
T3	3.818.931	8.032.954	110%	72.960	131.407	80%	52	61	17%
T4	4.026.832	5.742.446	43%	74.977	102.844	37%	54	56	4%
12L	14.397.844	30.401.114	111%	275.197	497.795	81%	52	61	17%

Vânzările online au înregistrat o creștere de 13% în T4 2022 față de T4 2021, ajungând la 1,6 milioane de lei. Numărul clienților din online a crescut cu 9%, până la 7.893. În T4 2022, valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărături online a fost aproape cea mai ridicată de la începutul anului, ajungând la 207 lei, o creștere de 4% față de T4 2021.

În ceea ce privește evoluția pe tot parcursul anului, vânzările nete online au crescut cu 14%, ajungând la 6,9 milioane de lei. Cu strategia axată pe creșterea volumelor, numărul de clienți a crescut cu 22%, până la 35.327, în timp ce valoarea medie a bonului fiscal a scăzut cu 5%, la 198 de lei. Este important de menționat că din punct de vedere al vânzărilor, magazinul online este cel mai important magazin Agroland pentru ca generează cele mai mari venituri, astfel că echipa de management îi acorda atenția cuvenită, în timp ce 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 nete			Clienți			Valoare medie bon fiscal		
	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%	2021	2022	Δ%
T1	1.257.617	1.237.960	-2%	7.784	6.906	-11%	162	179	10%
T2	1.511.148	2.021.330	34%	8.501	10.846	28%	178	186	5%
T3	1.860.365	2.021.700	9%	5.504	9.682	76%	340	209	-39%
T4	1.445.255	1.631.403	13%	7.263	7.893	9%	199	207	4%
12L	6.074.385	6.912.393	14%	29.052	35.327	22%	209	198	-5%

Vânzările către francizați au înregistrat o creștere de 7% în T4 2022 față de T4 2021, cu vânzări nete totale de 6,4 milioane de lei în T4 2022. Creșterea reflectă, în principal, majorările prețurilor produselor, în concordanță cu inflația, coroborate cu scăderea generală a numărului de tranzacții și de clienți. De asemenea, este important de subliniat că numărul magazinelor în franciză a scăzut cu 18 unități nete. Pe parcursul întregului an 2022, francizații Agroland au vândut produse în valoare de 99,8 milioane lei, în creștere cu 7%.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI			
	2021	2022	Δ%
T1	30.846.512	30.230.043	-2%
T2	43.067.917	47.182.971	10%
T3	13.772.752	15.980.741	16%
T4	5.951.022	6.372.184	7%
12L	93.638.203	99.765.939	7%

CIFRĂ DE AFACERI COMBINATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

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

Categorie	2021	2022	Δ%
Furaje & concentrate	85.182.345	92.210.630	8%
Input (AAB)	37.915.791	69.888.912	84%
Pui	50.804.869	54.145.524	7%
Produse <i>pet food</i>	21.725.881	28.817.503	33%
Food	9.809.023	17.154.470	75%
Ferme	8.245.914	16.868.564	105%
Agricole	10.225.111	10.268.417	0%

Echipamente	7.763.948	9.399.559	21%
Aditivi	7.458.612	7.526.813	1%
Altele	2.870.268	4.397.562	53%
Farmacie& Fitofarmacie	594.128	2.043.379	244%
<i>Reduceri</i>	<i>(8.556.672)</i>	<i>(10.224.692)</i>	19%
Total CA 12L	234.039.218	302.496.639	29%

În 2022, cea mai mare contribuție la cifra de afaceri a fost adusă de furaje și concentrate, care s-au ridicat la 92,2 milioane de lei, o creștere de 8% față de 2021. La sfârșitul anului 2022, Agroland a început producția de furaje la fabricile din Caransebeș și Ișalnița (Dolj). Acest fapt va aduce un impact major asupra marjelor obținute începând cu anul 2023.

A doua cea mai mare contribuție a fost înregistrată la nivelul vânzării de inputuri agricole (rezultate generate de către Agroland Agribusiness), care a crescut cu 84%, ajungând la 69,9 milioane de lei (pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți raportul AAB – Rezultatele preliminare pentru 2022, disponibil [AICI](#)). Vânzarea de pui de o zi a crescut cu 7% în 2022, ajungând la 54,1 milioane de lei. Produsele pet-food au înregistrat o creștere de 33%, ajungând la 28,8 milioane de lei, vânzările de produse pentru ferme au crescut cu 105%, ajungând la 16,9 milioane de lei, iar vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, a crescut cu 75%, ajungând la 17,2 milioane de lei. Pentru această categorie de venituri este important de menționat că se lucrează la pornirea producției de ouă lichide la Mihăilești, în prima parte a anului 2023.

ANALIZA P&L

Veniturile din exploatare la nivel consolidat au crescut cu 30% în 2022, datorită majorării prețurilor pe fondul inflației și al expansiunii la nivelul magazinelor MEGA, dar și a întregii activități a Agroland Agribusiness. Prin urmare, veniturile au ajuns la 302,6 milioane de lei. Această categorie este formată, în principal, din cifra de afaceri, care a ajuns la 280,4 milioane de lei (+29% față de 2021), venituri din producția în curs de execuție, care s-au ridicat la 12,7 milioane de lei (+256%), precum și din alte venituri din exploatare, care au ajuns la 9,5 milioane de lei (-7%).

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 57%, aducând venituri totale de 34,3 milioane de lei. Veniturile din vânzarea mărfurilor au crescut cu 26% și s-au ridicat la 256,3 milioane de lei. Reducerile comerciale acordate au crescut cu 22%, sub creșterea veniturilor, și au ajuns la 10,3 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. În cifra de afaceri sunt incluse și veniturile din subvenții, respectiv subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, care au ajuns la 70 de mii de lei (-97% vs. 2021), scăderea fiind determinată în principal de faptul că Agroland Agribusiness nu a beneficiat de subvenții în 2022.

Veniturile din producția în curs de execuție, în valoare de 12,7 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. Alte venituri din exploatare 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 și diverse reglări. Această poziție include și suma de 1,6 milioane de lei primită de la Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură de către Platforma Mihăilești.

Cheltuielile din exploatare au crescut cu 33%, atingând cifra de 294,9 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la nivel de costuri au avut-o cheltuielile privind mărfurile, care au ajuns la 201,9 milioane de lei, o creștere cu 34%. Cheltuielile cu materiile prime și materiale au crescut cu 43%, ajungând la 27,9 milioane de lei, creștere determinată, în principal, de integrarea afacerii Avicola Mihăilești. Alte cheltuieli materiale au crescut de aproape 7 ori, ajungând la 3,8 milioane de lei, creșterea fiind în linie cu majorarea producției vândute.

Creșterea cu 37% a cheltuielilor cu energia și apa, care au ajuns la 3,5 milioane de lei în 2022, a fost determinată de deschiderea de noi magazine în perioada de 12 luni, precum și de integrarea Avicolei Mihăilești. Prețurile la energie au un impact important asupra producției ouălor de consum. Impactul este semnificativ în ceea ce privește fermele de tineret și reproducție, precum și la incubatie. Pentru ouă, compania a reușit să transfere creșterea costurilor în prețul final. În ceea ce privește puii de o zi, este estimat ca transferul costurilor în preț va fi realizat odată cu începerea producției în luna martie 2023. Pe altă parte, compania a compensat o parte din costurile cu energia în 2022, 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. Toate aceste proiecte au fost finanțate din surse proprii. Estimarea este că investiția va fi recuperată în decurs de 3-4 ani.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 21%, ajungând la 25,2 milioane de lei, majorare determinată de creșterea salariului mediu. În 2022, Agroland Business System a avut, în medie, 407 angajați la nivel consolidat, față de media de 404 angajați la nivel consolidat în 2021 (237 angajați cu norma întreaga la nivel individual în 2022, față de 349 în 2021, scăderea fiind influențată de transferului de personal din ferma Mihăilești, pe firma Agroland Genetics SRL). De asemenea, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au crescut cu 67%, până la 4,4 milioane de lei, creșterea fiind determinată de deschiderea de noi magazine.

Alte cheltuieli din exploatare au crescut cu 18%, până la 32,7 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 2,6 milioane de lei pentru chirii și alte servicii legate de magazinele noi.

Majorarea și fluctuația prețurilor la energie și cereale, inflația, precum și întreruperile pe lanțul de aprovizionare au afectat marjele la produsele Agroland. Prin urmare, pe parcursul anului 2022, compania a încercat să transfere aceste creșteri către clienții finali, dar în S2 2022 a fost vizibil că anumiți clienți, în contextul prețurilor în creștere, au decis să cumpere produse mai ieftine – acest aspect fiind valabil în special pentru produsele de pet care și grădinarit, unde clienții nu pot renunța la anumite achiziții, aleg opțiuni mai ieftine pentru a economisi bani. Prin urmare, comportamentul consumatorilor cauzat de inflație, combinat 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. Pe termen mediu, aceste investiții vor rebalansa structura veniturilor pe parcursul anului, reducând astfel sezonalitatea businessului Agroland Business System care, la nivel istoric, a avut o primă parte a anului care a generat proporția semnificativă a veniturilor, precum și a profiturilor. Noile investiții în fabricile de la Caransebeș și Ișalnița, precum și la ferma Mihăilești, vor aduce modelului de afaceri al Agroland o structură mai consistentă a veniturilor și profiturilor pe tot parcursul anului.

Prin urmare, în 2022, Agroland a înregistrat la nivel consolidat un rezultat operațional de 7,7 milioane de lei, o scădere de 37%, și un rezultat brut de 3,9 milioane de lei, mai mic cu 60%. Rezultatul brut a fost influențat de creșterea de 75% a cheltuielilor financiare, care au ajuns la 4,3 milioane de lei, din cauza măririi 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 173% a veniturilor financiare, care au ajuns la 499 de mii de lei. Întrucât impozitul a scăzut cu 41%, profitul net pentru 2022 a fost de 3,2 milioane lei, în scădere cu 63%.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2021	2022	Δ %
Venituri din exploatare	233.378.788	302.638.213	30%
Cheltuieli din exploatare	221.216.779	294.944.051	33%
Rezultat operațional	12.162.008	7.694.161	-36%
Rezultat financiar	(2.255.789)	(3.776.450)	-67%
Rezultat brut	9.906.220	3.917.711	-60%
Rezultat net	8.694.741	3.202.911	-63%

ANALIZĂ BILANȚ

Activele totale au crescut cu 44% în 2022, creșterea fiind determinată, în primul rând, de majorarea cu 53% a activelor circulante, până la 117,1 milioane de lei, a activelor imobilizate cu 33%, până la 80,9 milioane de lei, și a poziției de numerar cu 61%, până la 7,7 milioane de lei.

Activele imobilizate au crescut în principal datorită aprecierii cu 37% a imobilizărilor corporale, care au ajuns la 72,4 milioane de lei. Creșterile au fost determinate de: investiția de 11,9 milioane de lei în FNC Ișalnița, investiția de 5,4 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 81%, până la 1,4 milioane de lei, datorită faptului că în S2 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 53% datorită creșterii cu 68% a stocurilor, până la 55,9 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 39%, până la 53,4 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 7,7 milioane de lei.

Datoriile totale au crescut în 2022 cu 44%, de la 98,8 milioane de lei, la 142,3 milioane de lei. Creșterea datoriilor este determinată de investițiile semnificative efectuate, prin creșterea cu 55%, până la 66,5 milioane de lei, a datoriilor pe termen lung. Datoriile pe termen lung includ datoriile bancare (creștere de 107%, până la 45,7 milioane de lei), obligațiuni corporative (18,1 milioane de lei, valoare neschimbată), precum și leasing (scădere de 4%, la 2,7 milioane de lei).

Datoriile curente au crescut cu 36% de la începutul anului, până la 75,8 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la această categorie au reprezentat-o datoriile către furnizori, care au crescut cu 76%, până la 39,4 milioane de lei, datorită concentrării companiei pe creșterea stocurilor. Datoriile bancare pe termen scurt au crescut cu 12%, la 21,3 milioane de lei, și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au scăzut cu 8%, până la 8,8 milioane de lei – acestea fiind alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii au crescut cu 11%, până la 3,7 milioane de lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 41%, de la 38,3 milioane de lei la 53,9 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 86%, până la 8,9 milioane de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active immobilizate	60.738.292	80.932.440	36%
Active circulante	76.377.299	117.056.394	53%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	7.699.885	61%
TOTAL ACTIV	137.115.591	197.988.834	46%
Datorii curente	55.800.569	75.777.790	36%
Datorii pe termen lung	42.992.631	66.494.069	59%
Capitaluri proprii	38.322.392	53.923.234	41%
TOTAL PASIV	137.115.591	197.988.834	46%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	2021	2022	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	233.378.788	302.638.213	30%
Cifra de afaceri, din care:	217.465.338	280.427.226	29%
Producția vândută	21.892.563	34.335.061	57%
Venituri din vânzarea mărfurilor	204.048.408	256.324.159	26%
Reduceri comerciale acordate	(8.475.634)	(10.302.197)	22%
Venituri din subvenții de exploatare	2.066.055	70.203	-97%
Venituri din producția în curs de execuție	3.561.973	12.667.426	256%
Alte venituri din exploatare	10.285.423	9.543.561	-7%
Cheltuieli din exploatare, din care:	221.216.779	294.944.051	33%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	19.569.663	27.896.147	43%
Alte cheltuieli materiale	540.494	3.751.887	594%
Cheltuieli cu energia și apa	2.515.642	3.454.590	37%
Cheltuieli privind mărfurile	150.308.875	201.913.084	34%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>(2.776.348)</i>	<i>(4.398.288)</i>	<i>58%</i>
Cheltuieli cu personalul	20.762.818	25.223.979	21%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	2.664.973	4.441.337	67%
Alte cheltuieli de exploatare	27.602.660	32.661.316	18%
Cheltuieli privind provizioanele	28.002	-	-
Rezultat operațional	12.162.008	7.694.161	-37%
Venituri financiare	182.645	499.453	173%
Cheltuieli financiare	2.438.433	4.275.903	75%
Rezultat financiar	(2.255.789)	(3.776.450)	-67%
Venituri totale	233.561.432	303.137.665	30%
Cheltuieli totale	223.655.213	299.219.954	34%
Rezultat brut	9.906.220	3.917.711	-60%
Impozitul pe profit/alte impozite	1.211.479	714.800	-41%
Rezultat net	8.694.741	3.202.911	-63%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active imobilizate, din care:	60.738.292	80.932.440	36%
Imobilizări necorporale	766.617	1.384.882	81%
Imobilizări corporale	52.790.210	72.436.515	37%
Imobilizări financiare	7.181.465	7.111.043	23%
Active circulante, din care:	76.377.299	117.056.394	53%
Stocuri	33.267.974	55.909.691	68%
Creanțe	38.320.380	53.446.819	39%
Casa și conturi la bănci	4.788.945	7.699.885	61%
TOTAL ACTIV	137.115.592	197.988.834	46%
Datorii curente, din care:	55.800.569	75.777.790	36%
Datorii bancare	18.948.211	21.280.471	12%
Impozit	1.369.773	9.094	-99%
Furnizori terți	22.337.762	39.398.997	76%
Salarii și impozite pe salarii	3.332.038	3.682.522	11%
Alte datorii pe termen scurt	9.545.344	8.817.754	-8%
Leasing	267.440	2.588.952	868%
Datorii pe termen lung, din care:	42.992.631	66.494.069	59%
Datorii bancare	22.133.165	45.743.989	107%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.779.166	2.669.780	-4%
Alte datorii pe termen lung	-	-	-
Venituri în avans	-	1.793.741	-
Total datorii	98.793.201	144.065.600	48%
Capitaluri proprii, din care:	38.322.392	53.923.234	41%
Capital subscris și vărsat	4.757.936	8.854.950	86%
Prime de capital	13.821.096	27.969.531	102%
Rezerve legale	615.053	614.853	0%
Profitul sau pierderea reportată	10.812.806	14.672.046	36%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	8.694.742	3.202.911	-63%
Repartizarea profitului	379.241	5.858	-98%
Acțiuni proprii	-	1.385.201	-
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	137.115.592	197.988.834	46%

CASH FLOW INDIVIDUAL

FLUX DE NUMERAR (LEI)	31/12/2021	31/12/2022
<u>Activități de exploatare</u>		
Profitul net	6.179.073	1.260.276
Amortizare	2.206.052	3.621.423
Cheltuiala cu impozitul pe profit	838.580	302.269
Flux de numerar din exploatare înaintea modificărilor capitalurilor proprii	9.223.705	5.183.969
(Creșterea)/Descreșterea creanțelor	(10.141.166)	(13.202.046)
(Creșterea)/Descreșterea stocurilor	(15.665.078)	(11.595.204)
(Creșterea)/Descreșterea cheltuielilor în avans	-	-
Creșterea/(descreștere) datoriilor comerciale și alte datorii	21.284.978	9.841.681
(Creștere)/Descreșterea veniturilor în avans		9.485.145
Numerar generat din exploatare	4.702.438	(286.454)
Dividende repartizate		
Impozit pe profit plătit	(838.580)	(302.269)
Numerar net din activități de exploatare	3.863.858	(588.723)
<u>Activități de investiții</u>		
Achizițiile de imobilizări	(28.034.137)	(24.446.186)
Numerar net utilizat în activități de investiții	(28.034.136)	(24.446.186)
<u>Activități de finanțare</u>		
Încasări din creșterea capitalului social		14.619.259
Încasări din împrumuturi	22.069.516	13.355.441
Achiziție acțiuni proprii		(1.370.913)
Numerar net din activități de finanțare	22.069.516	26.603.788
Creșterea numerarului și echivalentului de numerar	(2.100.761)	1.568.878
Numerar și echivalent de numerar la începutul perioadei	5.024.547	2.923.786
Numerar și echivalent de numerar la sfârșitul perioadei	2.923.786	4.492.663

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 31 decembrie 2022 sunt prezentați mai jos:

Indicatorul lichidității curente la 31.12.2022

Active curente	117.056.394		
Datorii curente	75.777.790	= 1,54	

Indicatorul gradului de îndatorare la 31.12.2022

Capital împrumutat	x 100	68.189.069	x 100	= 126%
Capital propriu		53.923.234		

Capital împrumutat	x 100	68.189.069	x 100	= 56%
Capital angajat		122.112.303		

Capital împrumutat = Datorii peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 31.12.2022

Cifra de afaceri	280.427.226	
Active imobilizate	82.627.440	= 3,39

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 24 februarie 2023

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate și individuale neauditare pentru anul 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 preliminar oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea a evenimentelor importante care au avut loc în anul 2022 și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoso

Agroland Business System S.A.