COMUNICAT DE PRESA

Grupul Agroland finalizează T1 2026 pe creștere, în ciuda unui context economic complicat și a unui consum în declin: cifră de afaceri +8%, profit operațional +15% și profit net +8%. Divizia Food - creștere accelerată a cifrei de afaceri +74%

- Cifră de afaceri consolidată de 96,5 mil. lei în T1 2026, în creștere cu 8% față de T1 2025
- Profit operațional de 7,7 mil. lei (+15%) și profit net de 3,3 mil. lei (+8%)
- Divizia Food a generat venituri de 28,8 mil. lei (+74%) și a devenit principala categorie din cifra de afaceri a Grupului
- Rețeaua Agroland a ajuns la 257 de magazine, dintre care 40 în format MEGA, cu vânzările nete totale de 53,2 milioane de lei

București, 8 mai 2026 - Grupul antreprenorial Agroland (simbol bursier AG), prezent pe piața de retail, agribusiness, producție alimentară și nutriție animală a înregistrat în primul trimestru din 2026 o cifră de afaceri consolidată de 96,5 milioane de lei, în creștere cu 8% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Profitul operațional a ajuns la 7,7 milioane de lei, în urcare cu 15%, iar profitul net s-a ridicat la 3,3 milioane de lei, marcând o creștere cu 8% comparativ cu T1 2025. Rezultatele au fost obținute într-un context economic dificil, marcat de cea mai severă contracție a consumului privat și a segmentului de produse nealimentare din afara perioadei pandemice.

„Rezultatele din primul trimestru arată că modelul nostru integrat începe să devină tot mai eficient și mai echilibrat. Într-un context economic complicat, în care consumul privat și retailul nealimentar au fost sub presiune, Agroland a reușit să crească cifra de afaceri consolidată cu 8%, până la 96,5milioane de lei, și profitul operațional cu 15%, la 7,7 milioane de lei. Cel mai important este faptul că această creștere vine din consolidarea activităților de producție și din integrarea tot mai bună a celor trei verticale – Retail, Food și Agribusiness. Divizia Food a devenit principalul motor de creștere al Grupului, în timp ce retailul - din poziția sa de coloană vertebrală a grupului - performează foarte bine pe noul format MEGA, chiar și într-un climat de consum advers, atrăgând o nouă generație de cumpărători. Continuăm consolidarea la nivelul diviziei Agribusiness și creștem producția de furaje, obținem rezultate concrete la nivelul stației de procesare a semințelor din județul Mehedinți printr-un control mai bun al costurilor, trasabilitate și eficiență operațională. Investițiile realizate în ultimii ani în producție, logistică și infrastructură încep să genereze rezultate vizibile și ne oferă o bază solidă pentru următoarea etapă de dezvoltare”, a declarat **Horia Cardoș, fondator și CEO Agroland Group.**

Divizia Food a fost principalul motor de creștere al Grupului în primul trimestru al anului. Cifra de afaceri a ajuns la 28,8 milioane de lei, în creștere cu 74% comparativ cu T1 2025, iar volumul vânzărilor a depășit 29,1 milioane de ouă, cu 40% peste nivelul din aceeași perioadă a anului

trecut. Rezultatele au fost susținute atât de investițiile realizate la platforma avicolă Mihăilești, cât și de evoluția favorabilă a prețului ouălor de consum, mai mare cu aproximativ 25% comparativ cu T1 2025.

Compania a anunțat recent că a obținut autorizarea Comisiei pentru Examinarea Investițiilor Străine Directe (CEISD) pentru dezvoltarea unei noi platforme avicole la Mihăilești, investiție care va adăuga o capacitate de aproximativ 600.000 de găini ouătoare și o producție anuală estimată la 170 de milioane de ouă. Valoarea totală estimată a investiției se ridică la aproximativ 20 milioane EUR, iar proiectul va fi finanțat din surse proprii (25%) și un credit de investiții (75%) garantat de Banca Europeană de Investiții (BEI). Finalizarea infrastructurii este prevăzută pentru sfârșitul anului 2027, iar atingerea capacității integrale de producție este estimată pentru 2028.

Divizia Retail a înregistrat rezultate peste media pieței în T1 2026, într-un context marcat de condiții dificile. Datele publicate recent de INS arată o contracție accentuată a consumului în primul trimestru din 2026, comerțul cu amănuntul înregistrând o scădere de 5%, iar segmentul produselor nealimentare un declin de 8,3%, cel mai sever din afara perioadei pandemice. Deși vânzările nete totale ale rețelei, inclusiv francizele, au înregistrat o scădere de 3% față de T1 2025, ajungând la 53,2 milioane de lei, Agroland și-a continuat strategia de dezvoltare și extindere a rețelei la nivel național, performând semnificativ mai bine decât segmentul în care activează.

La 31 martie 2026, Agroland opera 257 de magazine, dintre care 40 în format MEGA. În primul trimestru au fost deschise două magazine MEGA, iar alte trei după încheierea perioadei de raportare. Vânzările nete totale ale rețelei, inclusiv francizele, s-au ridicat la 53,2 milioane de lei, într-un context dificil pentru comerțul nealimentar. Evoluția rețelei a fost influențată diferit de cele două formate de magazine. Unitățile MEGA, dedicate clienților din zonele urbane și periurbane, au continuat să performeze peste media pieței, înregistrând o creștere de 16% a vânzărilor și un avans de 14% al numărului de clienți. În schimb, rețeaua tradițională comparabilă a consemnat o scădere de 8%, evoluție aliniată tendinței generale din segmentul produselor nealimentare. Diferența dintre cele două formate reflectă schimbarea comportamentului de consum și interesul tot mai mare pentru produsele dedicate gospodăriei, autosuficienței și producției pentru consum propriu, segmente în care Agroland își consolidează poziția pe piață. În acest context, grupul implementează inițiativa Agroland New Retail, un nou pilon de dezvoltare care vizează transformarea rețelei de magazine și redefinirea experienței de cumpărare în segmentul său, prin spații mai generoase, o organizare optimizată și o ofertă extinsă, adaptată nevoilor actuale ale clienților.

În ceea ce privește **Divizia Agribusiness**, fabricile de la Ișalnița și Caransebeș au produs în T1 2026 7.632 tone de furaje (+6%). Stația de procesare a semințelor din județul Mehedinți, operaționalizată anul trecut, începe să livreze beneficii concrete: control mai bun al costurilor, trasabilitate și eficiență operațională. De asemenea, integrarea juridică a fabricii de la Ișalnița în Agroland Agribusiness, finalizată în martie 2026, simplifică structura Grupului.

Despre Agroland Group

Agroland este un grup antreprenorial românesc prezent pe piața de retail, agribusiness, producție alimentară și nutriție animală, fondat de Horia Cardoș, care și-a început activitatea în 1997 ca o mică rețea de magazine pentru fermieri. În prezent, prin divizia Agroland Retail, grupul operează cea mai mare rețea – peste 250 de magazine specializate în vânzarea de produse pentru grădină, fermă și animale de companie. Divizia Agroland Food integrează fermele existente, fabrica de procesare a ouălor, fermele de reproducție și stațiile de incubare, și în viitor linia de abatorizare. Agroland Agribusiness administrează distribuția de inputuri agricole, tradingul de cereale, producția și selecția de semințe și fabricile de furaje. Acțiunile Agroland Business System și Agroland Agribusiness sunt listate pe piața AeRO a Bursei de Valori București începând din 2021, sub simbolul AG și respectiv AAB.