

## Șeful BVB: Sectorul agricol devine mai bine reprezentat, odata cu listarea Agroland la Bursa de la Bucuresti

**Sectorul agricol, care este unul dintre pilonii creșterii României, devine mai bine reprezentat, odata cu listarea Agroland la Bursa de Valori Bucuresti (BVB), începând din 1 martie 2021, a declarat, luni, Radu Hanga, presedintele Bursei de la Bucuresti, la deschiderea sedintei de tranzactionare.**

"Ne bucuram foarte mult ca sectorul agricol, care este unul dintre pilonii creșterii României, devine mai bine reprezentat, odata cu listarea Agroland la Bursa de Valori Bucuresti. Vorbim despre o companie locala, care a demarat afacerea din Timisoara si a ajuns sa opereze cea mai extinsa retea de magazine agricole din România, acoperind aproape întreaga tara. Avem aici un plasament privat, care s-a derulat la sfârșitul anului 2020, prin care Agroland a ridicat 7,9 milioane de lei de la investitori, făcând astfel primul pas catre listarea la Bursa de Valori Bucuresti. Compania este un partener al nostru deja prin faptul ca a listat câteva emisiuni de obligatiuni în valoare de peste 8 milioane de lei. As vrea sa le multumesc brokerilor de la Tradeville, pentru ca i-au ajutat si pentru ca ne ajuta pe noi în a aduce cât mai multe companii catre bursa. Tradeville este unul dintre cei mai activi brokeri pe care îi avem pe piata româneasca, un jucator independent care s-a miscat foarte bine, în principal în zona digitala, fiind mereu în top ca numar de tranzactii", a punctat seful BVB.

La rândul sau, Horia Cardos, actionar majoritar si director general Agroland, a afirmat ca demersul de a intra pe piata de capital a demarat în urma cu un an si jumătate, iar din punct de vedere al afacerii anul 2020 a fost unul fast pentru companie.

"Aceasta calatorie am început-o acum un an si jumătate alaturi de partenerii de la Tradeville si iata, astazi, își arata primele roade. În urma cu doi ani am început sa lucram la conceptul care astazi va fi principalul vector prin care ne vom dezvolta, atât ca numar de puncte de vânzare, cât si ca cifra de afaceri. Este vorba despre conceptul pe care noi l-am numit Agroland Mega, care înseamna deschiderea de magazine cu suprafete de peste 500 - 600 de metri patrati, care pot sa expuna mult mai multe produse si, în consecinta, putem sa servim mult mai multe nevoi. Anul 2020 a fost unul fast din punctul nostru de vedere chiar daca situatia sociala a fost destul de complicata", a mentionat Cardos.

Deschiderea sedintei de tranzactionare a Bursei de Valori Bucuresti (BVB) a fost dedicata luni listarii actiunilor Agroland Business System, societatea care opereaza cea mai extinsa retea de magazine agricole din România.

Actiunile au fost listate pe Sistemul Multilateral de Tranzactionare (SMT) al BVB si sunt tranzactionate sub simbolul AG.

Compania s-a înfiintat în Timisoara în anul 1997 si a devenit în câteva ani cea mai mare companie din România care vinde produse pentru cresterea animalelor catre micii fermieri, potrivit informatiilor postate pe propria pagina de Internet.

În ultimii ani, gama de produse a companiei s-a diversificat puternic, în afara de puii de o zi, furaje si echipamente pentru ferme mici si medii, Agroland vinde si produse pentru gradinarit (seminte de legume si flori, butasi de trandafiri, vita de vie, arbusti si pomi fructiferi), dar si, hrana pentru animale de companie.

În 2015 s-a lansat conceptul de magazin "Agroland 1.000", care vine în întâmpinarea clientilor cu o gama extinsa (minimum 1.000 de produse) pe domeniile mai sus mentionate. De asemenea, în 2017 s-a deschis primul magazin Agroland Mega lângă Craiova, unde pe o suprafata de peste 250 mp, expunem peste 2.000 de produse, în anul 2018 la Liesti (Galati), iar în 2019 în orasele Braila si Giurgiu. Urmatorul magazin sub conceptul Mega a fost

deschis în 2020 la Timisoara.

În prezent, compania detine cea mai mare retea de magazine cu profil agricol din tara, cu peste 250 de puncte de vânzare deschise la nivel national.

Agroland a înregistrat, la sfârșitul anului 2019, o cifra de afaceri care a depășit 30 milioane de euro, iar 2,2 milioane de clienți au trecut pragul magazinelor companiei.