



Raportul Administratorului pentru 2021

AGROSERV MĂRIUȚA S.A.

Companie listată pe piața SMT-AeRO a Bursei de Valori București

Cuprins

INFORMAȚII EMITENT	3
SCRISOARE DIN PARTEA CONDUCERII	4
DESPRE AGROSERV MĂRIUȚA	6
SCURT ISTORIC	6
STRATEGIA DE BUSINESS & VÂNZĂRI	7
CERTIFICĂRI	8
EXPERIENȚĂ	8
PORTOFOLIU DE PRODUSE	9
SITUAȚIA CONCURENȚIALĂ	11
DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ	11
ECHIPA DE MANAGEMENT	13
ADMINISTRATOR UNIC / CONSILIU DE ADMINISTRAȚIE	14
EVENIMENTE CHEIE ÎN 2021	17
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	21
ANALIZĂ P&L	23
CLIEȚI SEMNIFICATIVI	25
PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI	25
ANALIZĂ BILANȚ	26
BUGET 2022	30
RISCURI CHEIE	31
CASH-FLOW	37
PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ	38
DECLARAȚIA CONDUCERII	42

INFORMAȚII EMITENT

Informații despre acest raport

Tipul raportului	Raportul Administratorului pentru 2021
Pentru exercițiul financiar	01.01.2021 – 31.12.2021
Data publicării	21.03.2022
Conform	Anexa 15 la Regulamentul ASF 5/2018

Informații emitent

Nume	Agroserv Măriuța S.A.
Cod fiscal	RO 6363609
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J21/195/2008
Sediul social	Ferma Zootehnica Drăgoești (str. Primăriei nr 42), Drăgoești, Ialomița, 927100

Informații despre instrumentele financiare

Capital subscris și vărsat	RON 1.038.612
Piața pe care se tranzacționează valorile mobiliare	SMT-AeRO Premium
Total număr de acțiuni	10.386.120
Simbol	MILK

Detalii contact pentru investitori

Telefon / Fax	+40 31 860 21 01
E-mail	ir@milkfarm.eu
Website	www.laptariacucaimac.ro

Situațiile financiare la 31 decembrie 2021, prezentate în paginile următoare **sunt auditate.**

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.

SCRISOARE DIN PARTEA CONDUCERII

Dragi acționari,

Suntem încântați să vă punem la dispoziție al doilea raport anual al Agroserv Măriuța. Anul trecut a fost unul marcat de o serie de evenimente majore pentru toate cele trei linii de business ale noastre: ferma vegetală, ferma zootehnică și procesare lapte (Lăptăria cu Caimac). Astfel:

- în aprilie 2021 am reușit să închidem cu succes cel mai mare plasament privat pe acțiuni pentru piața AeRO la momentul respectiv, prin atragerea a 19,4 milioane de lei;
- am demarat investiții în ferma vegetală în extinderea sistemului de irigații cu încă 225 de hectare, acesta fiind funcțional începând cu luna iulie 2021
- am construit o hală de producție și un depozit de frig, ambele fiind date în folosință la începutul anului 2022;
- am lansat noi produse în cadrul Lăptăriei cu Caimac și semnat diverse parteneriate pentru comercializarea produselor noastre.



Deși ferma vegetală și cea zootehnică reprezintă activitățile tradiționale pentru companie, în 2021, activitatea de procesare lapte a continuat să reprezinte linia principală de business. Din punctul de vedere al rezultatelor financiare, în 2021, toate liniile de business ale Agroserv Măriuța au avut parte de creștere, acest lucru conducând la o majorare a cifrei de afaceri cu 40% comparativ cu 2020. Veniturile din exploatare au fost de 104,3 milioane de lei, o majorare de 42% față de anul anterior. În ceea ce privește vânzările de produse lactate în magazine, pe parcursul anului trecut am înregistrat vânzări de 37,5 milioane de lei, determinate de majorarea volumelor vândute, creșterea numărului de produse în magazine și de creșterea numărului de magazine. A doua cea mai mare contribuție au avut-o veniturile aferente costului de producție în curs de execuție, care au crescut cu 50%, ajungând la 26,3 milioane de lei.

În 2021, profitul a fost folosit pentru rezerve legale dar mai ales pentru a recupera o parte a pierderii fiscale a anului 2020, și în consecință, compania a închis 2021 cu un profit net de 1,7 milioane de lei, o majorare cu 128% față de aceeași perioadă din 2020. Diferența dintre estimările prezentate în memorandumul de listare din mai 2021 și rezultatele înregistrate pe întreg anul trecut este determinată de rezultatul T4 care a fost negativ, pe fondul impactului inflației asupra prețurilor de vânzare a lactatelor mai ales în perioadele de ajustare (sărbătorile de iarnă), coroborat cu imposibilitatea transferării unei părți din această creștere către consumatorul final (prevederi contractuale și sezonality – sărbători de iarnă). De asemenea, un impact major l-au avut și măsurile guvernamentale cu privire la Covid-19, respectiv introducerea certificatului verde pentru acces în marile spații comerciale și astfel, traficul, respectiv vânzările în hypermarketuri au fost afectate semnificativ. Totodată, și în segmentul vegetal, un impact semnificativ l-a avut creșterea prețurilor inputurilor agricole necesare în campania de toamnă. Mai este de menționat că al doilea an de pandemie a aplatizat trendul de creștere al Lăptăriei cu Caimac, lucru pe care nu l-am prevăzut la început de an când rezultatele lunilor erau încurajatoare.

În ceea ce privește activitatea fermei vegetale, în 2021 am administrat un număr de aproximativ 2.639 de hectare pe o structură a culturilor compusă din rapiță, grâu, porumb, lucernă și secară. La acestea se

adaugă terenurile lucrate în baza contractelor de prestări servicii. După un an 2020 secetos ce a afectat majoritatea culturilor agricole din România, în 2021 au fost înregistrate producții agricole record la nivel național. În cadrul fermei noastre am înregistrat o producție totală de 4.048 tone la grâu, 7.363 tone la porumb, 12.895 tone la porumb siloz și 3.248 tone de rapiță.

În ferma zootehnică, numărul de animale a ajuns la aproape 2.900 pe parcursul anului trecut, cu diferențe de la lună la lună datorate numărului de fătări, vânzări de junici și tăurași și reforme (vacii scoase din producție). Zilnic sunt mulse aproximativ 1.000 de vaci a căror medie de producție a crescut cu aproximativ 9% în 2021 vs. 2020 ajungând la o medie zilnică de peste 37.000 litri. Din laptele produs, circa 56% a fost folosit în producția proprie în fabrica Lăptăria cu Caimac, restul fiind vândut către un număr de clienți, procesatori medii și mari din România.

Cea de-a treia linie de business a companiei noastre, Lăptăria cu Caimac a avut parte de o activitate semnificativă pe parcursul anului trecut, fiind lansate patru noi produse: Iaurt Răcoros, brânza Măriuța, Miere și Polen în Iaurt și Rotocol de Cașcaval. Cele mai importante evoluții în categoriile de produse sunt reprezentate de creșterea volumică a vânzărilor de brânzeturi cu 71% datorită în principal Brânzei Proaspete (care se vinde vrac în IKA), creșterea vânzărilor de lapte și deserturi de 12% datorită produsului Ciocolată-n lapte dar și a laptelui de vacă.

Pe piața de capital, de la debutul companiei pe piața AeRO a Bursei de Valori București și până la 31 decembrie 2021, investitorii au tranzacționat acțiuni MILK în cadrul a 6.230 de tranzacții, în valoare totală de peste 30 de milioane de lei.

În ceea ce privește planurile de viitor, pentru anul 2022 avem în vedere să continuăm creșterea brandului Lăptăria cu Caimac pe plan național, prin consolidarea poziției și creșterea numărului de produse prezente la raft în fiecare magazin. Deși 2021 a adus o creștere semnificativă în numărul de magazine în care produsele Lăptăriei sunt prezente încă există rețele de magazine în care nu este prezentă gama completă, aceasta fiind una din direcțiile de dezvoltare în viitor. De asemenea, ne propunem să diversificăm oferta de produse, în principal prin creșterea numărului de produse din categoria brânzeturi precum și începerea producției de unt. Pe lângă cele două tipuri de brânzeturi lansate în 2021, precum și a produselor Iaurt răcoros și Miere și polen în Iaurt, la momentul redactării acestui raport, avem deja lansat produsul Ayran în rețelele de retail, urmează untul produs de către noi și o serie de brânzeturi.

În 2022, ne vom ocupa de proiectul stației de spălare a ambalajelor. Obiectivul nostru este să facem o stație care să spele aproximativ 10.000 de sticle și borcane pe oră, iar apoi să începem să instalăm în marile orașe din România aparate de tip RVM (Reverse Vending Machine) în care consumatorii vor putea să introducă ambalajele folosite și să fie recompensați cu bonuri valorice și bani.

Prin urmare, având în vedere planurile noastre de dezvoltare pentru anul acesta, bugetul de venituri și cheltuieli propus pentru 2022, prevede o cifră de afaceri totală de 94,4 milioane de lei, o creștere cu 38% față de 2021 și un profit net de 2,7 milioane de lei, o apreciere cu 56% comparativ cu anul 2021. Preconizăm că activitatea din fabrică va contribui cu 41 milioane de lei la cifra de afaceri totală, în timp ce activitatea de zootehnie cu 29 milioane de lei, iar cea vegetală cu 24,4 milioane de lei.

În paginile următoare ale acestui raport sunt prezentate mai multe detalii despre activitatea noastră din 2021. Vă stăm la dispoziție pentru orice întrebări legate de activitatea companiei pe piața de capital pe parcursul anului trecut la ir@milkfarm.eu.

DESPRE AGROSERV MĂRIUȚA

SCURT ISTORIC

Agroserv Măriuța S.A. este o societate comercială ce desfășoară în principal o activitate agricolă mixtă cultură vegetală combinată cu creșterea animalelor. Începând cu anul 2018, Compania și-a adăugat o nouă arie de business și anume procesarea laptelui de vacă, respectiv obținerea de produse lactate – lapte integral ambalat la sticlă, brânzeturi maturate, produse acidofile.

Compania a fost înființată în anul 1994, în localitatea Măriuța, jud. Călărași, activitatea pornind cu 2 tractoare de producție românească U650, lucrând 160 hectare. Pe măsură ce activitatea s-a extins inclusiv în zona zootehniei, sediul s-a mutat la Drăgoești, jud. Ialomița.

În prezent, compania desfășoară activități de cultură a plantelor pe o suprafață de aproximativ 3.000 ha, dintre care 2.600 ha administrate exclusiv de Agroserv Măriuța – proprietate și arendă. Din totalul producției vegetale (porumb, grâu, rapiță, floarea soarelui, orz, lucernă, triticale și altele), aproximativ 30% constă în autoconsum, dedicat în special hrănirii animalelor, în vederea asigurării unei nutriții optime și eficientizării producției de lapte, rezultând așadar lapte crud cu o calitate nutrițională superioară, restul fiind vândut pe piață internă.

În ceea ce privește creșterea animalelor, în anul 1998 Compania a pornit o mică fermă de vaci de lapte. În 2005, odată cu mutarea în localitatea Drăgoești și reorganizarea fermei într-un spațiu optim, compania a accesat finanțări nerambursabile europene în valoare de 1,7 milioane euro, prin programul SAPARD, care a permis achiziționarea primelor 35 de vaci de rasă pură Holstein Friesian și construcția primului grajd modern integrat cu sala de muls GEA Westfalia. Astfel zootehnia a început să ocupe o pondere importantă în activitatea totală a firmei. Pentru dezvoltarea acestei nișe, în decembrie 2014 s-a început achiziția unui lot de 300 de junici gestante din Ungaria, Olanda, Italia. În 2015 a fost finalizată o investiție de peste 3 milioane euro din fonduri proprii într-unul dintre cele mai moderne grajduri din Europa, un adăpost ce acomodează astăzi 800 vaci de lapte și rotolocator pentru muls GEA Westfalia cu 40 de posturi. În total ferma are circa 2.600 de animale rasa Holstein Friesian, incluzând tăurașii, tineretul. Dintre acestea, 1.000 dintre vaci sunt la muls zilnic. Managementul performant al fermei, investiții în infrastructura și dezvoltarea echipei, selecția celor mai bune animale împreună cu îngrijorarea lor la nivel înalt au dus producția la final de 2020 la vârfuri de peste 38.000 litri de lapte zilnic.

Compania este membru al Asociației Crescătorilor de Vaci “HolsteinRo” - organizație 100% tehnică și are ca activitate principală dezvoltarea performanțelor fermelor specializate în exploatarea animalelor din rasa Holstein și în Clubul Fermierilor Romani pentru Agricultură Performantă – club are susține agricultura sustenabilă, inovația și performanța în agricultură.

Din dorința de a extinde afacerea de familie precum și identificarea unei nevoi de piață, respectiv de a găsi pe rafturile magazinelor produse lactate de calitate, sigure, nutritive și fără adaosuri, Compania a demarat în 2014 procesul de accesare a unei finanțări europene nerambursabile pentru construcția și dotarea unei fabrici de procesare de aproximativ 1.500 mp. În anul 2016 proiectul a fost declarat câștigător, s-a semnat contractul de finanțare iar în luna martie a anului 2017 au început lucrările de construcție. În prima jumătate a anului 2018 fabrica s-a dat în folosință luând așadar ființă brandul “Lăptăria cu Caimac”.

De mai bine de 3 ani Lăptăria cu Caimac livrează pe piață lactate naturale, fără adaosuri inutile, fără lapte praf și cu o grijă deosebită pentru a procesa minimal laptele în produse unice care provoacă industria și cresc ștacheta de calitate.

Agroserv Măriuța SA este un business integrat care permite controlul activ al calității pe întreg lanțul de aprovizionare: de la nivelul hranei animalelor, până la sănătatea animalelor, managementul mulsului, curățenie etc. Este printre foarte puținele companii din România cu trasabilitate 100% pentru materia primă, până la nivel de tratament al plantelor care compun hrana.

2020 a reprezentat anul în care Compania a luat primul contact cu Bursa de Valori București, printr-o emisiune de obligațiuni în valoare de 3 milioane euro, pe Sistemul Multilateral de Tranzacționare al Bursei. Fondurile atrase de Companie în urma emisiunii de obligațiuni au fost utilizate pentru finanțarea unei investiții importante în contextul planului strategic de dezvoltare a Companiei: construcția celei de a doua facilități de producție și depozitare cu următoarele obiective:

- Dezvoltarea categoriei de brânzeturi maturate, categorie cu creștere activă în piață și cu o profitabilitate superioară (de la 3 SKU la 9 SKU);
- Dezvoltarea unei categorii noi de produse – specialități de unt;
- Creșterea capacității de producție pentru produsele ambalate la borcan (iaurturi și smântânuri) precum și dezvoltarea unor produse noi cu ambalare la borcan (noi tipuri de smântână și deserturi).

În anul 2021 Compania a încheiat cu succes plasamentul privat de acțiuni prin care a atras 19,4 milioane de lei, echivalentul a 4 milioane de euro. În cadrul plasamentului privat, Compania a oferit spre vânzare 431.020 de acțiuni emise prin majorare de capital social (24,9% din total acțiuni la acel moment), la un preț de 45 de lei/acțiune, oferta fiind adresată unui număr de până la 150 de investitori. Plasamentul a fost suprasubscris de 3,6 ori, în total fiind înregistrate subscrieri de aproximativ 70 milioane de lei, în condițiile în care subscrierea maximă pe investitor a fost limitată la 1 milion de lei.

Începând cu data de 21.05.2021, acțiunile Companiei se tranzacționează pe Sistemul Multilateral de Tranzacționare al Bursei de Valori București.

STRATEGIA DE BUSINESS & VÂNZĂRI

Modelul de business al Companiei a cunoscut o schimbare semnificativă în anul 2018, când a fost inaugurată fabrica de procesare a laptelui – noua linie de business ajutând la obținerea cifrei de afaceri din produse cu valoare adăugată mare. Până la momentul respectiv, activitatea companiei consta în vânzarea produselor fermelor de câmp și de vaci către marii producători și procesatori din țară. Aceasta schimbare a modelului de business se reflectă și în portofoliul de clienți al Companiei, dat fiind că odată cu lansarea brandului Lăptăria cu Caimac, numărul de clienți a înregistrat o creștere considerabilă, acesta s-a dublat până în anul 2020, de la 40 clienți în 2017 pe total firmă, la 347 clienți doar ai fabricii în 2021. Față de 2020 numărul de clienți pe fabrică este relativ constant, pandemia a afectat unele magazine mici care au ieșit din portofoliu alături de opțiunea de a nu mai aproviziona clienți cu marjă negativă.

Odată cu lansarea brandului Lăptăria cu Caimac, managementul companiei s-a axat pe vânzarea produselor lactate (finite) în lanțurile internaționale de magazine (IKA) astfel că în anul 2021 Compania numără 8 astfel de clienți din care 4 chiar prezenți în top 10 clienți după total rulaj în 2021.

Totodată, magazinele tradiționale (TT) au reprezentat un motor de creștere important pentru companie pe termen lung, trendul menținându-se în anul 2021 și inclusiv ca strategie pentru următorii ani dată fiind expansiunea națională a brandului Lăptăria cu Caimac.

În categoria B2B sunt înregistrate vânzările produselor brute provenite din linia de business agricol respectiv de la ferma de câmp (cereale) și de vaci (lapte crud în special). Fiind lansat în jumătatea anului 2018, brandul Lăptăria cu Caimac nu beneficia la început de expunerea necesară astfel încât să genereze

suficiente volume pentru a procesa întreaga cantitate de lapte crud produs în ferma proprie. Pe măsură ce volumele își vor continua trendul ascendent, laptele produs în ferma de vaci va fi folosit exclusiv pentru producția internă. Ferma zootehnică va deservi în continuare atât fabrica proprie a companiei, cât și alți clienți locali.

Pe segmentul de produse marca Lăptăria cu Caimac, în top 10 clienți în 2021 se regăseau lanțurile internaționale de magazine Mega Image, Auchan și Carrefour, Kaufland, Cora și Selgros, asigurând așadar o distribuție variată și acoperire națională din ce în ce mai eficientă.

CERTIFICĂRI

În luna mai 2020 Laptele de la vacă și Iaurtul natural, primele produse puse în piață de Lăptăria cu Caimac au fost evaluate de Taste Institut - un concurs internațional destinat evaluării gustului produselor alimentare. Juriul este format din specialiști ai industriei, bucătari ai unor restaurante celebre cu stele Michelin, dar și bucătari ai familiilor regale. Concursul oferă titlul "Superior Taste Award" alături de un maxim de 3 stele pentru cele mai gustoase produse. Laptele de la vacă a primit 1 stea și Iaurtul natural a primit 2 stele.



Compania a obținut, în urma unui audit desfășurat în luna **martie 2021**, certificarea "International Food Standards 6.1" și BRC – 2 sisteme de recunoaștere internațională a securității alimentelor și managementul calității, obligatoriu pentru a putea exporta produse alimentare finite către magazinele din Uniunea Europeană și UK.

Compania si-a mentinut certificarile și în urma auditului din 2022.



EXPERIENȚĂ

În 2018 Compania a început livrarea către Mega Image și la câțiva clienți independenți (primii 2 dintre aceștia fiind și astăzi clienții Companiei). Primul produs lansat a fost Laptele de la vaca la sticlă de 1 l, ulterior s-a adăugat Iaurtul Natural și Compania a mărit distribuția la o serie de câțiva clienți independenți și a început teste în magazine selectate ale rețelei Metro și Carrefour. Până la finalul anului 2018 Compania a completat portofoliul de produse cu Sana, Lapte bătut, Lapte gros (variantele Companiei de iaurt de băut – în anul 2021 Compania a schimbat denumirea ca atare) și Cașul zvântat.

În primăvara anului 2019 Compania a lansat Smântână Dolofană care a ajuns foarte repede în top 3 vânzări, iar în vara lui 2019, Compania s-a extins în Auchan, Cora și Carrefour (a fost finalizată etapa de test și Compania s-a listat oficial în rețeaua de hyper-marketuri) și alți clienți independenți. Tot în această perioadă Compania a lansat Laptele Condensat Îndulcit și Smântâna Proaspătă, 2 produse de specialitate unice: lapte condensat prin evaporare și îndulcit cu un procent de zahăr semnificativ mai mic decât produsele concurente – lucru care se păstrează și astăzi. Smântâna Proaspătă este și ea un produs unic deoarece oferă soluția pentru 2 nevoi: smântână pentru frișcă – se poate spuma și se adaugă zahăr, dar și smântână pentru gătit (sosuri, paste, supă-cremă etc) fără niciun aditiv adăugat. La final de 2019 Compania a început livrările în magazinele Selgros.

În anul 2020 Compania și-a consolidat poziția în rețelele în care s-a listat după jumătatea anului 2019 și a început livrări test în câteva magazine ale rețelei Profi, ulterior concretizate în listare finală. Din perspectiva portofoliului de produse, Compania a lansat Iaurtul Mic – o variantă de iaurt cu numai 2,7% grăsime pentru cei ce caută produse mai light, Iaurtul Sărat – un produs unic în piață (acesta a fost delistat la final de 2021, deoarece se adresa unui segment de consumatori mult prea mic), Brânza Proaspătă pentru vânzare vrac, prima brânză maturată - MIEZ (în 2021 a fost delistată deoarece vânzarea era înfrânată de prețul / kg și nu /bucată așa cum sunt toate celelalte brânzeturi la raft, dar Compania lucrează în prezent la o variantă de producție în care să poată pune în piață bucați de gramaj fix). Emitentul a continuat să lucreze la dezvoltarea de produse de specialitate, unice, și a lansat Ciocolata-n lapte. Acesta este un produs fără niciun aditiv, ce folosește ciocolata belgiană de origine unică (Vietnam) topită în lapte alături de puțin zahăr. Pe finalul anului 2020 Compania a lansat și Iaurtul de 10.

În primăvara anului 2020 au început livrările directe către magazinele independente din Timișoara și apoi. în vară, compania s-a extins la Pitești și Brașov. Tot în anul 2020 Compania s-a listat și în rețeaua de supermarketuri a Carrefour și în Shop&Go.

În anul 2020 Compania a demarat pregătirile pentru primele certificări internaționale de calitate ale Companiei. Din păcate pandemia a amânat acest moment, iar primele audituri au avut loc abia la început de 2021 și astfel Compania a obținut Certificare ISF și BRC cu scoruri înalte.

În anul 2021 Compania s-a luptat cu incertitudinea generală din piață și a lansat patru produse noi: Iaurtul Răcoros – prima băutură cu 0,1% grăsime, Brânza Măriuța (ediție limitată cu ocazia sărbătorilor de Paști), o brânză care la momentul vânzării avea puțin peste nouă luni de maturare și al cărei stoc s-a vândut în două săptămâni într-o singură rețea de magazine, Miere și Polen în Iaurt – un produs unic în piață datorită combinației de ingrediente și faptului că este realizat complet fără aditivi sau orice ajutoare artificiale. Al patrulea produs este din categoria brânzeturilor și este Rotocol de Cașcaval – un cașcaval moale, cremos și extra gustos. Pentru Miere și polen în iaurt și Rotocol de cașcaval obiectivul curent îl reprezintă asigurarea prezenței corecte la raft și dimensionarea comenzilor corect în raport cu cererea.

Anul 2021 marchează și primul proiect special al Lăptăriei cu Caimac, respectiv dezvoltarea produsului AYRAN, în colaborare cu partenerii de la .Calif. În anul 2021 vânzările au fost exclusive în lanțul de restaurante Calif și Condimental, dar în anul 2022 am început extinderea distribuției în rețelele de retail.

Pe final de 2021 Emitentul a lărgit distribuția în online odată cu deschiderea magazinul Freshful.ro, de unde are un feedback foarte pozitiv referitor la produsele acestuia.

PORTOFOLIU DE PRODUSE

În prezent, Lăptăria cu Caimac produce următoarele categorii de lactate 100% naturale:

- Lapte integral nestandardizat (3,8%-4,1% grăsime), pasteurizat la temperatură joasă (73-78 grade, în condițiile în care media pieței este în jur de 120 grade), ambalat la sticlă de 1l – produs unic în România, Lăptăria cu Caimac fiind una din puținele mărci de lapte ce oferă lapte nestandardizat din România;
- Iaurt (5 % grăsime), 300 grame, ambalat la borcan;
- Iaurt mic (2.7% grăsime), 190 g, ambalat la borcan;
- Iaurt de 10 (10% grăsime), 190 g, ambalat la borcan;
- Lapte bătut (2% grăsime), iaurt de băut (1.9% grăsime), iaurt răcoros și sana (3% grăsime), ambalate la sticle de 375ml;
- Smântână proaspătă de 33 -36 % grăsime pentru gătit sau frișcă – sticlă 400 ml;
- Smântână dolofană de 33-36% grăsime (fermentată) – borcan de 190 g;
- Lapte condensat îndulcit (aprox. 9-10% grăsime, 15% zahăr) - sticlă de 240 ml;
- Caș zvântat (foarte puțin sărat) – cutie de carton conținând 2 bucăți vidate, 225 grame;
- Alte brânzeturi măturate – (vânzări în ediția limitată în general)
- Ciocolata-n lapte – sticlă, 240 ml, unicul produs din retail care conține ciocolată adevărată, belgiană de origine unică.
- Branză proaspătă - vânzare vrac
- Miere și Polen în iaurt
- Rotocol de cașcaval
- Ayran - specialitate orientala

Toate produsele brandului (cu excepția brânzeturilor), sunt ambalate în sticlă.

Dintre cele mai importante activități derulate în 2021 este de menționat modificarea de ambalaje astfel: toate produsele au primit o îmbunătățire la nivelul etichetei făcând astfel numele produselor semnificativ mai vizibile și mai ușor de identificat pe raft dar și în procesele logistice. Totodată, o schimbare importantă este renunțarea la sticla de 0,5L, sticlă în care se ambalau produse precum Sana, Lapte bătut sau Smântână proaspătă și înlocuirea ei cu o sticlă unică, produsă exclusiv pentru Lăptăria cu Caimac. Această nouă sticlă permite ambalarea conținutului într-o porție individuală și astfel compania contribuie la reducerea risipei alimentare precum și atragerea de consumatori noi pentru care porția din sticla de 0,5L era mult prea mare pentru consumul on-the-go.

Din iunie 2018 și până în prezent -Lăptăria cu Caimac și-a dezvoltat distribuția în peste 2.000 de puncte de vânzare:

- numeroase rețele de tip IKA (Mega Image, Auchan, Cora, Carrefour, Profi, Selgros, Metro Cash & Carry);
- rețele independente de magazine din țară: Diana – jud. Vâlcea și Gorj, Paco, Issa etc.;
- numeroase băcării, magazine de proximitate și magazine tradiționale dar și în HoReCa de renume.

SITUAȚIA CONCURENȚIALĂ

La momentul actual tendința în piață este de diversificare la raft. Consumatorii s-au rafinat în ultimii ani, fiind expuși la mai multe informații și la inovații generoase ale producătorilor. Diversificarea și sofisticarea gusturilor și preferințelor au atras și nevoia producătorilor și retailerilor de a se adapta noilor cerințe din piață: sortimentatie mai variată (inclusiv produse din lapte de capră, bivoliță și măgăriță), cantități și ambalaje diferite, produse cu valoare adăugată (deserturi - cel mai dinamic segment, produse funcționale, specialități internaționale), și, lactate ecologice, care au acum un spațiu al lor, bine delimitat și semnalizat în majoritatea punctelor de desfacere din țară.

Lăptăria cu Caimac activează în segmentul produselor 'sănătoase', premium, similar cu segmentul bio. Chiar dacă produsele bio la acest moment au o pondere de doar câteva procente în totalul pieței lactatelor, evoluția segmentului nu este deloc de neglijat. De altfel, și marii producători au început să se uite cu un interes tot mai mare către această nișă, în contextul în care consumatorii devin tot mai interesați de alimente cât mai sănătoase. Tendința de creștere se observă pe mai multe ramuri: lapte, iaurt alb, iaurt cu fructe, telemea, produse acidofile, unt etc.

Conform calculelor Companiei, pe segmentul de lapte compania are o cotă de piață valorică de 1,77% la nivel IKA, iar pe segmentul de iaurturi 2,69% în IKA (total iaurturi proprii raportate la total categorie iaurturi, incluzând băuturi).

DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ

Compania este un business integrat care permite controlul activ al calității pe întreg lanțul de aprovizionare: de la nivelul hranei animalelor, până la sănătatea animalelor, managementul mulsului, curățenie etc. Este printre foarte putinele companii din Romania cu trasabilitate 100% pentru materia primă, până la nivel de tratament al plantelor care compun hrana.

Fabrica este amplasată vis-à-vis de ferma, eliminând astfel costurile logistice ce țin de aprovizionarea cu materie primă (scenariu ideal pentru produse fresh și super-fresh). La momentul actual niciun alt jucător cu peste 1% din piață nu poate asigura produse fresh sau super fresh, lanțul logistic de aprovizionare cu materie primă având un rol semnificativ. Totodată, locația fermei și a fabricii permite livrare rapidă către cel mai mare areal (valoric per capita) al consumatorilor în Romania (București, Ploiești, Brașov).

Un alt avantaj major este lipsa replicabilității modelului de business: marii jucători nu vor investi în ferme, deoarece sunt în mijlocul unui proces de centralizare a achizițiilor de lapte, cu focus pe import. Modelul de business al fermei este la rândul său greu de replicat: datorită limitărilor biologice, poate dura până la 8 ani de la investiție până la rezultate.

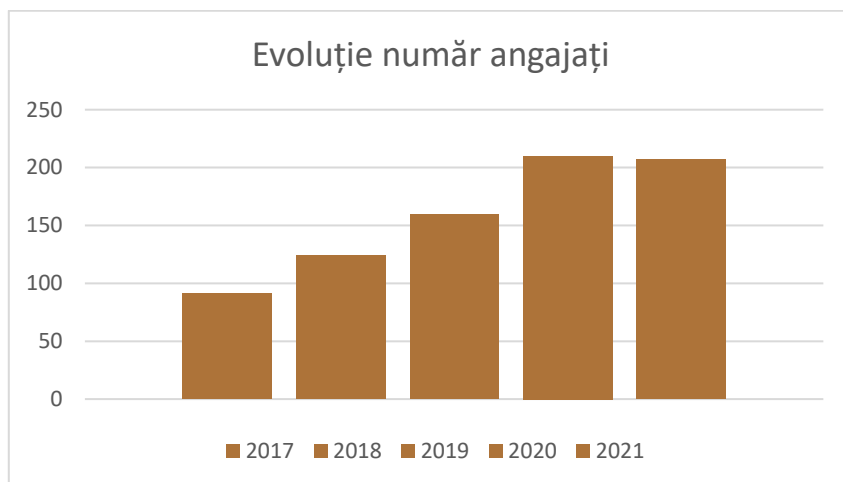
Încă un aspect important îl reprezintă componenta mai multor linii de business (unic în piață în această privință): Compania activează și în zona bunurilor de larg consum prin vânzarea produselor lactate în comerțul modern / tradițional / HoReCa, dar are și o componentă solidă în agricultura de bază (unde intră vânzările fermei vegetale și vânzările de lapte către alți procesatori locali).

PERSONAL

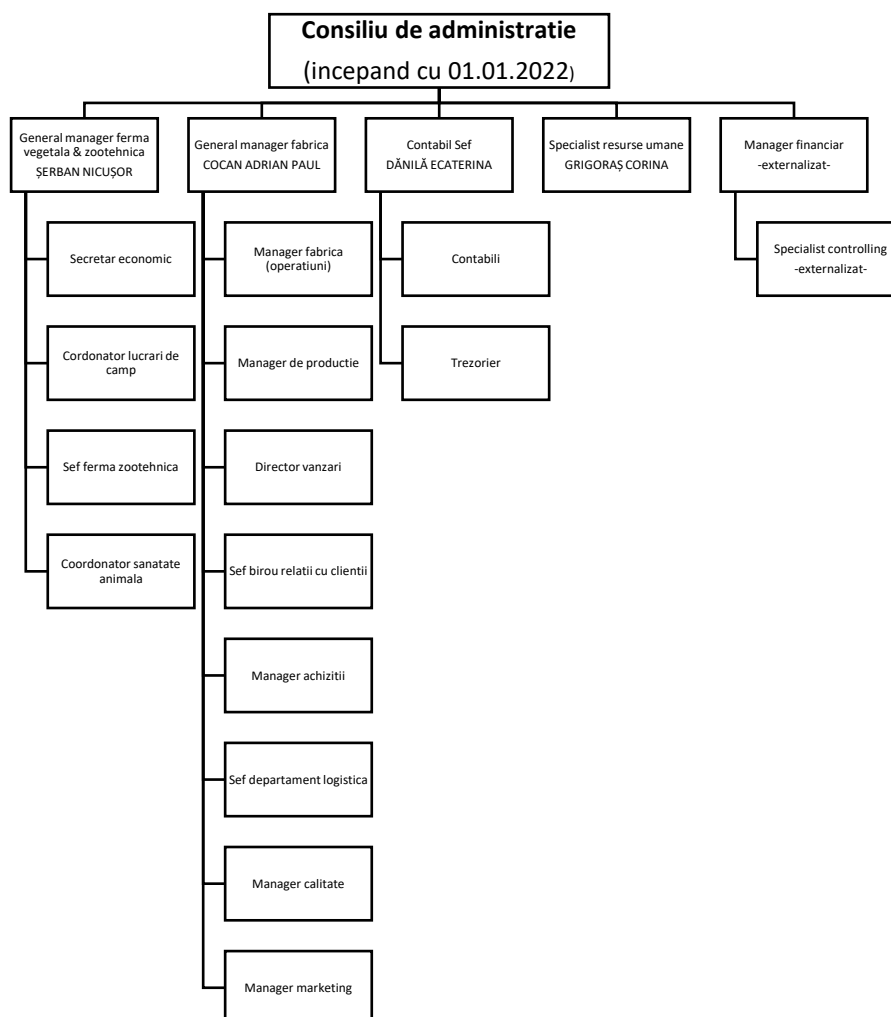
Unul dintre cele mai valoroase componente ale afacerii Companiei o reprezintă angajații săi. Compania oferă șanse angajaților tineri care se află la primul loc de muncă. precum și oportunități de dezvoltare în carieră, disponibile frecvent, deoarece Compania se află într-o etapă de creștere.

La data de 31.12.2021, numărul de angajați care își desfășurau activitatea în cadrul Companiei era de 207 angajați. Evoluția numărului de angajați a urmărit un trend organic, în concordanță cu extinderea afacerii

și adăugarea de noi linii de business. Astfel, în 2018, odată cu finalizarea investiției în fabrica de procesare lactate și începerea producției, numărul de angajați a crescut de la 91 la 124, și ulterior la 159 în 2019, respectiv la 210 la finele anului 2020, pe seama creșterii agresive a cererii de produse Lăptăria cu Caimac și dezvoltării lanțului de distribuție.



Organigrama companiei începând cu 01.01.2022 este prezentată mai jos:



ECHIPA DE MANAGEMENT

În conformitate cu prevederile Actului Constitutiv, conducerea Agroserv Măriuța S.A. a fost asigurată în anul 2021 de Șerban Nicușor, în calitate de Administrator, și de Directorii Executivi, conform tabelului de mai jos:

Directorii Executivi	
Nicușor Șerban	Administrator/manager vegetal și zootehnie
Adrian Cocan	Director General Lăptăria cu Caimac
Mădălina Cocan	Manager Marketing
Marin Gabriel	Manager Producție
Bogdan Popescu	Manager Fabrică

Serban Nicușor, Fondator și Administrator, a absolvit Facultatea de Agricultură din București, obținând licența în Agricultură. Dl. Șerban și-a început activitatea ca Administrator de Fermă la Stațiunea Didactică și Experimentală Belciugatele, unde a lucrat timp de 8 ani, înainte de a înființa ferma care acum furnizează materia primă fabricii Lăptăria cu Caimac. În prezent, este responsabil de activitatea fermelor vegetale și animale din cadrul companiei. Totodată, este președinte al cooperativei agricole locale Romlacta și președinte al Clubului Fermierilor Români pentru Agricultură Performantă (cea mai mare cooperativă independentă a fermierilor din România).

Adrian Cocan, Director General, a absolvit Școala Națională de Studii Politice și Administrative București, fiind licențiat în Științele Comunicării. Și-a început cariera din postura de Account Manager la Foote Cone & Belding. Între 2007 și 2010 a lucrat ca Account Director la Brandine, înainte de a prelua postul de Marketing Manager în cadrul BGS Grup în anul 2011. În 2014 s-a alăturat echipei din cadrul fermei Agroserv Măriuța. În prezent este responsabil de activitatea generală a fabricii de lactate și de evoluția mărcii Lăptăria cu Caimac.

Mădălina Cocan, Manager Marketing, a absolvit Academia de Studii Economice București, obținând licența în Marketing. Ulterior a urmat studiile de masterat în Marketing la Oxford Brookes University din Oxford, UK. Dna Cocan și-a început activitatea la JTI Romania ca Brand Equity Associate. Între 2011 și 2014 a făcut parte din echipa PURATOS PROD Romania, inițial în calitate de Product Manager în departamentul de Marketing al companiei, și ulterior ca Marketing Manager pe România. În 2017 s-a alăturat echipei Agroserv Măriuța. În prezent este responsabilă de strategia de marketing a companiei și de poziționarea în piață a mărcii Lăptăria cu Caimac.

Gabriel Marin, Manager Producție, a absolvit Universitatea Bioterra din București, fiind licențiat în Controlul și Expertiza Produselor Alimentare. Ulterior a urmat Masteratul în Inspecție, expertiză și legislație în siguranța alimentelor, protecția mediului și protecția consumatorului la Universitatea Bioterra. Dl. Marin are o experiență de aproape 10 ani în industria alimentară, după ce a lucrat între 2005 și 2018 ca inginer tehnolog la Ecolact SRL și EcoFerm SRL.

Bogdan Popescu, Manager Fabrică, a fost absolvit Universitatea Politehnică din București, obținând licență în Automatică și Calculatoare. Are o experiență de peste 10 ani în recunoașterea și definirea necesităților tehnologice și formularea de soluții alternative pentru facilități de producție din industria alimentară, la companii precum MP Paste Baneasa, Good Mills și Danone Romania.

La data redactării prezentului raport, directorii Companiei sunt: Mădălina Oana Cocan, în funcția de Director General, Nicușor Șerban în funcția de Director de Divizie Zootehnică și Vegetală, Adrian Paul Cocan în calitate de Director de Investiții și Dezvoltare, Cristian Mihail Sterie în calitate de Director de

Vânzări Divizia Lactate și Gabriel Daniel Marin ca Director de Producție Divizia Lactate. Mandatele Directorilor expira la data de 03.01.2024.

ADMINISTRATOR UNIC / CONSILIU DE ADMINISTRAȚIE

Conform prevederilor Actului Constitutiv, în anul 2021 Compania a fost administrată de dl. Șerban Nicușor, în calitate de Administrator Unic. La data de 31.12.2021, dl. Șerban Nicușor deținea 78.000 de acțiuni MILK.

Remunerație: În anul 2021, cuantumul remunerației plătite și beneficiile în natură acordate de către Emitent lui Șerban Nicușor reprezintă:

- Remunerație brută anuală în valoare de 257.276 lei;
- Alte beneficii: Asigurare de viață.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În prezent Șerban Nicușor este asociat activ în compania Agrobest S.R.L., companie cu privire la care Emitentul declară relațiile de legătură, precum și în Lăptăria cu Caimac Distribuție S.R.L. (companie fără activitate de la înființare și până în prezent).
- În ultimii 5 ani, lui Șerban Nicușor nu i-a fost interzis de către o instanță de judecată să îndeplinească funcția de membru al consiliului de administrație sau supervizare a unei societăți comerciale.
- În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de insolvență, lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Șerban Nicușor.
- Șerban Nicușor nu are activitate profesională care concurează pe cea a emitentului și nu este parte a niciunui acord, înțelegeri sau legături de familie cu o terță persoană datorită căreia ar fi fost numit administrator.

La momentul redactării acestui raport compania este administrată de un Consiliu de Administrație cu 3 membri, domnul Șerban Nicușor îndeplinind funcția de Președinte al Consiliului de Administrație. Hotărârea Adunării Generale a acționarilor și componența Consiliului de Administrație au fost publicate deja și se poate consulta în integralitate pe site-ul www.laptariacucaimac.ro în secțiunea Corporate.

ACȚIUNILE MILK LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

Acțiunile MILK au fost admise la tranzacționare pe segmentul SMT al Bursei de Valori București la data de 21.05.2021.

Anterior, în data de 26 aprilie 2021, compania a atras 19,4 milioane de lei de la investitorii de pe piața de capital, cea mai mare sumă atrasă într-un plasament privat pe acțiuni pentru piața AeRO. În cadrul plasamentului privat au fost vândute 431.020 acțiuni emise prin majorare de capital social, 24,9% din capital social. Plasamentul a fost suprasubscris de 3,6 ori, în total fiind înregistrate subscrieri de aproximativ 70 milioane de lei, în condițiile în care subscrierea maximă pe investitor a fost limitată la 1 milion de lei. În urma încheierii cu succes a plasamentului, evaluarea companiei s-a situat la aproximativ 78 milioane de lei.

Din 21.05.2021, până la 30.12.2021 – ultima zi de tranzacționare la Bursa de Valori București, investitorii au tranzacționat acțiuni MILK în cadrul a 6.320 de tranzacții, în valoare totală de peste 30 de milioane lei. La 31.12.2021, structura acționariatului companiei era următoarea:

Acționar	Număr Acțiuni	Procent
Mădălina Oana Cocan	7.280.490	70,0983 %
Alți acționari	3.105.630	29,9017 %
TOTAL	10.386.120	100%

În 2021, nu au fost efectuate operațiuni de către Agroserv Măriuța S.A. de achiziționare de acțiuni proprii. Niciuna dintre societățile afiliate nu deține acțiuni emise de Agroserv Măriuța S.A..

OBLIGATIUNILE MILK25E LA BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

Prima interacțiune a companiei cu BVB a avut loc în noiembrie 2020 prin lansarea unei emisiuni de obligațiuni în valoare de trei milioane de euro cu dobândă de 5,25% și scadență în 2025. Acestea au intrat la tranzacționare pe SMT al BVB în decembrie 2020. Până în acest moment au fost plătite toate cupoanele aferente perioadei. Suma de trei milioane de euro este destinată construirii unui depozit nou și a unei secții de producție pentru unt și brânzeturi, ce au fost puse deja în funcțiune.

Următorul cupon este datorat în data de 04.05.2022 și compania nu prevede nicio problemă cu plata acestuia.

POLITICA DE DIVIDENDE

Consiliul de Administrație al Agroserv Măriuța S.A. („Compania”) declară că societatea își asumă angajamentul de a respecta Principiile de Guvernanță Corporativă aplicabile emitenților ale căror valori mobiliare se tranzacționează pe sistemul multilateral de tranzacționare administrat de Bursa de Valori București S.A. în calitate de operator de sistem.

În acord cu principiile enunțate anterior, Compania se obligă să adopte o politică de dividend, ca un set de direcții referitoare la repartizarea profitului net, pe care Compania declară că o va respecta. În consecință, Consiliul de Administrație al Companiei enunță următoarele principii relevante cu referire la politica de dividend:

- Compania recunoaște drepturile acționarilor de a fi remunerați sub formă de dividende, ca formă de participare la profiturile nete acumulate din exploatare precum și ca expresie a remunerării capitalului investit în Companie.
- Agroserv Măriuța S.A. este o companie de creștere cu un potențial mare de dezvoltare, dar care are nevoie să investească semnificativ în extinderea capacităților sale. Acest lucru înseamnă că îmbunătățirea rezultatelor financiare este condiționată de accesul la capital pentru realizarea investițiilor necesare.
- În consecință, Compania își propune să își recompenseze investitorii prin acordarea de acțiuni cu titlu gratuit, în urma capitalizării unei părți din profiturile nete acumulate de Companie. În acest mod, capitalul va fi păstrat de către companie și investit în activități și cheltuieli care urmăresc creșterea valorii afacerii, în timp ce investitorii vor fi recompensați, pentru contribuția lor, cu acțiuni gratuite.
- Propunerea privind distribuirea dividendelor sub forma de acțiuni cu titlu gratuit, se va realiza de către Consiliul de Administrație al Companiei, iar hotărârea privind aprobarea distribuirii de dividende aparține Adunării Generale a Acționarilor, adoptată în condițiile legii.

Orice modificare a politicii de dividende a companiei va fi comunicată investitorilor în timp util.

Această politică va fi revizuită de către conducerea Companiei, ori de câte ori intervin informații suplimentare relevante privind distribuirea de dividende. Această politică este publicată pe pagina oficială de internet a Companiei, www.laptariacucaimac.ro, secțiunea pentru investitori.

Propunerea Consiliului de Administrație pentru Adunarea Generală a Acționarilor din data de 21.04.2021 este repartizarea profitului Companiei pentru exercițiul financiar încheiat la 31 decembrie 2021, în valoare de 1.737.358,87 lei brut, determinat în conformitate cu legile aplicabile, după cum urmează:

- 86.867 lei pentru constituirea rezervelor legale ale Societății;
- 1.650.491,87 pentru acoperirea parțială a pierderii fiscale a anului 2020.

EVENIMENTE CHEIE ÎN 2021

Evenimentele cheie din 2021 care au avut un impact și vor continua să aibă impact asupra afacerii Agroserv Măriuța SA sunt următoarele:

CERTIFICARE "INTERNATIONAL FOOD STANDARDS 6.1" & BRC

Compania a obținut, în urma unui audit desfășurat în luna martie 2021, certificarea "International Food Standards 6.1" și BRC – 2 sisteme de recunoaștere internațională a securității alimentelor și managementul calității, obligatoriu pentru a putea exporta produse alimentare finite către magazinele din Uniunea Europeană și UK.

REORGANIZARE A PORTFOLIULUI DE CREDITE

În luna martie a anului 2021 s-a încheiat un proces de reorganizare a portofoliului de credite cu scopul de a oferi companiei o presiune mai mică asupra fluxului de numerar prin dobânzi renegociate și prin organizarea garanțiilor astfel încât să fie maximizată valoarea activelor oferite ca și garanție.

PLASAMENT PRIVAT ȘI DEBUT ACȚIUNI MILK LA BVB

În data de 26 aprilie 2021, compania a atras 19,4 milioane de lei de la investitorii de pe piața de capital, cea mai mare sumă atrasă într-un plasament privat pe acțiuni pentru piața AeRO. În cadrul plasamentului privat au fost vândute 431.020 acțiuni emise prin majorare de capital social, 24,9% din capital social. Plasamentul a fost suprasubscris de 3,6 ori, în total fiind înregistrate subscrieri de aproximativ 70 milioane de lei, în condițiile în care subscrierea maximă pe investitor a fost limitată la 1 milion de lei. În urma încheierii cu succes a plasamentului, evaluarea companiei s-a situat la aproximativ 78 milioane de lei.

Pe 21 mai 2021, Agroserv Măriuța s-a listat pe piața AeRO a Bursei de Valori București (BVB), acțiunile companiei fiind tranzacționate sub simbolul MILK. Între 21 mai și 31.12.2021, data la care s-a încheiat perioada de raportare, s-au tranzacționat 779.552 acțiuni însumând o valoare de peste 30 milioane de lei.

INVESTIȚIE EVERGENT INVESTMENTS

În data de 18 iunie 2021, EVERGENT Investments a achiziționat o participație de 5,1126% din acțiunile companiei Agroserv Măriuța SA, compania care deține brandul de produse lactate Lăptăria cu Caimac, tranzacție intermediată de BT Capital Partners (BTCP). Tranzacția s-a realizat la un preț de 60 lei/acțiune, vânzătorii fiind Mădălina Cocan, unul dintre fondatori, care a vândut o participație de 3,5% într-o tranzacție de tip deal, precum și alți investitori din piață.

Conform unui raport curent publicat de către Companie în data de 04.02.2022, Evergent Investments deține un procent de 11,44% din capitalul social al Companiei.

INVESTIȚII ÎN FERMA VEGETALĂ

Începutul anului 2021 a fost promițător în relație cu activitatea de câmp, mai ales prin comparație cu seceta severă a anului 2020. Astfel, compania a început anul cu peste 2.500 ha de teren arendate și cultivate și altele în regim de prestări servicii. Din structura culturilor cea mai mare pondere o are porumbul (atât pentru boabe cât și pentru siloz) urmat apoi de rapiță, grâu, secară și lucernă. În anul 2021 compania a investit în extinderea sistemului de irigații pentru încă 225 ha, acestea fiind în special folosite pentru cultura de porumb. În luna iulie a fost dat în folosință sistemul de irigații nou.

ADUNĂRILE ORDINARE ȘI EXTRAORDINARE ALE ACȚIONARILOR

În data de 18.08.2021 au avut loc Adunările Generale Ordinare și Extraordinare ale Acționarilor Agroserv Măriuța SA. Cele mai importante aspecte votate de către acționari au fost:

- Aprobarea utilizării unei sume de 865.510 lei din profitul nerepartizat al anilor precedenți pentru a majora capitalul social în vederea distribuirii de acțiuni gratuite.
- Aprobarea emiterii unui număr de 8.655.100 de acțiuni noi cu valoare nominală de 0,1 lei / acțiune și distribuirea acestora către acționarii existenți la data de înregistrare, sub forma de acțiuni gratuite, în proporție de 5 acțiuni noi la una deținută.
- Aprobarea, pentru operațiunea de majorare de capital social de mai sus a datei de înregistrare 5.10.2021, a datei ex-date 04.10.2021 și a datei plății 06.10.2021.
- Aprobarea achiziției de terenuri agricole în limita a 20% din totalul activelor imobilizate ale Societății, mai puțin creanțele, astfel cum au fost acestea stabilite în cele mai recente situații financiare auditate ale Societății, pe durata unui exercițiu financiar.
- Alegerea domnilor Șerban Nicușor, Negrițoiu Mișu, Dănila Cornel în funcția de membri ai Consiliului de Administrație al Societății, pentru un mandat de 4 (patru) ani, începând cu data de 01 ianuarie 2022.
- Aprobarea remunerației membrilor Consiliului de Administrație pentru întreaga perioadă a mandatelor care vor începe la data de 01 ianuarie 2022.
- Aprobarea modificării Actului Constitutiv al Companiei.

LANSARE IAURT RĂCOROS ȘI EDIȚIE LIMITATĂ – BRÂNZĂ MĂRIUȚA

În primul semestru al anului 2021 Compania a lansat două produse: Iaurt răcoros – un iaurt de băut cu conținut redus de grăsime potrivit pentru zilele de vară și nu numai și un produs în ediție limitată cu ocazia sărbătorilor de Paști, respectiv brânza Măriuța, o brânză care la momentul vânzării avea puțin peste 9 luni de maturare și al cărei stoc s-a vândut în două săptămâni într-o singură rețea de magazine.

PARTENERIAT CU LANȚUL DE RESTAURANTE CALIF

În data de 30 iulie, Compania a început un parteneriat cu lanțul de restaurante din Capitală Calif și a introdus pe piață sortimentul ayran, care se găsește în sticle de 375 de grame, exclusiv în unitățile deținute de Radu Tănase, cofondatorul liniei de fast-food.

LISTARE PRODUSE ÎN MAGAZINELE ALFA BETA CONSTANȚA

În data de 10 septembrie 2021, Compania a anunțat că și-a extins distribuția în țară și a listat majoritatea produselor în lanțul de magazine Alfa Beta din Constanța.

ELIBERARE CIIF DIN PARTEA ASF

În data de 5 octombrie 2021, Compania a informat acționarii cu privire la primirea din partea Autorității de Supraveghere Financiară (ASF), a Certificatului de Înregistrare a Instrumentelor Financiare (CIIF) nr. AC – 5291 – 2/05.10.2021. CIIF certifică înregistrarea operațiunii de majorare a capitalului social cu 8.655.100 de acțiuni noi care au fost emise conform HAGEA Agroserv Mariuța S.A. nr. 1/18.08.2021. În urma majorării, capitalul social al Agroserv Măriuța S.A. este în valoare de 1.038.612 lei, divizat în 10.386.120 de acțiuni nominative, cu o valoare nominală de 0,1 lei per acțiune.

INCLUDERE ÎN INDICELE BET-AeRO DEZVOLTAT DE BURSA DE VALORI BUCUREȘTI

În data de 11 octombrie 2021, Compania a fost inclusă în indicele BET-AeRO, primul indice pentru piața AeRO, dezvoltat de Bursa de Valori București, ce include în componența sa companii selectate pe baza lichidității companiei și capitalizare free-float. Companiile incluse în indicele BET AeRO la momentul lansării reprezentau aproximativ 40% din capitalizarea companiilor românești de pe piața AeRO și au generat pe parcursul anului 2021 peste 85% din lichiditatea de pe piața secundară a acestui segment.

LANSARE MIERE ȘI POLEN ÎN IAURT

În data de 1 noiembrie 2021, Compania a anunțat lansarea unui nou produs al Companiei, *Miere și Polen în iaurt*, ce conține miere și polen crude, netratate termic, asigurând astfel o sursă naturală de vitamine, minerale și antioxidanți. Lansarea produsului este în linie cu strategia Companiei, care intenționează să aducă pe piață produse lactate de specialitate, 100% naturale, minim procesate și fără adaosuri precum conservanți, lapte praf, proteine sau arome.

LANSARE ROTOCOL DE CAȘCAVAL

În data de 24 noiembrie 2021, Compania a anunțat lansarea unui nou produs marca Lăptăria cu Caimac, *Rotocol de cașcaval*, ce completează gama de brânzeturi comercializate de către Companie. Produsul este maturat până la 30 de zile, fiind un cașcaval moale, cu textură fină și bogată în coajă naturală. Noul produs va fi disponibil inițial pe rafturile a aproximativ 280 magazine Mega Image, începând cu data de 24.11.2021. În perioada următoare, acesta va fi distribuit în hipermarketul online Freshful, în Carrefour și alte lanțuri de magazine, care oferă în prezent întreaga gamă de produse disponibile sub brandul Lăptăria cu Caimac.

STADIU CONSTRUCȚIE HALĂ PRODUCȚIE ȘI DEPOZIT

În data de 31.01.2022 Compania a informat investitorii în legătură cu deschiderea de către Companie a unui nou depozit de frig, situat într-o clădire dezvoltată cu fondurile obținute din obligațiunile emise la data de 04.11.2020 (simbol MILK25E), în valoare totală de 3 milioane EUR.

Noua unitate de depozitare are o capacitate de 630 de paleți, fiind eficientă energetic și construită în conformitate cu standardele IFS 7.1. (siguranța alimentară și calitatea proceselor și produselor), pentru care Compania deține certificare. Noul depozit este compus din zona de depozitare la rece, zona de pregătire comenzi (picking) și 2 rampe de livrare care pot deservi mai multe tipuri de camioane și van-uri de livrări. Depozitul are temperatura controlată, monitorizată permanent, prin mai multe tipuri de măsurători, astfel încât să se asigure că parametrii corecți sunt mereu respectați.

În urma deschiderii noii facilități, Compania a reziliat contractul pentru depozitul închiriat situat în București, începând cu data de 01.02.2022.

Ulterior, la data de 08.02.2022, Compania a anunțat investitorii, prin intermediul unui raport curent în legătură cu deschiderea noii unități de producție construită din fondurile obținute din emisiunea de obligațiuni MILK25E.

Noua unitate va deține liniile de producție de brânzeturi și unt. Linia de producere brânzeturi a fost deja pusă în funcțiune, și va putea produce brânzeturi (pastă moale, pastă tare, brânzeturi proaspete cremoase, brânzeturi cu mușcăi nobil) și cașcavaluri (cașcaval din lapte pasteurizat și nepasteurizat, pastă moale și semi-moale, pastă semi-tare, caș maturat etc).

Linia de producție a untului este parțial asamblată și va fi finalizată, testată și funcțională în perioada următoare.

Capacitatea totală a noii secții este de 16.500 litri/zi lapte proaspăt pentru brânză și 40.500 litri pe zi lapte proaspăt pentru unt, în total 57 de tone de lapte pe zi. La categoria brânzeturi, capacitatea produsului finit este de 2 tone/zi, iar la categoria unt, capacitatea este de 1,6 tone/zi.

ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

Activitatea Companie este împărțită în trei linii de business: activitatea fermei vegetale, activitatea fermei zootehnice și activitatea de procesare lapte (Lăptăria cu Caimac). Deși ferma vegetală și cea zootehnică sunt activitățile tradiționale pentru companie, în anul 2021 activitatea de procesare lapte a continuat să reprezinte linia principală de business.

Cifra de afaceri înregistrată în anul 2021 a fost de 68,4 milioane de lei, la care activitatea fermei vegetale a contribuit cu 26%, activitatea zootehnică cu 19% și activitatea de procesare lactate cu 55%.

FERMA VEGETALĂ

În anul 2021 compania a administrat un număr de aproximativ 2.639 de hectare și a avut o structură a culturilor compusă din rapiță, grâu, porumb, lucernă, secară. La acestea se adaugă terenurile lucrate în baza contractelor de prestări servicii.

După un an 2020 secetos ce a afectat majoritatea culturilor agricole din România, în anul 2021 au fost înregistrate producții agricole record la nivel național: rapiță 1.300.000 tone (390.000 hectare), grâu 11.350.000 tone (2.180.000 hectare), orz furaj 1.880.000 tone (320.000 hectare), 3.350.000 tone (1.200.000 hectare) și porumb 15.480.000 tone (2.600.000 hectare).

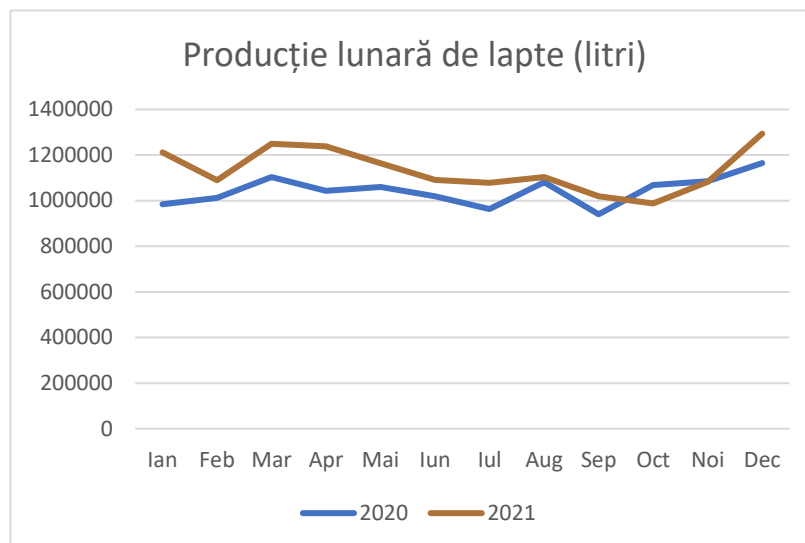
În acest context, Compania a înregistrat următoarea producție:

DENUMIRE	UNITĂȚI - KG
BALOTI LUCERNA	718,932
GRAU PRODUCTIE 2021	4,048,780
PORUMB	7,363,340
PORUMB SILOZ	12,895,708
RAPITA 2021	3,248,860
SILOZ LUCERNA COASA 1 2021	500,000
SILOZ LUCERNA COASA 2 2021	1,000,000
SILOZ SECARA 2021	4,000,000

FERMA ZOOTEHNICĂ

Modelul de business al Companiei, prin care aceasta reușește să asigure din surse proprii furaje pentru nutriția vacilor de lapte reprezintă o bază solidă pentru stabilitatea Companiei, precum și pentru demararea proiectelor de dezvoltare ale acesteia.

În anul 2021 numărul animalelor din fermă s-a păstrat în jurul cifrei de 2.900 cu diferențe de la lună la lună datorate numărului de fătări, vânzări de junici și tăurași și reforme (vaci scoase din producție). Zilnic sunt mulse aproximativ 1.000 de vaci a căror medie de producție a crescut cu aproximativ 9% în 2021 vs. 2020 ajungând la o medie zilnică de peste 37.000 litri. Din laptele produs, circa 56% a fost folosit în producția proprie în fabrica Lăptăria cu Caimac, restul fiind vândut către un număr de clienți, procesatori medii și mari din România.



PROCESAREA LAPTELUI (LĂPTĂRIA CU CAIMAC)

În ceea ce privește vânzările în magazine, în 2021, compania a avut vânzări de 37,5 milioane de lei, determinate de majorarea volumelor vândute, creșterea numărului de produse în magazine și de creșterea numărului de magazine independente.

În anul 2021 Compania a adăugat patru noi produse lactate în portofoliul său:

Iaurt răcoros, un iaurt de băut cu conținut redus de grăsime potrivit pentru zilele de vară și nu numai



Brânza Măriuța (ediție limitată cu ocazia sărbătorilor de Paști), o brânză care la momentul vânzării avea puțin peste 9 luni de maturare și al cărei stoc s-a vândut în două săptămâni într-o singură rețea de magazine.



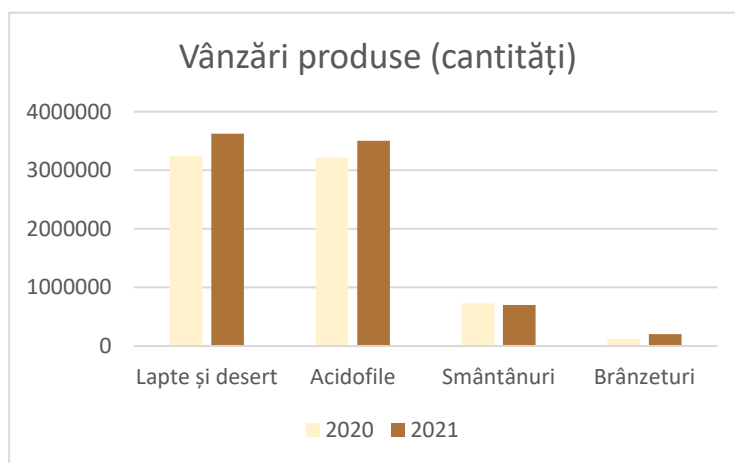
Miere și Polen în iaurt, ce conține miere și polen crude, netratate termic, asigurând astfel o sursă naturală de vitamine, minerale și antioxidanți.



Rotocol de cașcaval, produs ce completează gama de brânzeturi comercializate de către Companie. Produsul este maturat până la 30 de zile, fiind un cașcaval moale, cu textură fină și bogată în coajă naturală.



Cele mai importante evoluții în categoriile de produse sunt reprezentate de creșterea volumică a vânzărilor de brânzeturi cu 71% datorită în principal Brânzei Proaspete (care se vinde vrac în IKA), creșterea vânzărilor de lapte și deserturi de 12% datorită produsului *Ciocolată-n lapte* dar și a laptelui de vacă.



ANALIZĂ P&L

În 2021, veniturile din exploatare Agroserv Mariuța au fost de 104,3 milioane lei, o creștere cu 42% comparativ cu 2020. În 2021, toate liniile de business ale Agroserv Măriuța au avut parte de creștere, acest lucru conducând la o majorare a cifrei de afaceri cu 40% comparativ cu 2020.

ÎMPĂRȚIRE P&L 2021	VEGETALĂ	ZOOTEHNIE	FABRICĂ	TOTAL
Total cifră de afaceri	17.936.362	12.903.061	37.501.512	68.340.934

A doua cea mai mare contribuție au avut-o veniturile aferente costului de producție în curs de execuție datorită transferurilor între liniile de business, care au crescut cu 50%, ajungând la 26,3 milioane de lei.

Cheltuielile au crescut într-un ritm mai lent decât veniturile, fiind apreciate cu 27% în 2021, ajungând la 97,7 milioane de lei. Contribuția liniilor de cheltuieli individuale a fost similară cu anii anteriori – principala contribuție a fost adusă de cheltuielile cu materiile prime și materialele consumabile, care sunt legate direct de scalarea vânzărilor și a operațiunilor, care au atins cifra de 50,1 milioane de lei, o creștere cu 20% comparativ cu anul 2020.

Cheltuieli privind prestațiile externe au crescut cu 34% în 2021, ajungând la 17,1 milioane de lei. În 2021 au crescut cheltuielile pe sectorul zootehnic cu medicamentele, alte cheltuieli auxiliare și furajele cu o valoare de 5,4 milioane de lei determinate de creșterea efectivului de animale și a prețurilor de achiziție. Au crescut și cheltuielile cu reclama și publicitatea pentru produsele lactate, Lăptăria cu Caimac a avut primul spot TV în septembrie, asigurările pentru culturile vegetale, cheltuielile cu serviciile tip OIREP pentru ambalajele puse în piață. Pe sectorul vegetal au crescut cu o valoare de 2,3 milioane de lei cheltuielile cu îngrășămintele și tratamentele necesare menținerii culturilor de grâu, rapiță, porumb până la recoltare. După cum a fost menționat deja în rapoartele precedente pentru S1 și T3, această linie include și costurile aferente listării la Bursa de Valori București.

Cheltuielile de personal au crescut cu 22%, ajungând la 12,7 milioane de lei. Această creștere a fost determinată de majorarea numărului de angajați, compania având în prezent un număr mediu de 213 angajați față de 193 în 2020. Cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au fost de 10,1 milioane de lei, o creștere cu 13%.

Rezultatul operațional al companiei a crescut semnificativ, de la o pierdere operațională de 3,5 milioane de lei, la un rezultat operațional de 6,6 milioane de lei. Rezultatul a scăzut față de T3 2021, pe fondul unui T4 sub așteptări la nivel de vânzări din cauza introducerii certificatului verde (care a afectat traficul și vânzările pe segmentul hypermarket), creșterilor de preț primite de la furnizori, dar care nu au putut fi transferate în piață (condiții contractuale și sezonabilitate) și creșterilor de preț a inputurilor agricole în campania de toamnă. Dar, comparativ cu 2020, este important de menționat că în T3 2020 a intervenit descărcarea costurilor pentru culturile agricole, ce a dus la o pierdere cauzată de seceta din acel an, iar veniturile din recoltă au fost extrem de scăzute. Din cauza secetei din 2020 au fost afectate culturile vegetale, de la un procent de calamitate de 40% până la 100%. Comparativ cu anul 2020, anul trecut a fost un an bun pentru agricultura din România.

Veniturile financiare au crescut cu 1188%, până la 1,2 milioane de lei pe fondul diferențelor favorabile de curs valutar. În timp ce cheltuielile financiare au crescut cu 117%, ajungând la 6 milioane de lei. Creșterea cheltuielilor financiare a fost determinată în principal de dobânda pe obligațiuni precum și de alte datorii contractate de companie (impact al creșterii ROBOR pe final de an) Acest lucru a condus la un rezultat brut de 1,7 milioane de lei în 2021, o creștere semnificativă comparativ cu o pierdere de 6,2 milioane de lei înregistrată la nivelul anului 2020. În 2021, rezultatul brut a fost egal cu rezultatul net astfel, recuperându-se din pierderea fiscală a anului 2020, și în consecință, compania a închis 2021 cu un profit net de 1,7 milioane de lei, o majorare cu 128% față de aceeași perioadă din 2020.

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31/12/2020	31/12/2021	Δ %
Venituri din exploatare	73.655.063	104.316.723	42%
Cheltuieli din exploatare	77.121.573	97.712.028	27%
Rezultat operațional	(3.466.510)	6.604.695	291%
Rezultat financiar	2.693.101	4.867.336	81%
Rezultat brut	(6.159.611)	1.737.359	128%
Rezultat net	(6.159.611)	1.737.359	128%

CLIEȚI SEMNIFICATIVI

Încă de la lansare, produsele Lăptăria cu Caimac se găsesc atât în marile lanțuri de magazine, cât și în magazine tradiționale, independente. Primul client al Lăptăriei a fost Mega Image, urmat imediat de Băcănia Real Foods, ambii fiind în continuare clienți importanți ai companiei.

La final de 2021, brandul Lăptăria cu Caimac era prezent în 1905 magazine ale marilor rețele și 515 de magazine din categoria magazinelor independente, crescând astfel distribuția numerică cu 22%. Cea mai importantă creștere vine rezultă din creșterea numărului de magazine IKA în care Compania este prezentă. Cea mai mare extindere a anului 2021 o reprezintă extinderea în rețeaua Profi, având în vedere numărul de magazine.

Pe baza estimărilor echipei de management, gradul de penetrare a pieței a crescut de la 53% în 2020 la 60% în 2021.

În anul 2021 compania a avut un număr de 346 de clienți, în top 10 situându-se următoarele companii:

DENUMIRE	DOMENIU DE ACTIVITATE	PONDERE ÎN CA TOTALĂ
CLIENT 1	RETAIL	22%
CLIENT 2	RETAIL	11%
CLIENT 3	COMERȚ CU RIDICATA PRODUSE AGRICOLE	10%
CLIENT 4	DISTRIBUȚIE ȘI PRODUCȚIE PRODUSE ALIMENTARE	9%
CLIENT 5	COMERT CU RIDICATA PROD AGRICOLE	8%
CLIENT 6	RETAIL	6%
CLIENT 7	COMERT CU RIDICATA PROD AGRICOLE	4%
CLIENT 8	PRODUCTIE PROD ALIMENTARE	4%
CLIENT 9	RETAIL	3%
CLIENT 10	SERVICII	2%

PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI

Indicatori de performanță privind producția:

- (i) Capacitate totală producție: 73.000 litri de lapte crud pe zi (în prezent se situează la 28,51% din capacitatea totală). Cantitatea de lapte procesat în medie, a crescut de mai bine de 9,55 ori, de la 2.152 l/zi în 2018 (luând în calcul perioada iunie – decembrie), la 20.542 l/zi în 2021 (medie la 365 zile), ca urmare a dezvoltării brandului Lăptăria cu Caimac. Numărul de produse

vândute a înregistrat o creștere de aproape 16 ori, de la aproximativ 520.000 unități în 2018 (luând în calcul perioada iunie – decembrie), la 8.030.623 de unități în 2021, o creștere de peste 10% față de 2020. Aceasta evoluție se datorează strategiei de creștere bazată pe diversificarea prin inovare a portofoliului de produse.

(ii) Costul de producție medii per produs:

- Costurile directe nu au o valoare medie reprezentativă deoarece variază în funcție de cantitatea laptelui folosit, tipuri de ambalaje, etc;
- Costurile indirecte: 2018 – 2,92 lei/litru; 2019 – 2,66 lei/litru; 2020 – 2,38 lei/litru; 2021 – 2,34 lei/ litru.

(iii) Durata ciclului de producție: 24h pentru 90% din produse (pentru branzeturi poate ajunge și la 76 de zile;

(iv) Rata de pierdere în producție a avut o dinamică pozitivă în perioada de analiză ajungând la 1,06%.

(v) Volumul de produse / angajat a crescut de asemenea, de la 41,72 unități / ora în 2018, la 59,44 unități/oră în 2021, ceea ce reprezintă o dinamică de +20,82%.

Indicatori de performanță privind logistica:

(i) Rata utilizării spațiului de depozitare: 92% (media săptămânală) – nu include noul spațiu de depozitare construit și reprezintă valorile pentru anul 2021;

(ii) Costurile de depozitare: nesemnificative – produsele stau între 8 și 36 de ore în depozit;

(iii) Service level IKA: 97% în 2021, s-a îmbunătățit vag pe seama creșterii numărului de comenzi și eficientizării livrărilor (nu exista posibilitatea de întârziere în categoria produselor proaspete, există doar livrări incomplete din cauza termenelor de valabilitate scurte sau epuizării stocurilor). Service level nu poate fi 100% deoarece Compania lucrează la comandă și pe baza unui istoric scurt, orice variație neașteptată devenind “comandă nelivrata”.

(iv) Pierderile logistice: 0,2%, datorită colaborării cu mai mulți operatori logistici externi și unei rotații de personal mai mare la depozitele contractate;

(v) Rotația la raft: produsele de volum precum lapte și iaurtul au o rotație de sub 4 zile, iar produsele cu termen mare de valabilitate și consum etapizat în gospodărie, precum laptele condensat și cașcavalurile, au o rotație între 7 și 17 zile;

(vi) Pierderile la raft:

- în IKA sub 2%;
- în comerțul tradițional sub 0,3%.

ANALIZĂ BILANȚ

De la începutul anului 2021, activele totale au crescut cu 18%, ajungând la 150,9 milioane de lei.

Activele imobilizate s-au majorat cu 30%, ajungând la 93,8 milioane de lei. Imobilizările necorporale au scăzut cu 0,3 milioane de lei, ca rezultat al uzurii naturale a mijloacelor fixe. Aceste imobilizări

necorporale au fost constituite sau achiziționate în cea mai mare parte în perioada construirii fabricii de lactate având o durată mai mică de amortisment. Imobilizările corporale au crescut cu 31% în perioada analizată, cu aproximativ 22 milioane de lei datorită achizițiilor efectuate. În 2021 au fost achiziționate utilaje și echipamente agricole, pentru activitatea vegetală, s-a mărit parcul de mașini pentru echipa de vânzări produse lactate, au fost achitate avansuri în vederea achiziționării de terenuri și facturi pentru lucrările de extindere a fabricii de lactate.

Valoarea imobilizărilor de natura activelor biologice productive, a crescut cu circa 28%, până la 12,3 milioane de lei la final de 2021. Creșterea se datorează rulajului activelor biologice, respectiv a ieșirii din gestiune a vacilor reformă, depreciate și intrarea unora noi la valoarea de piață curentă.

Activele circulante au crescut cu 4%, ajungând la 56,3 milioane de lei în 2021. Creșterea a fost determinată în principal de majorarea stocurilor cu 23%, care au ajuns la 39,3 milioane de lei, a creanțelor cu 34%, care au ajuns la 13.4 milioane de lei. O creștere semnificativă vine și din stocurile de furaje care trebuie să asigure hrana unui efectiv de animale mai numeric dar și mai productiv. Creanțele au crescut datorită livrărilor de cereale, juninci și de servicii agricole care au avut loc în T2 și T3. Casa și conturi la bănci a scăzut cu 70% datorită investițiilor în fabrică, în principal în spațiul de depozitare și noua linie de producție de brânzeturi și unt.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	01/01/2021	31/12/2021	Δ %
Active imobilizate	72.137.923	93.833.305	30%
Active circulante	54.186.854	56.690.764	5%
Cheltuieli înregistrate în avans	1.277.609	361.825	-72%
Total activ	127.602.386	150.885.894	18%

Datoriile curente au crescut într-un ritm moderat, cu 8% ajungând la 62,8 milioane de lei. Acest lucru reprezintă o creștere naturală față de începutul de an ca și consecință a creșterii activității. Datoriile comerciale cu furnizorii au crescut cu 6,4 milioane de lei din cauza creșterilor termenelor de plată și a prețurilor.

Datoriile pe termen lung au scăzut cu 2% în 2021, ajungând la 41,6 milioane de lei. Provizioanele au scăzut cu 21% și sunt prevăzute pentru concedii neefectuate. Veniturile în avans au scăzut ușor, cu 12%, ajungând la 7,3 milioane de lei. Subvențiile sunt cu precădere pe zona de agricultură primite prin APIA pentru teren agricol și producția de lapte crud. Subvențiile se acordă în funcție de suprafața de teren folosită, în baza cererilor formulate de organizație. De asemenea, compania a primit și o subvenție de tip grant capital de lucru de la Ministerul Economiei (măsura 2) – aproximativ 0,7 milioane de lei.

Capitalurile proprii au crescut cu 115%, ajungând la 38,3 milioane de lei, o majorare determinată de capitalul provenit din plasamentul privat, în valoare de 19,4 milioane de lei.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	01/01/2021	31/12/2021	Δ %
Datorii curente	58.323.367	62.709.674	8%
Datorii pe termen lung	42.550.330	41.713.517	-2%
Provizioane	636.726	501.084	-21%
Venituri în avans	8.285.282	7.282.877	-12%
Total Datorii	109.795.705	112.207.152	2%
Capitaluri proprii	17.806.681	38.316.917	115%
Total capitaluri proprii și datorii	127.602.386	150.885.894	18%

ELEMENTE DE PERSPECTIVĂ PRIVIND ACTIVITATEA EMITENTULUI

Principalele direcții de dezvoltare pentru următorii ani vor fi:

- I. Continuarea creșterii brandului Lăptăria cu Caimac pe plan național, prin consolidarea poziției și creșterea numărului de produse prezente la raft în fiecare magazin. Deși 2021 a adus o creștere semnificativă în numărul de magazine în care produsele Lăptăriei sunt prezente încă există rețele de magazine în care nu este prezentă gama completă, aceasta fiind una din direcțiile de dezvoltare în viitor precum și sporirea prezenței produselor lăptăriei în comerțul online și în livrările omnichannel de tipul dark store sau mixt.
- II. Diversificarea ofertei de produse sub marca Lăptăria cu Caimac, în principal prin creșterea numărului de produse din categoria brânzeturi precum și începerea producției de unt. Pe lângă cele 2 tipuri de brânzeturi lansate în 2021, precum și a produselor *Iaurt răcoros* și *Miere și polen în iaurt*, la momentul redactării acestui raport compania Emitentul a lansat deja produsul Ayran în rețelele de retail, urmează untul produs de către companie și o serie de brânzeturi. În plus, compania pregătește intrarea pe categoria iaurturi brasate, până acum fiind prezenți exclusiv în categoria iaurturilor cu coagul ferm.
- III. Economii de scară estimate să aibă loc odată cu creșterea vânzărilor și maturizarea investiției în fabrică, aspecte care vor conduce la îmbunătățirea semnificativă a profitabilității Companiei, având în vedere modelul de business integrat: ferma vegetală-ferma animală-producție sub brand propriu.
- IV. Investiții noi într-un sistem de recuperare, spălare și re folosire a sticlelor și borcanelor. Această investiție va contribui atât la reducerea costului cu ambalajele și a dependenței de furnizori de ambalaje, reducerea taxelor către OIREP cât și la o creștere a venitului deoarece se intenționează prestarea serviciilor de spălare ambalaje din sticla către alți agenți economici. Mai mult, recuperarea și spălarea ambalajelor va aduce economii la taxele fondului de mediu și va aduce compania într-o nouă etapă în ceea ce privește impactul asupra mediului.
- V. Investiții noi într-o stație de bio gaz. Această investiție va închide ciclul economic și va avea un impact major în diminuarea amprente de carbon. Societatea intenționează să folosească deșeurile fermei de vaci pentru a produce energie și astfel să acopere necesarul fermei și al fabricii fără a mai fi nevoie să apeleze la energie din surse poluante. Proiectul se aliniază cu directivele UE, în mod particular Pactului Verde European și va duce Compania mai aproape de dezideratul de a deveni neutră din punct de vedere al impactului asupra climei până în anul 2030. Acest proiect este plănuisit să fie implementat începând cu anul 2023.

BUGET 2022

CONT DE PROFIT SI PIERDERE 2022	LEI
Total cifră de afaceri, din care:	94.363.824
<i>Cifra de afaceri din activitate vegetală</i>	24.381.663
<i>Cifra de afaceri din activitate zootehnie</i>	28.975.000
<i>Cifra de afaceri din activitate fabrică</i>	41.007.161
Cheltuieli directe de producție	(64.921.539)
Alte cheltuieli de producție	(8.612.733)
Venituri din subvenții	4.648.397
Costul bunurilor vândute	(68.885.875)
Marja brută	25.477.949
Cheltuieli de transport	(2.925.016)
Marja operațională	22.552.933
Cheltuieli administrative, inclusiv reclama și publicitate	(5.205.350)
EBITDA	17.347.582
Amortizare	(9.906.593)
Subvenții pentru investiții	1.002.405
Rezultatul net din vânzarea de active	(900.000)
EBIT	7.543.394
Dobânzi	(4.840.784)
EBT	2.702.610
Impozit	0
Rezultatul net	2.702.610

RISCURI CHEIE

Cele mai semnificative riscuri legate de activitatea Agroserv Măriuța SA pentru anul 2021 sunt prezentate mai jos. Cu toate acestea, riscurile prezentate în această secțiune nu includ toate acele riscuri asociate activității emitentului. Per total, pot exista alți factori de risc și incertitudini pe care compania nu le cunoaște în momentul redactării acestui document și care pot modifica rezultatele efective ale emitentului, condițiile financiare, performanța și performanța în viitor și pot duce la o scădere a prețului acțiunii companiei. De asemenea, investitorii ar trebui să efectueze verificările prealabile necesare pentru a-și elabora propria evaluare a oportunității de investiție.

Situația economică generală pe piețe – Rezultatele Companiei pot fi afectate direct de condițiile economice, în special de nivelul de ocupare a forței de muncă, inflația, veniturile disponibile, nivelul consumului, accesul la credite de consum, încrederea consumatorilor, impozitele aplicabile și disponibilitatea consumatorilor de a cheltui bani în piețele și zonele geografice în care Compania operează. O încetinire sau recesiune economică ar putea avea efecte negative asupra profitabilității și a operațiunilor. Astfel de condiții macroeconomice nefavorabile ar putea duce la o creștere a ratei șomajului, reducerea consumului și a puterii de cumpărare, ceea ce ar putea afecta cererea pentru produsele comercializate de Emitent. Într-un mediu economic nefavorabil, cu o scădere a venitului disponibil, clienții Companiei pot reduce frecvența cu care cumpără produsele Companiei sau pot alege opțiuni de a cumpăra produse mai ieftine. Acest risc continuă să fie semnificativ în 2022 din cauza estimării unei rate de inflație ridicate precum și a creșterii costurilor cu energia, ambele fiind afectate de conflictul geopolitic cauzat de războiul din Ucraina. O scădere a venitului disponibil poate afecta traficul clienților, frecvența, valoarea medie a cumpărăturilor, precum și capacitatea Companiei de a transfera creșterea costurilor către clienții săi.

Riscul asociat cu instabilitățile politice și sociale din regiune – Instabilitatea politică și militară din regiune, precum războiul din Ucraina, pot determina condiții economice profund nefavorabile, tulburări sociale sau, în cel mai rău caz, confruntări militare în regiune. Efectele sunt, în mare măsură, imprevizibile dar pot include o scădere a investițiilor, fluctuații valutare semnificative, creșteri ale ratelor dobânzilor, reducerea disponibilității creditului, a fluxurilor comerciale și de capital și creșteri ale prețurilor energiei. Aceste efecte și alte efecte negative neprevăzute ale crizelor din regiune ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra activității, perspectivelor, rezultatelor operațiunilor și poziției financiare ale Emitentului.

Riscul carantinei și riscul legat de pandemia de COVID-19 – Riscul carantinei în contextul pandemiei de COVID-19, precum și în contextul altor potențiale pandemii continuă să fie ridicat chiar dacă există un consens general că impactul pandemiei de COVID-19 în 2022 va fi mai mic decât cel din 2020 sau chiar 2021. Cu toate acestea, există probabilitatea să fie implementată în România o nouă perioadă de carantină, inclusiv închiderea temporară de restaurante, hoteluri, cafenele, cluburi, centre comerciale, închiderea treptată a frontierelor, limitarea sau interzicerea circulației vehiculelor sau a persoanelor în/către anumite zone. Carantina ar putea fi implementată fie la nivel național fie la nivel local, afectând doar anumite județe sau regiuni care sunt supuse restricțiilor.

Riscul asociat cu condițiile meteorologice în contextul activității agricole – o parte din veniturile generate de Societate provin din activitatea agricolă, atât direct cât și indirect (prin materia primă utilizată pentru activitatea de producție). Astfel, există riscul ca din cauza unor condiții meteorologice mai puțin prielnice, anul agricol să fie afectat și prin urmare și rezultatele operaționale și financiare să fie afectate în mod negativ. Ca măsuri de diminuare a acestui risc, conducerea Societății desfășoară o administrare

profesionistă a fermei vegetale, inclusiv prin asigurarea culturilor, și are în vedere extinderea sistemului de irigații (acum sunt irigate 425ha) performant care să deservească o parte mai mare din terenul agricol cultivat.

Riscul asociat cu activitatea logistică într-o societate cu creștere susținută – estimarea cât mai corectă a cererii nu este întotdeauna facilă și estimarea greșită ar putea duce la o capacitate excesivă sau insuficiența de procesare logistică ceea ce ar genera o creștere a costurilor. Pe măsură ce Societatea continuă să își extindă capacitatea logistică, rețelele logistice devin din ce în ce mai complexe și operarea lor devine mai dificilă. Compania se bazează pe capacitatea de transport internă cât și pe un număr limitat de companii de transport pentru a livra produsele către clienți. Este posibil ca termenii negociați cu aceste companii sau configurația pieței de transport să se schimbe, ceea ce ar putea avea un impact negativ asupra rezultatelor operaționale ale companiei. Astfel, nu există nicio asigurare că Societatea va putea administra activitatea logistică în parametri de eficiență estimați, ceea ce ar putea avea un efect negativ asupra rezultatelor financiare și operaționale ale companiei.

Riscul asociat mediului concurențial – piața lactatelor este una foarte competitivă, caracterizată prin prezența atât a jucătorilor strategici regionali (de tipul Lactalis sau FrieslandCampina) cât și a jucătorilor locali independenți (de tipul Lăptăria cu Caimac). Unii dintre concurenții actuali și potențiali ai Companiei pot avea mai multă experiență, un brand mai cunoscut, o bază mai mare de clienți sau resurse financiare, tehnice sau de marketing mai consistente decât Societatea. Concurența crescută și acțiunile neprevăzute ale concurenților, inclusiv prin politicile agresive de prețuri, ar putea conduce la o presiune negativă asupra prețurilor produselor Lăptăria cu Caimac sau la o scădere a cotei de piață a Companiei, aspecte care ar putea avea un impact negativ semnificativ asupra activităților și perspectivelor Companiei, afectând potențialul său de creștere, rezultatele activității și situația sa financiară. O variantă de reducere a acestui risc este însăși strategia de dezvoltare produse: compania nu produce produse similare cu cele ale competiției ci încearcă ca fiecare produs să fie unic, ușor de diferențiat și greu de copiat mai ales de către jucătorii multinaționali caracterizați de un grad mai mare de inflexibilitate și o viteză de reacție mai mică.

Riscul asociat relației cu clienții de retail mari – unul dintre principalele canale de vânzare pentru activitatea fabricii de produse lactate este reprezentat de marile lanțuri de magazine de retail (precum Carrefour sau Mega Image). O eventuală schimbare a condițiilor contractuale sau a cerințelor acestor clienți ar putea afecta activitatea operațională, precum și rezultatele și poziția financiară a Companiei. Activitatea diversificată a firmei (ferma vegetală, ferma agricolă și producție) și planurile echipei manageriale de a diversifica atât canalele de vânzare (lanțuri de retail, comerț tradițional și pe viitor, export) precum și clienții de retail mari, contribuie la diminuarea acestui risc.

Riscul asociat preferințelor consumatorilor – Preferințele consumatorilor sunt afectate de o serie de factori, precum: gusturile consumatorilor, condițiile economice naționale, regionale și locale și tendințele geografice. Spre exemplu, preferințele sau restricțiile legate de dietă sau de limitarea consumului de produse de lactate ar putea determina consumatorii să evite produsele Companiei. Schimbările în preferințele consumatorilor pot avea un impact semnificativ asupra cererii pentru produsele oferite de Companie. Compania urmărește să mențină atractivitatea produselor sale prin inovare de produse, respectiv prin lansarea a unor oferte de produse noi, iar reacția consumatorilor la produsele nou-lansate poate afecta vânzările Companiei.

Riscul asociat planului de dezvoltare a afacerii – Compania vizează o creștere sustenabilă, ca direcție strategică de dezvoltare a activității, conducerea propunându-și creșterea volumului vânzărilor și acapărarea de cotă de piață pe nișele de piață în care Compania activează. Cu toate acestea, nu este exclusă

posibilitatea ca linia de dezvoltare aleasă în vederea extinderii activității să nu fie la nivelul așteptărilor și estimărilor, situație care ar putea genera efecte negative asupra situației financiare a Companiei.

Riscul asociat proiectului de recuperare și re folosire a ambalajelor - Investiția în dezvoltarea unui sistem de recuperare, spălare și re folosire a sticlelor și borcanelor va contribui atât la reducerea costului cu ambalajele și a dependenței de furnizori de ambalaje cât și la o creștere a venitului deoarece se intenționează prestarea serviciilor de spălare ambalaje din sticlă către alți agenți economici.

Cu toate acestea, emitentul vizează o investiție într-o activitate complementară business-ului pe care îl desfășoară în prezent, activitate care reprezintă o noutate din punct de vedere operațional și în care societatea nu are experiență, ceea ce poate presupune unele riscuri mai ridicate în comparație cu activitățile uzuale ale afacerii.

Riscul de lichiditate - Riscul de lichiditate este inerent operațiunilor Companiei și este asociat cu deținerea de stocuri, creanțe sau alte active și de transformarea acestora în lichidități într-un interval de timp rezonabil, astfel încât Compania să își poată îndeplini obligațiile de plată către creditorii și furnizorii săi. În cazul neîndeplinirii de către Companie a acestor obligații de plată sau a indicatorilor de lichiditate prevăzuți în contract, creditorii Companiei (furnizorii comerciali, băncile, etc.) ar putea începe acțiuni de executare a activelor principale ale companie sau chiar ar putea solicita deschiderea procedurii insolvenței companiei, ceea ce ar afecta în mod semnificativ și negativ deținătorii de acțiuni și activitatea, perspectivele, situația financiară și rezultatele operațiunilor Companiei. Compania își monitorizează constant riscul de a se confrunta cu o lipsă de fonduri pentru desfășurarea activității, prin planificarea și monitorizarea fluxurilor de numerar însă întrucât nu se pot previziona cu exactitate veniturile nete există riscul ca această planificare să fie diferită față de ceea ce se va întâmpla în viitor.

Riscul gradului de îndatorare - Compania are contractate facilități de credit, atât pe termen scurt, pentru finanțarea activității curente, cât și pe termen lung pentru finanțarea unor investiții. Aceste contracte de credit pot conține numeroase cerințe, inclusiv condiții afirmative, negative și financiare. Nerespectarea oricăreia dintre aceste condiții poate duce la activarea clauzei prin care creditul tras devine imediat scadent și este posibil ca Compania să nu dispună de lichidități suficiente pentru a satisface obligațiile de rambursare în cazul accelerării acestor obligații. Este posibil ca Compania să nu poată genera un flux de numerar din operațiuni suficient și astfel nu există nici o asigurare că Compania va avea acces la împrumuturi viitoare, în sume suficiente, care să permită plata datoriilor. Este posibil să fie nevoie de adoptarea uneia sau mai multor alternative, cum ar fi reducerea sau întârzierea cheltuielilor planificate și a investițiilor, vânzarea activelor, restructurarea datoriilor, obținerea de capitaluri suplimentare sau refinanțarea datoriei. Este posibil ca aceste strategii alternative să nu fie disponibile în termeni satisfăcători. Abilitatea Companiei de a-și refinanța datoriile sau de a obține finanțări suplimentare în condiții rezonabile din punct de vedere comercial, va depinde, printre altele, de starea financiară la momentul respectiv, de restricțiile acordurilor care reglementează datoriile curente și de alți factori, inclusiv de starea piețelor financiare și a piețelor în care Compania activează. Dacă Compania nu generează un flux de numerar din operațiuni suficient și dacă alternativele menționate anterior nu sunt disponibile, este posibil ca aceasta să nu dispună de suficient numerar care să-i permită să-și îndeplinească toate obligațiile financiare.

Riscul ratei dobânzii și surselor de finanțare - Unele din aceste contracte de finanțare ale Companiei prevăd o rată variabilă a dobânzii. Prin urmare, Compania este expusă riscului majorării acestei rate a dobânzii pe durata contractului de finanțare, ceea ce ar putea determina plata unei dobânzi mai mari și ar putea avea un efect negativ semnificativ asupra activității, situației financiare și rezultatelor operațiunilor Companiei. De asemenea, în cazul deteriorării mediului economic în cadrul căruia operează Compania, aceasta s-ar

putea găsi în imposibilitatea contractării unor finanțări noi în condițiile de care a beneficiat anterior, fapt ce ar putea duce la creșterea costurilor de finanțare și ar afecta în mod negativ situația financiară a Companiei.

Știri false (fake news) - Natura activității Emitentului industria în care își desfășoară activitatea, pot expune compania la pretenții legate de defăimare, diseminare de informații greșite sau false de știri (denumite și „știri false” sau „fake news”), sau alte tipuri de conținut care pot dăuna, temporar sau pe termen lung, reputației afacerii. Compania poate fi, de asemenea, afectată negativ de acțiunile sau declarațiile diferitelor persoane, care acționează sub identități false sau neautentice, care pot disemina informații care sunt considerate a induce în eroare sau care intenționează să manipuleze opiniile despre companie. Orice astfel de situație poate duce potențial la o scădere a dorinței clienților de a cumpăra produsele Emitentului, ducând astfel la scăderea vânzărilor, precum și la o scădere a prețului instrumentelor financiare emise de către Emitent.

Impact asupra mediului înconjurător - Activitatea profesională a Agroserv Mariuta S.A. nu are un impact semnificativ asupra mediului înconjurător. Nu există litigii și nici nu se preconizează apariția de litigii legate de protecția mediului înconjurător.

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE

CONTUL DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31/12/2020	31/12/2021	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	73.655.063	104.316.723	42%
Cifra de afaceri	48.717.929	68.353.251	40%
Venituri aferente costului producției în curs de execuție	17.517.599	26.332.850	50%
Venituri din subvenții de exploatare	4.438.571	6.299.181	42%
Alte venituri din exploatare	2.980.964	3.331.441	12%
Cheltuieli din exploatare, din care:	77.121.573	97.712.028	27%
Cheltuieli cu materiile prime și materialele consumabile	41.936.710	50.144.087	20%
Cheltuieli cu personalul	10.429.342	12.728.298	22%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	8.986.594	10.126.469	13%
Alte cheltuieli de exploatare	14.420.018	21.354.712	48%
Rezultat operațional	(3.466.510)	6.604.695	291%
Venituri financiare	90.320	1.163.324	1188%
Cheltuieli financiare	2.783.421	6.030.660	117%
Rezultat financiar	2.693.101	4.867.336	81%
Venituri totale	73.745.383	105.480.047	43%
Cheltuieli totale	79.904.994	103.742.688	30%
Rezultat brut	(6.159.611)	1.737.359	128%
Rezultat net	(6.159.611)	1.737.359	128%

BILANȚ

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	01/01/2021	31/12/2021	Δ %
Active imobilizate, din care:	72.137.923	93.833.305	30%
Imobilizări necorporale	378.869	105.377	-72%
Imobilizări corporale	71.748.054	93.716.928	31%
Imobilizări financiare	11.000	11.000	0%
Active circulante, din care:	54.186.854	56.690.764	5%
Stocuri	32.035.081	39.323.797	23%
Creanțe	9.990.224	13.352.677	34%
Casa și conturi la bănci	12.161.549	3.652.465	-70%
Cheltuieli înregistrate în avans	1.277.609	361.825	-72%
Total activ	127.602.386	150.885.894	18%
Datorii curente, din care:	58.323.367	62.709.674	8%
Furnizori terți	18.267.286	25.105.069	37%
Datorii față de companii afiliate	1.479.289	0	-100%
Datorii bancare	34.498.735	34.171.095	3%
Datorii față de acționari	138.050	80.954	-41%
Leasing financiar	1.428.026	1.217.305	-100%
Alte datorii pe termen scurt	2.511.981	2.135.251	-15%
Datorii pe termen lung, din care:	42.550.330	41.713.517	-2%
Datorii bancare și obligațiuni	39.308.275	38.778.932	0%
Leasing financiar	3.242.055	2.934.585	-27%
Provizioane	636.726	501.084	-21%
Venituri în avans	8.285.282	7.282.877	-12%
Venituri din subvenții	8.285.282	7.282.877	-12%
Total Datorii	109.795.705	112.207.152	2%
Capitaluri proprii, din care:	17.806.681	38.316.917	115%
Capital subscris și vărsat	130.000	1.038.612	699%
Prime de capital	0	19.352.798	100%
Rezerve legale	14.519.494	14.606.361	1%
Profit / (pierdere) raportată	9.316.798	1.668.654	-82%
Profit / (pierdere) pentru perioadă	(6.159.611)	1.737.359	-128%
Total capitaluri proprii și datorii	127.602.386	150.885.894	18%

CASH-FLOW

Denumirea indicatorului	Nr. Rd.	Exercitiul financiar încheiat la 31.12.2021
ACTIVITĂȚI DE EXPLOATARE		
Rezultat înainte de impozitare	1	1.737.359
Ajustări pentru:		
(+) Cheltuiala cu amortizarea si provizioanele pentru depreciere pentru activele corporale si necorporale	2	10.126.469
(+) Cheltuieli nete din diferențe de cursuri valutare	3	1.626.428
(+) Cheltuieli nete din dobânzi	4	4.400.718
(-) Profit / (+) Pierdere netă din vânzarea imobilizărilor corporale	5	1.091.492
Flux de numerar înainte de modificarea fondului de rulment (rd. 01 la 05)	6	18.982.466
Diminuare / (majorare) clienți si alte conturi asimilate	7	-2.446.669
(Diminuare) / majorare furnizori și alte conturi asimilate	8	3.549.494
Diminuare/(majorare) stocuri	9	-7.288.716
Flux de numerar rezultat din exploatare (rd. 07 la 09)	10	-6.185.891
Dobânzi plătite	11	-4.400.718
Impozit pe profit plătit	12	0
Flux de numerar net obținut din exploatare (rd.06+10+11+12)	13	8.395.857
ACTIVITATEA DE INVESTITII		
Achiziții imobilizări financiare	14	0
Împrumuturi acordate	15	0
Rambursări de împrumuturi acordate	16	0
Încasări din vânzări de imobilizări corporale si necorporale	17	1.093.016
Achiziții de imobilizări corporale si necorporale	18	-38.806.902
Dobânzi încasate	19	5
Flux de numerar net (utilizat) în activitățile de investiții (rd.14 la 19)	20	-37.713.881
ACTIVITĂȚI FINANCIARE		
Dividende plătite	21	0
Trageri/rambursări împrumuturi	22	-1.044.972
Majorare capital	23	20.261.410
Flux de numerar net utilizat în activități financiare (rd. 21 la 23)	24	19.216.438
Creșterea / (Descreșterea) netă în disponibilitățile bănești și alte lichidități (rd 14 + 21 + 26)	25	-8.509.084
Disponibilități bănești și alte lichidități la începutul anului	26	12.161.549
Disponibilități bănești și alte lichidități la sfârșitul perioadei (rd. 25+26)	27	3.652.465

PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ

Declarația privind alinierea la principiile de Guvernare Corporativă ale BVB pentru sistemul multilateral de tranzacționare – piața AeRO.

COD	PREVEDERI CARE TREBUIE RESPECTATE	RESPECTĂ INTEGRAL	NU RESPECTĂ	EXPLICATII
SECȚIUNEA A – RESPONSABILITĂȚILE CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE (CONSILIUL)				
A1.	Compania trebuie să dețină un regulament intern al Consiliului care să includă termeni de referință cu privire la Consiliu și la funcțiile de conducere cheie ale companiei. Administrarea conflictului de interese la nivelul Consiliului trebuie, de asemenea, să fie tratat în regulamentul Consiliului			Emitentul este în curs de adoptarea a unui asemenea Regulament având în vedere că Emitentul are un Consiliu de Administrație începând cu 01.01.2022, iar în 2021 a fost administrată de un Administrator Unic.
A2.	Orice alte angajamente profesionale ale membrilor Consiliului, inclusiv poziția de membru executiv sau neexecutiv al Consiliului în alte societăți (excluzând filiale ale societății) și instituții non-profit, vor fi aduse la cunoștința Consiliului înainte de numire și pe perioada mandatului.	✓		Emitentul respectă pe deplin această prevedere. toate angajamentele profesionale ale administratorului unic pot fi găsite și în raportul anual al companiei.
A3.	Fiecare membru al Consiliului va informa Consiliul cu privire la orice legătură cu un acționar care deține direct sau indirect acțiuni reprezentând nu mai puțin de 5% din numărul total de drepturi de vot. Această obligație are în vedere orice fel de legătură care poate afecta poziția membrului respectiv pe aspecte ce țin de decizii ale Consiliului.	✓		După caz, membrii Consiliului de Administrație au informat Consiliul despre aceste legături.
A4.	Raportul anual va informa dacă a avut loc o evaluare a Consiliului sub conducerea președintelui. Raportul anual trebuie să conțină numărul de ședințe ale Consiliului.	✓		Emitentul își asumă publicarea acestor informații în cadrul raportului anual.
A5.	Procedura privind cooperarea cu Consultantul Autorizat pentru o perioadă în care această cooperare este aplicabilă va conține cel puțin următoarele:	✓		Emitentul a semnat un contract cu Cornerstone Communications S.R.L. privind prestarea de servicii de Consultant Autorizat, post-listare, pentru o perioadă de 12 luni.
A.5.1.	Persoană de legătură cu Consultantul Autorizat	✓		
A.5.2.	Frecvența întâlnirilor cu Consultantul Autorizat, care va fi cel puțin o dată pe lună și ori de câte ori evenimente sau informații noi implică transmiterea de rapoarte curente sau	✓		

	periodice, astfel încât Consultatul Autorizat să poată fi consultat;			
A.5.3.	Obligația de a informa Bursa de Valori București cu privire la orice disfuncționalitate apărută în cadrul cooperării cu Consultantul Autorizat, sau schimbarea Consultantului Autorizat.	✓		
SECȚIUNEA B – CONTROLUL / AUDITUL INTERN				
B1.	Consiliul va adopta o politică astfel încât orice tranzacție a companiei cu o filială reprezentând 5% sau mai mult din activele nete ale companiei, conform celei mai recente raportări financiare, să fie aprobată de Consiliu.			Nu se aplică - compania nu are filiale.
B2.	Auditul intern trebuie să fie realizat de către o structură organizatorică separată (departamentul de audit intern) din cadrul companiei sau prin serviciile unei terțe părți independente, care va raporta Consiliului, iar, în cadrul companiei, îi va raporta direct Directorului General.	✓		Emitentul a contractat în 2021 realizarea auditului intern cu o entitate specializată.
SECȚIUNEA C – RECOMPENSE ECHITABILE ȘI MOTIVARE				
C1.	Compania va publica în raportul anual o secțiune care va include veniturile totale ale membrilor Consiliului și ale directorului general și valoarea totală a tuturor bonusurilor sau a oricăror compensații variabile, inclusiv ipotezele cheie și principiile pentru calcularea acestora.	✓		Emitentul a inclus aceste informații în cadrul raportului anual.
SECȚIUNEA D – CONSTRUIND VALOARE PRIN RELAȚIA CU INVESTITORII				
D1.	Suplimentar față de informațiile prevăzute în prevederile legale, pagina de internet a companiei va conține o secțiune dedicată Relației cu Investitorii, atât în limba română cât și în limba engleză, cu toate informațiile relevante de interes pentru investitori, incluzând:	✓		Agroserv Măriuța Innovations respectă toate regulile referitoare la funcția IR, așa cum este detaliat mai jos. Compania are o secțiune dedicată pentru relații cu investitorii pe https://laptariacucaimac.ro .
D1.1	Principalele regulamente ale companiei, în particular actul constitutiv și regulamentele interne ale organelor statutare	✓		Regulamentele cheie ale Agroserv Măriuța pot fi găsite pe site-ul emitentului.
D1.2	CV-urile membrilor organelor statutare;	✓		CV-urile și biografiile personalului din conducerea companiei pot fi găsite în raportul anual.
D1.3	Rapoartele curente și rapoartele periodice;	✓		Toate rapoartele curente și periodice ale Agroserv

				Măriuța sunt disponibile pe site-ul emitentului.
D1.4	Informații cu privire la adunările generale ale acționarilor: ordinea de zi și materialele aferente; hotărârile adunărilor generale;	✓		Toate informațiile legate de AGA Agroserv Măriuța sunt disponibile pe site-ul emitentului.
D1.5	Informații cu privire la evenimente corporative precum plata dividendelor sau alte evenimente care au ca rezultat obținerea sau limitări cu privire la drepturile unui acționar, incluzând termenele limită și principiile unor astfel de operațiuni;	✓		Dacă este cazul, aceste informații vor fi publicate de companie pe site-ul Agroserv Măriuța, precum și printr-un raport curent trimis către BVB.
D1.6	Alte informații de natură extraordinară care ar trebui făcute publice: anularea/ modificarea/ inițierea cooperării cu un Consultant Autorizat; semnarea/ reînnoirea/ terminarea unui acord cu un Market Maker.	✓		Dacă este cazul, aceste informații vor fi publicate de companie pe site-ul Agroserv Măriuța, precum și printr-un raport curent trimis către BVB.
D1.7	Compania trebuie să aibă o funcție de Relații cu Investitorii și să includă în secțiunea dedicată acestei funcții, pe pagina de internet a companiei, numele și datele de contact ale unei persoane care are capacitatea de a furniza, la cerere, informațiile corespunzătoare	✓		Datele de contact pentru departamentul de IR al Agroserv Măriuța pot fi găsite pe site-ul companiei, la secțiunea „Investitori”.
D2.	Compania trebuie să aibă adoptată o politică de dividend a societății, ca un set de direcții referitoare la repartizarea profitului net, pe care compania declară că o va respecta. Principiile politicii de dividend trebuie să fie publicate pe pagina de internet a companiei.	✓		Politica de dividend a companiei este disponibilă pe site-ul Agroserv Măriuța, la secțiunea „Investitori”.
D3.	Compania trebuie să aibă adoptată o politică cu privire la prognoze și dacă acestea vor fi furnizate sau nu. Prognozele reprezintă concluziile cuantificate ale studiilor care vizează determinarea impactului total al unei liste de factori referitori la o perioadă viitoare (așa-numitele ipoteze). Politica trebuie să prevadă frecvența, perioada avută în vedere și conținutul prognozelor. Prognozele, dacă sunt publicate, vor fi parte a rapoartelor anuale, semestriale sau trimestriale. Politica cu privire la prognoze trebuie să fie publicată pe pagina de internet a societății.	✓		Politica Agroserv Măriuța privind prognozele este disponibilă pe site-ul companiei, la secțiunea „Investitori”.
D4.	Compania trebuie să stabilească data și locul unei adunări generale astfel încât să permită participarea unui număr cât mai mare de acționari.	✓		Agroserv Măriuța organizează și va continua să organizeze AGA în zile lucrătoare precum și online.
D5.	Rapoartele financiare vor include informații atât în română cât și în engleză, cu privire la	✓		Agroserv Măriuța emite toate informațiile pentru

	principalii factori care influențează schimbări la nivelul vânzărilor, profitului operațional, profitului net sau orice alt indicator financiar relevant.			investitori, inclusiv rapoarte financiare, în mod bilingv, în engleză și în România.
D6.	Compania va organiza cel puțin o întâlnire/ conferință telefonică cu analiști și investitori, în fiecare an. Informațiile prezentate cu aceste ocazii vor fi publicate în secțiunea relații cu investitorii de pe pagina de internet a societății, la momentul respectivei întâlniri/ conferințe telefonice.	✓		Agroserv Măriuța va organiza cel puțin o dată pe an „Ziua Investitorului MILK” - eveniment la care vor fi invitați toți stakeholderii, inclusiv investitori, analiști și reprezentanți mass-media.

DECLARAȚIA CONDUCERII

București, 21 martie 2022

Subsemnatul Nicușor Șerban, în calitate de Președinte al Consiliului de Administrație al Agroserv Măriuța S.A., declar pe proprie răspundere, cunoscând dispozițiile art. 326 Noul Cod Penal, cu privire la falsul în declarații, următoarele:

- După cunoștințele mele, raportarea contabilă a fost întocmită în conformitate cu standardele contabile aplicabile și oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea contabilă a activelor, obligațiilor, poziției financiare, contului de profit și pierdere ale Companiei;
- Raportul Anual aferent perioadei 01.01.2021 - 31.12.2021, transmis operatorului pieței de capital - BVB - precum și Autorității de Supraveghere Financiară, prezintă în mod corect și complet informațiile despre Companie.

Președinte Consiliu de Administrație,

Nicușor Șerban