COMUNICAT DE PRESA

Agroland Group își consolidează modelul integrat: cifră de afaceri de 259,8 milioane de lei (+13%) și producție proprie în creștere cu 92%

- EBITDA de 26,2 milioane de lei, în creștere cu 9%
- Producția proprie vândută a crescut cu 92%, la 98,8 milioane de lei
- Vânzările de ouă de consum au avansat cu 68%, la 53,1 milioane de lei
- Vânzările diviziei Retail au crescut cu 5%, la 184,4 milioane de lei

București, 4 septembrie 2026 - Grupul antreprenorial Agroland (simbol bursier AG), prezent pe piața de retail, agribusiness, producție alimentară și nutriție animală, a încheiat primul semestru din 2026 cu o cifră de afaceri consolidată de 259,8 milioane de lei, în creștere cu 13% față de aceeași perioadă a anului trecut, și cu un profit operațional de 20,2 mil. lei +4% vs. S1 2025. Profitul net s-a situat la 11,4 milioane de lei, cu 5% sub nivelul din S1 2025.

Cifrele din primele șase luni reflectă transformarea treptată a modelului de business al Grupului, prin creșterea ponderii produselor realizate în fermele și fabricile proprii în mixul de vânzări. Producția vândută aproape s-a dublat față de S1 2025 (+92%), ajungând la 98,8 milioane de lei, în timp ce veniturile din vânzarea mărfurilor au scăzut cu 10%, la 166,9 milioane de lei.

Trecerea de la un model de revânzare la unul de producție oferă Grupului un control mai bun asupra costurilor, calității produselor și lanțului de distribuție, dar presupune, în această etapă, investiții mai mari și costuri asociate extinderii activității de producție.

„Primul semestru confirmă că Agroland devine tot mai mult un producător, nu doar un distribuitor. Creșterea semnificativă a veniturilor din producția proprie reflectă investițiile realizate în ultimii ani și confirmă direcția strategică a Grupului. Această transformare presupune costuri și pune temporar presiune asupra marjelor, însă ne oferă ceea ce considerăm esențial pentru dezvoltarea pe termen lung: control asupra produsului, costului și distribuției. În perioada următoare, prioritatea noastră este să transformăm proiectele aflate în dezvoltare în capacități operaționale și vânzări, în special prin extinderea platformei avicole de la Mihăilești, integrarea activităților de producție și extinderea formatului Agroland MEGA”, a declarat **Horia Cardoș, fondator și CEO Agroland Group.**

Divizia Food a avut cea mai accelerată evoluție în S1 2026. Platforma avicolă de la Mihăilești a vândut 56,4 milioane de ouă de consum, cu 46% mai multe față de S1 2025. Veniturile generate de această categorie au crescut cu 68%, la 53,1 milioane de lei, susținute atât de volumele mai mari, cât și de creșterea cu 20% a prețului mediu de vânzare.

În mai 2026, Agroland a obținut autorizarea Comisiei pentru Examinarea Investițiilor Străine Directe pentru dezvoltarea unei noi platforme avicole la Mihăilești. Acesta este cel mai important

proiect al Grupului, cu o valoare estimată la aproximativ 20 de milioane de euro, și va adăuga o capacitate de circa 600.000 de găini ouătoare și o producție anuală estimată la aproximativ 170 de milioane de ouă. Finalizarea halelor este prevăzută pentru sfârșitul anului 2027, iar atingerea capacității integrale, pentru 2028. Avirom, achiziționată în ianuarie, completează lanțul cu ferme de reproducție și capacități de incubație, contribuind la dezvoltarea treptată a unui lanț integrat de la reproducție până la raft.

Tot în cadrul diviziei Food, ferma de la Curtișoara, de unde provine gama Ouă BIO Curcubeu, urmează să ajungă la o capacitate de 20.000 de găini până la sfârșitul anului 2026.

Divizia Retail a înregistrat vânzări nete de 184,4 milioane de lei în S1 2026, în creștere cu 5% față de perioada similară a anului trecut și asta într-un context de consum dificil - scăderea cu 6% a volumului comerțului cu amănuntul pe primul semestru, conform INS și respectiv cu 8% la produse nealimentare. Vânzările magazinelor proprii au crescut cu 11%, susținute de formatul Agroland MEGA (+26%), pe fondul extinderii rețelei și al creșterii numărului de clienți din aceste magazine (+21%). Vânzările francizaților s-au menținut stabile, în ciuda presiunii asupra puterii de cumpărare din mediul rural.

Agroland a continuat să investească în extinderea rețelei, deschizând 13 magazine noi în primele șase luni, dintre care șapte în format MEGA. Astfel, la 30 iunie 2026, rețeaua Agroland ajunsese la 264 de magazine, dintre care 110 operate direct și 154 în franciză, iar numărul clienților a avansat cu 5%, la 2,2 milioane.

În ceea ce privește **divizia Agribusiness**, fabricile de furaje de la Ișalnița și Caransebeș au produs 18.027 de tone în primele șase luni din 2026, cu 25% mai mult față de aceeași perioadă a anului trecut. Vânzarea de furaje și concentrate a generat venituri de 86,4 milioane de lei, în creștere cu 12%, reprezentând cea mai importantă categorie din cifra de afaceri a Grupului.

La nivel individual, Agroland Agribusiness (AAB) a înregistrat o cifră de afaceri de 44,9 milioane de lei, în creștere cu 31%, și un profit net de 2 milioane de lei, cu 38% peste nivelul din S1 2025.

Divizia trece printr-o transformare structurală, prin integrarea fabricilor de furaje de la Ișalnița, Caransebeș și Bixad și dezvoltarea capacităților de la Șimian și a unei unități de pet food la Ișalnița. Într-un context dificil pentru fermieri, marcat de secetă, costuri ridicate și lichiditate redusă, AAB a adoptat o abordare mai prudentă în selectarea partenerilor. Strategia urmărește reducerea dependenței de distribuția de inputuri și creșterea producției proprii, inclusiv pentru valorificare prin rețeaua Agroland.

Pentru întregul an 2026, Grupul Agroland menține bugetul aprobat de acționari, care prevede o cifră de afaceri netă de 402,3 milioane de lei, EBITDA de 38,6 milioane de lei și un profit net de 12,2 milioane de lei. Rezultatele din primul semestru sunt în linie cu estimările Grupului la nivelul veniturilor și al EBITDA.

La 3 august 2026, AAB a rambursat integral obligațiunile AAB26, în valoare de 10 milioane de lei, și a achitat ultimul cupon. Grupul este la zi cu toate plățile către deținătorii de obligațiuni. În prezent, sunt în circulație obligațiunile AGR28, în valoare de 6,9 milioane de lei, cu scadență în octombrie 2028 și cupon anual fix de 9,75%.

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 din Romania – peste 260 de magazine specializate în vânzarea de produse pentru grădină, fermă și animale de companie. Divizia Agroland Food integrează fermele existente, 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.