



RAPORT

T1 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 T1 2023 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE	9
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	10
CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT	15
BILANȚ CONSOLIDAT	16
PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI	17
DECLARAȚIA CONDUCERII	18

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

INFORMAȚII EMITENT

INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT FINANCIAR

Tipul raportului	Raport Trimestrial pentru T1 2023
Pentru exercițiul financiar	01.01.2023 – 31.03.2023
Data publicării raportului	26.05.2023
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	8.804.401,40 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 la 31 martie 2023 prezentate în paginile următoare sunt **neauditate**.

MESAJ DE LA CEO

Stimați acționari,

Primul trimestru al anului 2023 a fost o perioadă dinamică pentru Agroland Business System. În ciuda complexității industriei agro-alimentare, am continuat să fim rezilienți și să ne adaptăm la condițiile de piață și să avem în vedere realizarea de investiții strategice. Având de partea noastră, capacități de producție extinse și fiind axați pe inovație, suntem pregătiți să întâmpinăm provocările viitoare și să continuăm să vizăm o creștere sustenabilă a afacerilor noastre.

În primul trimestru al anului 2023, Agroland Business System a înregistrat la nivel consolidat venituri de 69,7 milioane lei, o creștere de 4%. La nivel de cifră de afaceri consolidată, divizia de inputuri, reprezentând rezultatele Agroland Agribusiness, a contribuit cu 21,9 milioane de lei (+20% față de T1 2022), divizia de food, care include producția de ouă de consum provenite de la platforma avicolă Mihăilești, a contribuit cu 10,2 milioane de lei (+203% vs. T1 2022), iar divizia de retail a înregistrat cifra de afaceri de 42,7 milioane de lei (-5% vs. T1 2022), scăderea fiind cauzată de vremea nefavorabilă din primul trimestru, ceea ce a determinat ca vânzarea de pui, furaje și concentrate să fie decalate pentru T2 2023. Reducerile din primul trimestru al anului au fost de 4,1 milioane de lei, o scădere cu 10% vs. T1 2022, rezultând o cifră de afaceri pentru T1 2023 de 70,6 milioane de lei, o creștere cu 14% în comparație cu cele 62 de milioane de lei din T1 2022.



Costurile au crescut mai lent decât cifra de afaceri, cu doar 3%, ajungând la 65,9 milioane de lei. Acest lucru a dus la un rezultat operațional solid de 3,8 milioane de lei, o creștere de 34% față de T1 2022, o creștere peste dinamica înregistrată la nivel de venituri. Acest lucru demonstrează că modelul nostru de business, bazat pe conceptul *de la sămânță la raft*, funcționează și începe să dea roade. Pe fondul dublării costurilor de finanțare, în T1 2023, profitul brut a avut de suferit și a înregistrat o ușoară scădere comparativ cu T1 2022, de 3%, până la 1,8 milioane. Rezultatul net a ajuns la 1,4 milioane lei, o scădere de 12% comparativ cu T1 2022.

Anul 2023 a adus o nouă serie de provocări – pe lângă inflația ridicată continuă, dificultățile la nivelul lanțurilor de aprovizionare și creșterea semnificativă a costului de finanțare, în T1 2023, piețele au înregistrat o scădere a prețurilor materiilor prime comparativ cu anul anterior. Cu toate acestea, jucători mai mari, precum Agroland, și-au pregătit stocurile în cursul anului 2022 pentru a asigura continuitate operațională. Paradoxal, această perioadă a fost avantajoasă pentru companiile mai puțin pregătite din punct de vedere financiar, care au putut achiziționa cereale la prețuri spot mai accesibile. Ca rezultat, avantajul deținut inițial de companiile financiar sănătoase, care și-au asigurat proviziile în timpul recoltării, s-a transformat într-un dezavantaj.

Cu toate acestea, angajamentul nostru pentru operațiuni eficiente și integrarea noastră pe verticală în industria agro-alimentară ne-au permis să atenuăm o parte dintre aceste provocări. În timp ce fermierii se confruntă cu probleme majore cauzate de scăderea prețurilor cerealelor, capacitatea noastră de a transforma cerealele în furaje pentru animale ne oferă un avantaj de care în final beneficiază producția de ouă pentru consumatori. De aceea, conceptul nostru de afaceri, *de la sămânță la raft*, care acoperă întregul ciclu de producție agro-alimentar, este unul câștigător, mai ales în realitățile actuale în care un număr tot mai mare de clienți caută producători locali.

Mai mult, ne bucură faptul că guvernul român a aprobat o ordonanță de urgență ce vizează reducerea cheltuielilor bugetare, care include implementarea unui lanț de aprovizionare scurt de la fermieri la consumatorii finali. Se estimează că acest sistem va aduce beneficii economice, sociale, de mediu și de sănătate, favorizând producătorii locali precum Agroland, dar și va asigura disponibilitatea produselor de înaltă calitate la costuri accesibile pentru consumatori.

Industria agro-alimentară a înfruntat un context complex anul trecut, caracterizat de costuri cu energia mai mari, dificultăți în procurarea materiilor prime și volatilitate semnificativă a prețurilor materiilor prime. Ca răspuns la criza prețurilor energiei, ne-am îmbunătățit eficiența energetică prin implementarea de sisteme proprii de producție a energiei. Acest lucru a redus semnificativ costurile noastre cu energia anul acesta, însă avem în continuare de înfruntat provocări, față de acum doi ani și, în mod natural, trebuie să suportăm și costurile acestor investiții, care au fost finanțate din surse proprii și care vor fi recuperate în cursul a 3-4 ani.

Angajamentul nostru constant către inovație și diversificare ne-a condus să explorăm noi oportunități în sectorul agro-alimentar. Suntem mândri să anunțăm că am realizat primele noastre exporturi de ouă pe piața poloneză și alte țări din vestul Europei, inversând tendința importurilor de ouă a României din Polonia din ultimele două decenii. Impactul gripei aviare în Polonia, combinat cu reducerea exporturilor de ouă din Ucraina către Polonia, a creat un mediu de piață favorabil pentru noi. De asemenea, am observat că producătorii polonezi se bucură de un acces mai bun la piața germană, permițându-le să obțină prețuri mai mari. Cu resursele noastre genetice, puii de o zi și fermele noastre de ouă, explorăm acum potențialul pentru procesarea cărnii de pasăre. Deși am analizat piața și am evaluat oportunitățile, încă nu am găsit o companie potrivită pentru achiziție. Geografic, preferăm să ne concentrăm activitățile de producție în regiunea de sud, având în vedere că fabricile noastre de furaje și facilitățile genetice se află acolo.

Pe măsură ce evoluăm, vom continua să abordăm provocările cu care se confruntă fermierii în termeni de scăderea prețurilor cerealelor. Înțelegem că profitabilitatea lor are un impact direct asupra industriei noastre în ansamblu, prin urmare, analizăm în mod constant măsuri pe care le putem lua pentru a-i susține în aceste vremuri tulburi. În același timp, suntem mândri de creșterea poziției Agroland Agribusiness, condusă de Florin Radu, care a înregistrat o majorare a cifrei de afaceri de 19% în T1 2023, ajungând la 19 milioane lei, servind 320 de clienți în primele trei luni ale anului 2023.

Nu în ultimul rând, în primul trimestru din acest an am continuat să investim în îmbunătățirea capacităților noastre de producție. Am alocat 1 milion de euro pentru înființarea unei facilități de producție a ouălor lichide. Această extindere ne va permite să răspundem cererii în creștere pentru produse procesate din ouă, nu numai în România, dar și pe piețele internaționale. De asemenea, doresc să menționez că investiția noastră în fabrica de furaje de la Ișalnița, județul Dolj, va fi finalizată în 2023. Acest proiect, inițiat în urmă cu peste doi ani, reprezintă o investiție totală de peste 5 milioane de euro și va consolida semnificativ capacitățile noastre de producție de furaje.

Vă invităm să citiți mai detaliat despre performanța Agroland în T1 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 investors@agroland.ro.

Horia Cardoso

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 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.

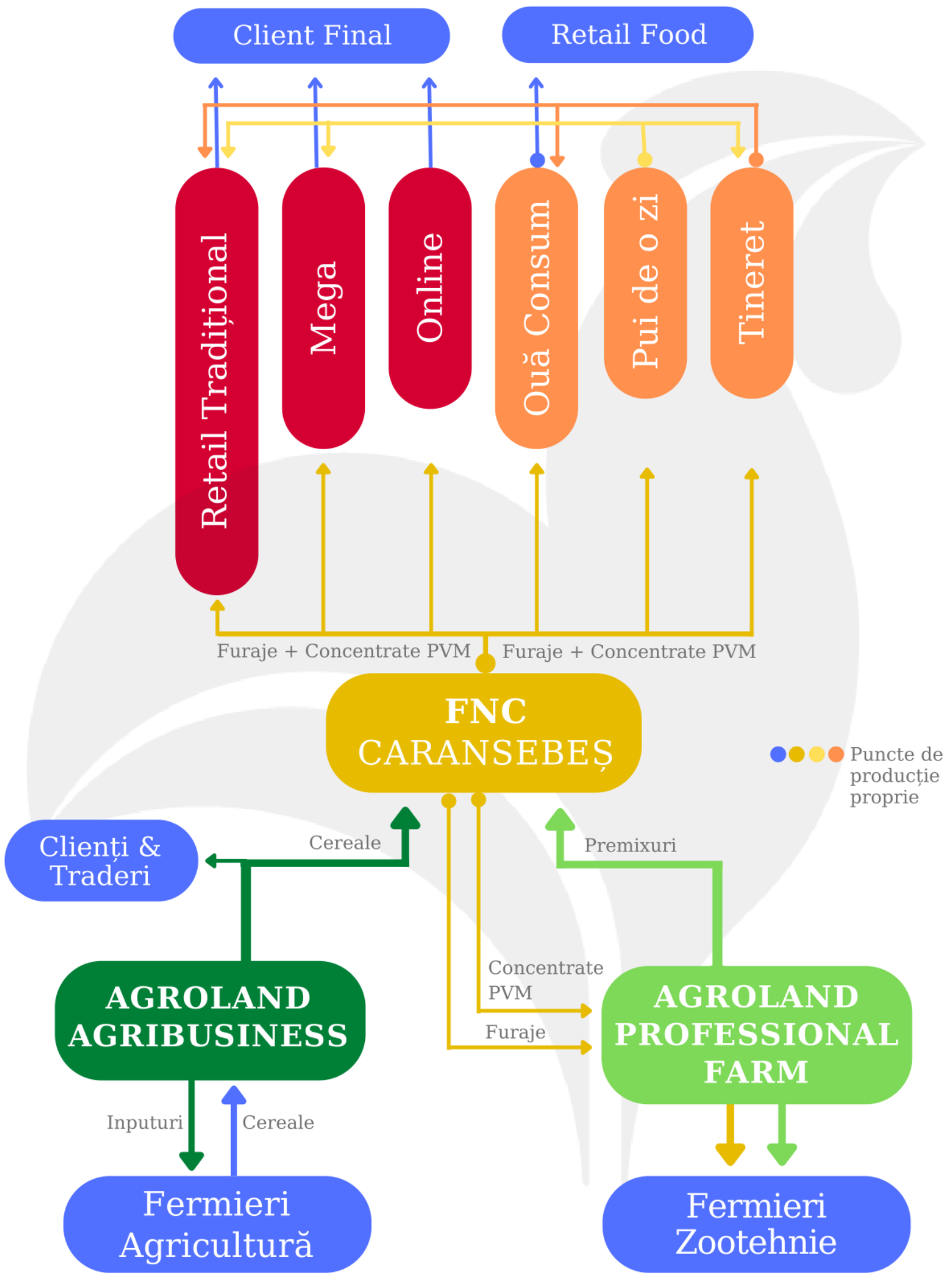
În ceea ce privește firmele din grupul Agroland, deoarece acestea se ocupă cu activități diferite, compania Agroland a luat decizia de a transforma diviziile în societăți de sine stătătoare, pentru a asigura un control mai eficient asupra acestora și a se putea concentra pe liniile de business rămase.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



EVENIMENTE CHEIE ÎN T1 2023 ȘI DUPĂ ÎNCHIDEREA PERIOADEI DE RAPORTARE

DESCHIDERE NOI MAGAZINE AGROLAND MEGA

În primele trei luni ale anului 2023, Agroland a continuat investițiile în vederea dezvoltării companiei. Astfel, au fost deschise, până la data publicării prezentului raport, 3 magazine MEGA, în Ianca, județul Brăila, Câmpulung, județul Argeș, și Găești, județul Dâmbovița, dintre care primele două au fost deschise în primul trimestru. De la începutul anului, Agroland a inaugurat și 8 magazine tradiționale, din care 2 magazine au fost deschise în T1, în Piatra și Videle, în județul Teleorman.

În T1 2023, Agroland Business System a deschis două noi magazine MEGA, în Ianca și Câmpulung.

Magazin	Data deschiderii	Varietate produse	Vânzări estimate	Investiție	Locuri de muncă create
Mega Ianca – Calea Brăilei nr. 195-197	30.03.2022	varietate de peste 3.000 produse	vânzări estimate la peste 800.000 euro pentru anul 2024	400.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri
Mega Câmpulung , Bulevardul I.C. Brătianu nr. 6, Cub Center	29.03.2023	varietate de peste 2.000 produse	vânzări estimate la peste 600.000 euro pentru anul 2024	80.000 euro, sumă în care nu sunt incluse stocurile de marfă	4 locuri

În plus, Compania a deschis alte două magazine tradiționale, ambele în județul Teleorman – Videle, în data de 17 martie 2023 și Piatra în 28 martie 2023.

AGEA ȘI AGOA DIN DATA DE 29.04.2022

În data de **28 aprilie** au avut loc Adunările Generale Extraordinară și Ordinară ale Acționarilor Companiei. Cvorumul legal și statutar aferent adunării a fost constituit la prima convocare.

Punctele cheie aprobate în cadrul celor două adunări au fost:

- (i) Aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli pentru 2023
- (ii) Prelungirea mandatului auditorului financiar
- (iii) Implementarea unui plan de recompensare a membrilor CA cu opțiuni privind posibilitatea de a achiziționa acțiuni ale Societății
- (iv) Aprobarea majorării de capital social cu suma de 193.497,8 lei, de la 8.804.401,40 lei până la 8.997.899,2 lei, prin emisiunea a 1.934.978 acțiuni noi cu valoare nominală de 0,1 lei per acțiune, din profitul de nerepartizat aferent anului 2021 în beneficiul tuturor acționarilor înregistrați în Registrul Acționarilor ținut de Depozitarul Central la data de înregistrare stabilită de AGEA. Repartizarea acțiunilor nou emise se va face în proporție de 0,0219773 acțiune gratuită la 1 acțiune deținută.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

PERFORMANȚA MAGAZINELOR AGROLAND

La 31 martie 2023, Grupul Agroland opera 230 de magazine, cu 19 magazine nete mai puțin decât în aceeași perioadă a anului trecut. Numărul magazinelor MEGA la 31 martie 2023 a fost de 24 unități în România, din care 15 au fost operate de către Agroland și alte 9 operate de către francizați. La nivel de magazine tradiționale, la 31 martie 2023, Grupul opera 206 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 grădinărit, 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.

În primele trei luni din 2023, Compania a continuat investițiile în vederea dezvoltării rețelei de magazine prin deschiderea a 2 noi magazine MEGA și 2 noi tradiționale. La data redactării acestui raport, Compania a deschis încă un magazin MEGA în Găești, județul Dâmbovița, și alte 6 magazine tradiționale. La nivel magazinelor tradiționale, în T1 2023, au fost închise 22 de magazine, dintre care 18 magazine tradiționale partenerie și 4 magazine tradiționale operate de către Agroland.

Magazine	31.03.2022	31.03.2023
Tradițional	232	206
MEGA	17	24
Total magazine	249	230

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 accelerată și majoritatea magazinelor nu a ajuns încă la maturitate. Performanța magazinelor în franciză este prezentată separat.

Performanța tuturor magazinelor (all stores) a înregistrat o evoluție pozitivă în T1 2023, având o creștere de 18% a vânzărilor nete, până la 17,9 milioane de lei, o creștere de 9% a numărului de clienți deserviți, care a ajuns la 247.057 de persoane, și o creștere cu 13% a valorii medii a bonului fiscal de vânzare, la 76 de lei.

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	17.923.919	18%	227.117	247.057	9%	67	76	13%

Performanța magazinelor comparabile (*same stores*), adică magazinele Agroland Tradițional, excluzând performanța magazinelor MEGA, a scăzut cu 2% în T1 2023 comparativ cu T1 2022, vânzările nete au fost de 9,7 milioane de lei, iar numărul de clienți a scăzut cu 1%, ajungând la 122.900 de persoane. 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 rămas la același nivel cu T1 2022, 79 de lei.

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%

O parte din veniturile care obișnuiau să fie livrate de magazinele tradiționale Agroland au fost preluate de magazinele MEGA. Performanța magazinelor MEGA în T1 2023 a crescut cu 49% față de T1 2022, până la 8,1 milioane de lei. În T1 2023, magazinele MEGA au atras 124.309 clienți, o creștere cu 33% față de T1 2022. Valoarea medie a bonului fiscal a crescut cu 13%, până la 65 de lei în T1 2023. De asemenea, este important de subliniat că nu toate magazinele MEGA au atins încă maturitatea deplină – 5 magazine au fost deschise după T1 2022 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		
	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%

Vânzările online au înregistrat o creștere de 12% în T1 2023 față de T1 2022, ajungând la 1,4 milioane de lei. Numărul clienților din online a crescut cu 18%, până la 8.175. În T1 2023, valoarea medie a bonului fiscal pentru cumpărături online a fost de 169 de lei, în scădere cu 5%, determinată de un comportament mai prudent al clienților, care s-au orientat către produsele mai ieftine.

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%

Vânzările către francizați au înregistrat o scădere de 3% în T1 2023 față de T1 2022, cu vânzări nete totale de 22,2 milioane de lei în T1 2023. Scăderea vânzărilor francizaților a fost cauzată de număr de magazine partenere mai mic cu 19 unități în T1 2023 versus T1 2022.

VÂNZĂRI NETE FRANCIZAȚI

	2022	2023	Δ%
T1	22.833.672	22.241.995	-3%

CIFRĂ DE AFACERI CONSOLIDATĂ, ÎMPĂRȚIRE PE TIP DE PRODUS

Cifra de afaceri **consolidată**, împărțită pe tip de produs vândut în T1 2023 comparativ cu performanța din T1 2022, este prezentată mai jos:

Categorie	31/03/2022	31/03/2023	Δ%
Input (AAB)	18.289.586	21.864.706	20%
Furaje & concentrate	16.941.305	16.000.471	-6%

Food	3.364.394	10.208.395	203%
Pui	11.329.322	9.502.407	-16%
Produse <i>pet food</i>	6.292.004	6.080.566	-3%
Agricole	3.718.760	4.204.513	13%
Ferme	2.011.734	2.701.546	34%
Echipamente	2.170.013	2.014.654	-7%
Aditivi	1.700.177	1.497.604	-12%
Altele	790.114	660.091	-16%
<i>Reduceri</i>	<i>(4.586.556)</i>	<i>(4.147.278)</i>	<i>-10%</i>
Total CA	62.020.852	70.587.675	14%

În T1 2023, cea mai mare contribuție la cifra de afaceri consolidată a fost adusă de vânzările de inputuri agricole (rezultate generate de către Agroland Agribusiness), care au crescut cu 20%, ajungând la 21,9 milioane de lei. Pentru mai multe detalii despre rezultatele AAB, vă rugăm să citiți Raportul AAB pentru T1 2023, disponibil [AICI](#).

Vânzările de produse food, care reprezintă vânzarea ouălor de consum, au crescut cu 203%, ajungând la 10,2 milioane de lei, pe fondul creșterii capacității de producție la Mihăilești.

Celelalte poziții - furaje și concentrate, pui, produse pet food, agricole, ferme, echipamente, aditivi și altele, care alcătuiesc cifra de afaceri consolidată generată de divizia de retail, au fost influențate în mare parte de vremea nefavorabilă. Vânzările de furaje și concentrate s-au ridicat la 16 milioane de lei, o scădere de 6% față de T1 2022, iar vânzările de pui de o zi au scăzut cu 16% în T1 2023, ajungând la 9,5 milioane de lei. Ambele categorii au fost influențate negativ din cauza vremii mai reci, rezultând un decalaj de vânzări de la T1 2023 la T2 2023. Produsele pet food au înregistrat o scădere de 3%, ajungând la 6,1 milioane de lei, determinată de axarea clienților pe produse cât mai ieftine, în contextul inflaționist actual. Vânzările de produse pentru ferme au crescut cu 34%, ajungând la 2,7 milioane de lei.

ANALIZA P&L CONSOLIDAT

Veniturile din exploatare la nivel consolidat au crescut cu 4% în T1 2023 datorită majorării prețurilor, performanței excelente a Agroland Agribusiness, precum și a creșterii semnificative înregistrate în vânzarea ouălor de consum. Prin urmare, veniturile au ajuns la 69,7 milioane de lei. Această categorie este formată, în principal, din cifra de afaceri, care a ajuns la 70,6 milioane de lei (+14% față de T1 2022), venituri din producția în curs de execuție, în sumă de -2,7 milioane de lei, alte venituri din exploatare, care au ajuns la 1,4 milioane de lei (-58%), precum și din venituri din subvenții de exploatare, de 0,5 milioane de lei (+35%).

La analiza cifrei de afaceri, veniturile din vânzarea mărfurilor au scăzut cu 1% și s-au ridicat la 58,6 milioane de lei. Reducerile comerciale acordate au scăzut cu 12% și au ajuns la 4 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 115%, determinată de creșterea capacității de producție. Aceasta a adus venituri totale de 16 milioane de lei.

În același timp, veniturile din producția în curs de execuție au scăzut de la an la an, până la -2,7 milioane de lei datorită scăderii producției în curs de execuție la 31 martie 2023 comparativ cu finalul anului 2022. Aceasta reprezintă variația stocului (producție și vânzare) la găinile de reproducție, găinile ouătoare, rezultatul incubației și puii crescuți în fermele de la platforma Mihăilești. Alte venituri din exploatare provin, în principal, din subvenții aferente altor cheltuieli de exploatare, diferența reprezentând: închideri solduri parteneri, rotunjiri solduri și diverse reglări.

Cheltuielile din exploatare au crescut cu 3%, în linie cu veniturile, atingând valoarea de 65,9 milioane de lei. Cea mai mare contribuție la nivel de costuri au avut-o cheltuielile privind

mărfurile, care au ajuns la 40,5 milioane de lei, o scădere cu 9%. Cheltuielile cu materiile prime și materialele au crescut cu 74%, ajungând la 8,5 milioane de lei, creștere determinată, în principal, de costuri aferente Avicolei Mihăilești cu producția în creștere. Alte cheltuieli materiale au crescut cu 73%, ajungând la 1,2 milioane de lei, creșterea fiind în linie cu majorarea producției vândute.

Scăderea cu 47% față de T1 2022 a cheltuielilor cu energia și apa a reprezentat efectul stabilizării prețurilor, în special la energie, precum și faptul că organizația a compensat o parte din costurile cu energia în T1 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 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.

Cheltuielile cu personalul au crescut cu 8%, ajungând la 6,7 milioane de lei, majorare determinată de creșterea salariului mediu. În T1 2023 Agroland Business System a avut un număr mediu de 400 de angajați la nivel consolidat, față de un număr mediu de 382 de angajați la nivel consolidat în T1 2022. De asemenea, cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au scăzut cu 12%, până la 0,9 milioane de lei, scăderea fiind cauzată de eliminarea activelor determinată de închiderea magazinelor tradiționale, precum și de extinderea mai temperată a magazinelor MEGA în T1 2023. Alte cheltuieli din exploatare au crescut cu 18%, până la 8,2 milioane de lei, ca urmare a dezvoltării activității, și includ costuri aferente serviciilor livrate de terți: chirii, transport, marketing, asigurări, impozite și taxe, precum și alte cheltuieli operaționale.

Prin urmare, în T1 2023, Agroland a înregistrat la nivel consolidat un rezultat operațional de 3,8 milioane de lei, o creștere de 34%, și un rezultat brut de 1,8 milioane de lei, mai mic cu 3%. Rezultatul brut a fost influențat de dublarea cheltuielilor financiare, care au ajuns la 2,1 milioane de lei, din cauza măririi dobânzilor bancare – compania având doar obligațiuni corporative cu dobândă fixă, restul finanțărilor având o rată variabilă la nivel de dobânzi. Impozitul a crescut cu 45% în T1 2023 față de T1 2022, până la 405 mii de lei, ca urmare a distribuirii diferențiate a profitului brut între societățile incluse în consolidare, rezultând astfel un profit net pentru primul trimestru din 2023 de 1,4 milioane de lei, în scădere cu 12%.

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31/03/2022	31/03/2023	Δ %
Venituri din exploatare	66.840.107	69.733.534	4%
Cheltuieli din exploatare	63.978.165	65.886.050	3%
Rezultat operațional	2.861.943	3.847.484	34%
Rezultat financiar	(1.012.414)	(2.060.766)	-104%
Rezultat brut	1.849.529	1.786.718	-3%
Rezultat net	1.570.117	1.382.051	-12%

ANALIZĂ BILANT CONSOLIDAT

Activele totale au crescut cu 10% în 2023, creșterea fiind determinată de majorarea cu 19% a activelor circulante, până la 126,1 milioane de lei. Activele imobilizate au rămas la același nivel, de 86,1 milioane de lei, iar poziția de numerar a scăzut cu 10%, până la 6,4 milioane de lei.

Activele circulante s-au apreciat cu 19% datorită creșterii cu 23% a stocurilor, până la 64,8 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 18%, până la 55 milioane de lei, pe fondul creșterii dimensiunii afacerilor Agroland Business System și Agroland Agribusiness. Nu există valori semnificative pentru care există risc de neîncasare.

La nivel activelor imobilizate nu au fost înregistrate mari schimbări, imobilizările necorporale înregistrând o scădere cu 2%, până la 1,3 milioane de lei, determinată de amortizări, iar

imobilizările corporale au crescut cu 1%, până la 77,8 milioane de lei, reflectând investițiile continue în facilitatea de producție de ouă lichide, care este estimată să fie finalizată până la sfârșitul acestui an. Imobilizările financiare au scăzut cu 3%, la 6,9 milioane lei.

Datoriile totale au crescut în T1 2023 cu 14%, până la 157,9 milioane de lei. Datoriile curente au crescut cu 32%, până la 94,9 milioane de lei, în timp ce datoriile pe termen lung au scăzut cu 5%, până la 63,1 milioane de lei. La nivelul datoriilor pe termen lung, scăderea a fost determinată de diminuarea datoriilor bancare, care au scăzut cu 7%, până la 42,4 milioane de lei, ca urmare a rambursărilor efectuate. La nivelul datoriilor curente, cea mai mare creștere a fost înregistrată în cazul furnizorilor terți, unde datoriile au crescut cu 65%, până la 61,8 milioane de lei, determinată de axarea companiei pe creșterea stocurilor și a varietății acestora, precum și de majorarea înregistrată la nivelul creanțelor de la clienți. Datoriile bancare pe termen scurt au crescut cu 6%, la 22,5 milioane de lei, și reprezintă liniile de finanțare ale companiei. Alte datorii pe termen scurt au crescut cu 14%, până la 2,9 milioane de lei – acestea fiind alte creanțe. Salariile și impozitele pe salarii au scăzut de la începutul anului cu 56%, până la 3 milioane de lei.

Capitalurile proprii au scăzut cu 1%, de la 54 milioane de lei la 53,6 milioane de lei, această scădere fiind determinată, în principal, de evoluția rezultatului exercițiului financiar. Capitalul subscris și vărsat, precum și primele de capital, au rămas la același nivel.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	31/03/2023	Δ %
Active imobilizate	85.958.719	86.143.726	0%
Active circulante	106.443.111	126.136.963	19%
Casa și conturi la bănci	7.048.004	6.351.000	-10%
TOTAL ACTIV	192.401.830	212.334.063	10%
Datorii curente	71.953.425	94.876.296	32%
Datorii pe termen lung	66.494.068	63.069.670	-5%
Capitaluri proprii	53.954.337	53.578.107	-1%
TOTAL PASIV	192.401.830	212.334.063	10%

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE CONSOLIDAT

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31/03/2022	31/03/2023	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	66.840.107	69.733.534	4%
Cifra de afaceri, din care:	62.020.852	70.587.675	14%
Producția vândută	7.453.382	16.028.474	115%
Venituri din vânzarea mărfurilor	59.092.295	58.538.453	-1%
<i>Reduceri comerciale acordate</i>	<i>4.524.825</i>	<i>3.979.251</i>	<i>-12%</i>
Venituri din subvenții de exploatare	356.288	479.648	35%
Venituri din producția în curs de execuție	1.197.365	(2.691.021)	-
Alte venituri din exploatare	3.265.603	1.357.232	-58%
Cheltuieli din exploatare, din care:	63.978.165	65.886.050	3%
Cheltuieli cu materii prime și materiale	4.877.916	8.483.821	74%
Alte cheltuieli materiale	710.878	1.227.006	73%
Cheltuieli cu energia și apa	1.291.327	682.803	-47%
Cheltuieli privind mărfurile	44.619.323	40.461.246	-9%
<i>Reduceri comerciale primite</i>	<i>1.708.005</i>	<i>756.116</i>	<i>-56%</i>
Cheltuieli cu personalul	6.196.964	6.700.948	8%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	1.043.108	920.036	-12%
Alte cheltuieli de exploatare	6.946.653	8.166.306	18%
Rezultat operațional	2.861.943	3.847.484	34%
Venituri financiare	28.236	28.417	1%
Cheltuieli financiare	1.040.650	2.089.183	101%
Rezultat financiar	(1.012.414)	(2.060.766)	-104%
Venituri totale	66.868.343	83.795.600	25%
Cheltuieli totale	65.018.814	82.008.882	26%
Rezultat brut	1.849.529	1.786.718	-3%
Impozitul pe profit/alte impozite	279.412	404.667	45%
Rezultat net	1.570.117	1.382.051	-12%

BILANȚ CONSOLIDAT

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2022	31/03/2023	Δ %
Active imobilizate, din care:	85.958.719	86.143.726	0%
Imobilizări necorporale	1.376.597	1.345.378	-2%
Imobilizări corporale	77.384.089	77.849.685	1%
Imobilizări financiare	7.198.033	6.948.663	-3%
Active circulante, din care:	106.443.111	126.136.963	19%
Stocuri	52.847.736	64.827.280	23%
Creanțe	46.547.371	54.958.683	18%
Casa și conturi la bănci	7.048.004	6.351.000	-10%
TOTAL ACTIV	192.401.830	212.334.063	10%
Datorii curente, din care:	71.953.425	94.876.296	32%
Datorii bancare	21.297.096	22.531.352	6%
Impozit	55.889	243.501	336%
Furnizori terți	37.372.733	61.798.375	65%
Afiliati	3.780.544	4.338.783	15%
Salarii și impozite pe salarii	6.858.211	3.025.648	-56%
Alte datorii pe termen scurt	2.588.952	2.938.636	14%
Leasing	21.297.096	22.531.352	6%
Datorii pe termen lung, din care:	66.494.068	63.069.670	-5%
Datorii bancare	45.685.989	42.365.509	-7%
Obligațiuni corporative	18.080.300	18.080.300	0%
Leasing	2.669.780	2.623.862	-2%
Alte datorii pe termen lung	58.000	0	-100%
Total datorii	138.447.493	157.945.967	14%
Capitaluri proprii, din care:	53.954.337	53.578.107	-1%
Capital subscris și vărsat	8.854.950	8.854.950	0%
Prime de capital	27.969.531	27.969.531	0%
Rezerve legale	706.628	784.785	11%
Profitul sau pierderea reportată	14.665.988	16.030.786	9%
Profitul sau pierderea exercițiului financiar	3.291.234	1.382.051	-58%
Repartizarea profitului	(91.575)	(1.575)	-98%
Acțiuni proprii	(1.442.421)	(1.442.421)	0%
TOTAL CAPITALURI PROPRII ȘI DATORII	192.401.830	212.334.063	10%

PRINCIPALII INDICATORI FINANCIARI

Principalii indicatorii **consolidați** ai Agroland Business System la 31 martie 2023, sunt prezentați mai jos:

Indicatorul lichidității curente la 31.03.2023

Active curente	126.136.963	= 1.33
Datorii curente	94.876.296	

Indicatorul gradului de îndatorare la 31.03.2023

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital propriu}} \times 100$	$\frac{63.069.670}{53.578.107} \times 100$	= 118%
---	--	---------------

$\frac{\text{Capital împrumutat}}{\text{Capital angajat}} \times 100$	$\frac{63.069.670}{116.647.778} \times 100$	= 54%
---	---	--------------

Capital împrumutat = Credite peste 1 an

Capital angajat = Capital împrumutat + Capital propriu

Viteza de rotație a activelor imobilizate la 31.03.2023

$\frac{\text{Cifra de afaceri}}{\text{Active imobilizate}}$	$\frac{70.587.675}{86.143.726}$	= 0.82
---	---------------------------------	---------------

DECLARAȚIA CONDUCERII

Timișoara, 26 mai 2023

Confirm, conform celor mai bune informații disponibile, că rezultatele financiare consolidate pentru perioada cuprinsă între 01.01.2022 și 31.03.2023 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 trei luni ale exercițiului financiar și a impactului acestora asupra situațiilor financiare ale companiei.

Horia Cardoso

Agroland Business System S.A.