



**Lăptăria
cu
caimac**

Raportul Consiliului de Administrație pentru 2022

AGROSERV MĂRIUȚA S.A.

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

Cuprins

INFORMAȚII EMITENT	2
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	10
DIFERENȚIEREA FAȚĂ DE CONCURENȚĂ	11
ECHIPA DE MANAGEMENT	13
CONSILIU DE ADMINISTRAȚIE	14
EVENIMENTE CHEIE ÎN 2022	18
ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE	20
ANALIZĂ P&L	22
CLIEȚI SEMNIFICATIVI	23
PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI	24
ANALIZĂ BILANȚ	25
BUGET 2023	28
RISCURI CHEIE	29
CASH-FLOW	35
PRINCIPII DE GUVERNANȚĂ CORPORATIVĂ	36
DECLARAȚIA CONDUCERII	39

Informații despre acest raport

Tipul raportului	Raport Consiliu de Administrație
Pentru exercițiul financiar	01.01.2022 – 31.12.2022
Data publicării	24.03.2023
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 individuale la 31 decembrie 2022, 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,

Vă prezentăm raportul pentru anul 2022, un an fără precedent și, probabil, cel mai dificil an din istoria Agroserv Mariuța, dar și a altor jucători din sectorul lactatelor, aspect menționat și în presa locală și internațională.

Prin urmare, pe parcursul anului anterior, în loc să ne concentrăm pe proiecte de dezvoltare și inovație, am fost nevoiți să abordăm mai multe crize cauzate de majorarea prețurilor la energie, combustibil, precum și inflație. În plus, tuturor acestor factori negativi li s-a adăugat și seceta din primăvara anului 2022, care a afectat puternic afacerea noastră și a dus la o scădere a producției agricole în general.

Astfel, am încheiat anul 2022 departe de obiectivele pe care ni le-am stabilit la începutul anului. Venituri din exploatare au ajuns la 112 milioane lei (+7% față de 2021), cheltuielile au crescut mai repede decât veniturile, în creștere cu 11%, atingând 108,6 milioane lei, rezultând astfel un rezultat operațional de 3,4 milioane lei, în scădere cu 49% față de anul 2021. Pierderea financiară s-a majorat cu 9%, până la 5,3 milioane lei, rezultând astfel o pierdere netă de 1,9 milioane lei aferentă anului 2022.

Privind în viitor, prioritatea noastră pentru 2023 este să readucem compania la profitabilitate. Obiectivul nostru în 2023 este să generăm o cifră de afaceri de 79.6 milioane de lei, cu o marjă brută de 23.4 milioane de lei, EBITDA de 17.9 milioane lei, precum și un rezultat net de 2.1 milioane de lei. În ceea ce privește cele 3 linii de business, în anul 2023, strategia noastră se va concentra pe următoarele direcții:

- **Ferma vegetală:** Toate culturile au fost înființate cu succes conform calendarului anului agricol, iar la acest moment pregătim infrastructura pentru extinderea sistemului de irigații;
- **Ferma zootehnică:** Pe finalul anului 2022 am crescut numărul vacilor la muls și în 2023 ne vom concentra pe creșterea productivității, menținerea sănătății animalelor și controlul costurilor;
- **Fabrica de procesare:**
 - Susținem în continuare creșterea brandului Lăptăria cu Caimac la nivel național, prin consolidarea poziției noastre și creșterea numărului de produse prezente la raft în fiecare magazin;
 - Vom continua politica de control strict al costurilor pentru a asigura o performanță financiară sustenabilă;
 - În 2023, vrem să creștem numărul de produse disponibile la raft în fiecare magazin și să penetrăm o rețea IKA nouă; și
 - Vom continua să diversificăm oferta de produse, în principal prin creșterea numărului de produse din categoria brânzeturi și prin lansarea unei game complet noi.



Pe de altă parte, în acest an ne dorim să continuăm investițiile pe care le-am întârziat din cauza contextului neprielnic. Prin urmare, dorim să atragem capital de la investitori în vederea sprijinirii a două investiții majore și sustenabile, ceea ce va îmbunătăți, de asemenea, profitabilitatea generală a afacerii pe termen mediu și va reprezenta un aspect inovator al afacerii noastre, dar și al întregului sector.

Prima investiție vizează un sistem de recuperare, spălare și re folosire a sticlelor și borcanelor, care va reduce costurile cu ambalajele și dependența de furnizorii de ambalaje, va aduce economii la taxele fondului de mediu și va contribui la o creștere a veniturilor prin oferirea serviciilor de spălare ambalaje către alți agenți economici. Această investiție va avea un impact major asupra mediului și va ajuta compania să devină mai sustenabilă.

A doua investiție vizează o stație de bio gaz, care va folosi deșeurile fermei de vaci pentru a produce energie și va acoperi necesarul de energie al fermei și fabricii fără a mai fi nevoie să apeleze la surse poluante. Acest proiect este aliniat cu directivele UE, în mod particular cu Pactul Verde European, și va ajuta compania să devină neutră din punct de vedere al impactului asupra climei până în anul 2030.. De asemenea, în viitor, acest proiect ne va ajuta să stabilizăm costurile cu energia și să reducem gradul de volatilitate și impactul șocuri precum cele înregistrate în cursul anului 2023, asupra structurii noastre de costuri.

Pentru ambele investiții ne pregătim să accesăm fonduri nerambursabile, finanțare bancară, alături de fonduri proprii printr-o mărire de capital. Calendarul acestor proiecte va depinde de sesiunile de accesare a fondurilor nerambursabile.

În paginile următoare ale acestui raport sunt prezentate mai multe detalii despre activitatea noastră din 2022. 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 noua 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 35-40% 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 2.900 de animale rasa Holstein Friesian, incluzând tăurașii, tineretul. Dintre acestea, aproximativ 1.100 dintre vaci sunt la muls zilnic. Managementul performant al fermei, investiții în infrastructura și dezvoltarea echipei, selecția celor mai bune animale împreună cu îngrijirea lor la nivel înalt au dus producția la final de 2022 la vârfuri de peste 40.000 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 sustenabila, inovația și performanța în agricultura.

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". Ulterior, în anul 2022, a fost dată în folosință și o a doua hală care conține un depozit produse finite, camere de maturare brânzeturi și secția de brânză și unt.

De aproape 5 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. Începând cu 2021 fabrica Lăptăriei cu caimac este certificată conform standardelor internaționale de calitate IFS.

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. În cadrul plasamentului privat, Compania a oferit spre vânzare 431.020 de acțiuni emise prin majorare de capital social, 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, la 40 clienți în 2017 pe total firmă, la 157 clienți doar ai fabricii în 2022.

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 2022 Compania numără 7 astfel de clienți din care 4 chiar prezenți în top 10 clienți după total rulaj în 2022.

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 2022 se regăseau lanțurile internaționale de magazine Mega Image, Auchan, Carrefour, Profi Rom Food, asigurând așadar o distribuție variată și acoperire națională din ce în ce mai eficientă.

CERTIFICĂRI

Compania a obținut pentru prima dată, 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, UK și alte țări.

Compania si-a menținut certificările și în urma auditului din 2022. În 2023 compania și-a menținut certificarea IFS trecând la nivelul 7.1, dar a renunțat voluntar la certificare BRC aceasta fiind mai puțin populară în rândul țărilor vizate ca posibilități de export.



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 lăurtul 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: lăurtul 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 măturare și al cărei stoc s-a vândut în două săptămâni într-o singură rețea de magazine, Miere și Polen în lăurt – 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 iăurt 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.

În anul 2022, ulterior punerii în funcțiune a liniei de producție a untului, Compania a lansat 2 produse noi: Untul cel Lăptos și Untul cel cu Sare, ce se vor găsi permanent la raft, precum și Untul cel cu Leurdă – produs sezonier. De asemenea, în 2022 Compania a început colaborarea cu alți retaileri online și a diversificat gama de produse în rețelele unde era deja prezentă.

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;
- lăurt (5% grăsime), 300 grame, ambalat la borcan;
- lăurt mic (2.7% grăsime), 190 g, ambalat la borcan;
- lăurt de 10 (10% grăsime), 190 g, ambalat la borcan;
- Lapte bătut (2% grăsime), 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;
- Caș zvântat (foarte puțin sărat) – cutie de carton conținând 2 bucăți vidate, 225 grame;
- Alte brânzeturi maturate - Miez de brânză, Brânza Măriuța, Brânza englezească;
- Ciocolată-n lapte – sticlă, 240 ml, unicul produs din retail care conține ciocolată adevărată, belgiană de origine unică;
- Brânză proaspătă - vânzare vrac;
- Miere și Polen în iaurt;
- Rotocol de cașcaval;
- Ayran – specialitate orientală;
- Untul cel lăptos;
- Untul cel sărat-afumat;
- Brânza cu smântână.

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

În luna august 2022 compania a pus în piață un produs: **Brânza cu Smântână** – ambalat în borcan la 190g. Este un produs care combină brânza proaspătă de vacă și smântână grasă.

Are o textură cremoasă, onctuoasă și este perfect tartinabilă. Este produs natural 100%, care nu conține conservanți, stabilizatori sau alte adaosuri.

Este cremoasă datorită procesului unic de producție fără a fi nevoie de aditivi. Se găsește în rețeaua Mega Image, în magazinele Cora, pe freshful.ro, pe sezamo.ro, și în aplicațiile Bolt market, și Glovo Express, precum și în băcării și magazine mai mici. În octombrie a ajuns la Carrefour și Untul cel cu Turmeric și Busuioc.

Din iunie 2018 și până la final de 2022, Lăptăria cu Caimac și-a dezvoltat distribuția în peste 2.300 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.;
- magazine sau aplicații de cumpărături online: freshful.ro, sezamo.ro, Bolt Market, Glovo Express;
- 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: sortimentație 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 1,84% , iar pe segmentul de iaurturi 2,79% în IKA (total iaurturi proprii raportate la total categorie iaurturi, incluzând băuturi).

Din datele Companiei, evoluția segmentelor relevante din piața națională la nivelul anului 2022 versus 2021 este:

- categoria lapte proaspăt a scăzut cu 3% în volum;
- categoria unt a scăzut cu 9,5% în volum;
- categoria iaurt a scăzut cu 6,5% în volum;
- categoria smântână a scăzut cu 7% în volum.

Referințe externe:

- Despre provocările anului 2022 pentru Grupul Lactalis, interviu în Revista Progresiv [AICI](#).
- Despre noile contexte ale pieței, apărute în 2022, precum și previziuni pentru 2023 din partea companiei Bringo, interviu în Revista Progresiv [AICI](#).
- Despre cum criza energetică a lovit industria lactatelor, articol în Ziarul Financiar [AICI](#).

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 România 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 România (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.

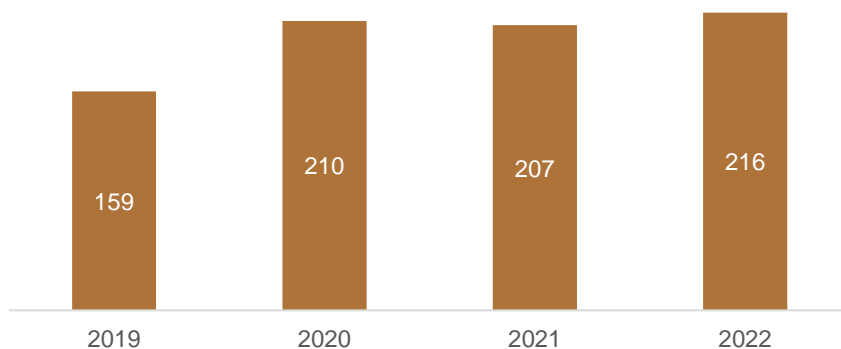
Încă un aspect important îl reprezintă componenta mai multor linii de business (unic în piață în această privință): Compania activează și în zona bunurilor de larg consum prin vânzarea produselor lactate în comerțul modern / tradițional / HoReCa, dar are și o componentă solidă în agricultura de bază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

PERSONAL

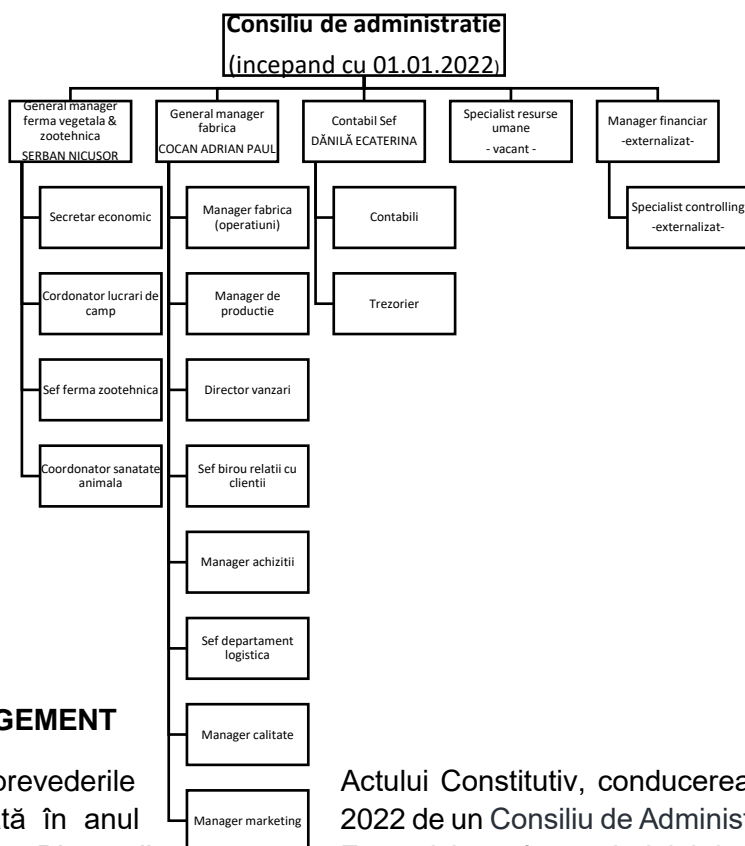
Unul dintre cele mai valoroase componente ale afacerii Companiei o reprezintă angajații săi. Compania oferă șanse angajaților tineri care se află la primul loc de muncă, precum și oportunități de dezvoltare în carieră, disponibile frecvent, deoarece Compania se află într-o etapă de creștere.

La data de 31.12.2022, numărul de angajați care își desfășurau activitatea în cadrul Companiei era de 216 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 207 la finele anului 2020, pe seama creșterii a cererii de produse Lăptăria cu Caimac și dezvoltării lanțului de distribuție.

Evoluție număr angajați



Organigrama companiei pentru anul 2022 este prezentată mai jos:



ECHIPA DE MANAGEMENT

În conformitate cu prevederile S.A. a fost asigurată în anul membri, și de Directorii

Actului Constitutiv, conducerea Agroserv Mariuța 2022 de un Consiliu de Administrație format din trei Executivi, conform tabelului de mai jos:

Directorii Executivi	
Nicușor Șerban	Director de Divizie Zootehnică și Vegetală
Mădălina Cocan	Director General
Adrian Cocan	Director de Investiții și Dezvoltare
Cristian Sterie	Director de Vânzări Divizia Lactate
Gabriel Daniel Marin	Director de Producție Divizia Lactate
Ecaterina Dănilă	Contabil Șef
Daniela Nedu	Manager de calitate

Serban Nicușor, Fondator si 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).

Mădălina Cocan, Director General, 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.

Adrian Cocan, Director de Investiții și Dezvoltare, 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.

Gabriel Marin, Manager Producție divizia lactate, 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.

Cristian Sterie, Director de vânzări divizia lactate a absolvit facultatea de Management-Marketing în cadrul Universității Româno-Americane și a început cariera în vânzări în 2001, lucrând în companii precum: Nestle (Icecream), Dobrogea Group, Covalact, Angst.

CONSILIU DE ADMINISTRAȚIE

Compania este administrată de un Consiliu de Administrație, format din trei membri aleși cu un mandat de patru ani, începând cu data de 01.01.2022. La data redactării acestui raport, Consiliul de Administrație al Agroserv Măriuța are următoarea componență:

- Nicușor Șerban, Președinte Consiliu de Administrație al Agroserv Măriuța
- Cornel Dănilă, Membru independent și neexecutiv
- Mișu Negrițoiu, Membru independent și neexecutiv

Nicușor Șerban

Remunerație: În anul 2022, cuantumul remunerației plătite și beneficiile în natură acordate de către Emitent lui Șerban Nicușor reprezintă:

- Remunerație brută anuală în valoare de 61023 RON lei;
- Alte beneficii: Asigurare de viață.

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În prezent Șerban Nicușor este asociat activ în compania Agrobrest 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 o concurează pe cea a Emitentului. Domnul Nicușor Șerban se află în relații de rudenie cu acționarul majoritar al Agroserv

Mariuța, doamna Mădălina Cocan, care, la data de 31.12.2022, deținea 67,4986% din capitalul social al Companiei.

Cornel Dănilă

Remunerație: În anul 2022, cuantumul remunerației plătite și beneficiile în natură acordate de către Emitent lui Cornel Dănilă reprezintă:

- Remunerație brută anuală în valoare de 52.303 lei;
- Alte beneficii: 0

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În prezent Cornel Dănilă este asociat activ în compania Unique management Solutions, Trade Management Solutions și SC H&D Comercial SRL.
- În ultimii 5 ani, lui Cornel Dănilă 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, a existat o cerere de insolvență depusă în Octombrie 2022 pentru compania Trade Management Solutions SRL unde Cornel Dănilă deține 51% din capital social. Încă nu există o decizie a unei instanțe de judecată cu privire la această cerere. În ultimii 5 ani, nu au existat cazuri de lichidare, faliment sau administrare specială ale unor societăți comerciale, din ale căror consilii de administrație sau supervizare să facă parte Cornel Dănilă.
- Cornel Dănilă 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.

Mișu Negrițoiu

Remunerație: În anul 2022, cuantumul remunerației plătite și beneficiile în natură acordate de către Emitent lui Mișu Negrițoiu reprezintă:

- Remunerație brută anuală în valoare de 52.303 lei;
- Alte beneficii: 0

Informații adiționale, conform reglementarilor legale:

- În prezent Mișu Negrițoiu este asociat activ în compania MNP Financial Experience SRL, precum și membru în Consiliul de Administrație al Transfond SA și al Credex IFN.
- În ultimii 5 ani, lui Mișu Negrițoiu 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 Mișu Negrițoiu.

- Mișu Negrițoiu 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.

În 2022, Consiliul de Administrație a fost evaluat de către Președintele acestuia, concluziile evaluării fiind că membrii și-au îndeplinit obligațiile conform prevederilor actului constitutiv și ale dispozițiilor legale aplicabile. De asemenea, pe parcursul anului trecut au avut loc 13 întâlniri ale Consiliului de Administrație.

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.

În perioada 01.01.2022 – 31.12.2022, investitorii au tranzacționat acțiuni MILK în cadrul a 5.636 de tranzacții, în valoare totală de peste 10 de milioane lei. La 31.12.2022, structura acționariatului companiei era următoarea:

Acționar	Număr Acțiuni	Procent
Mădălina Oana Cocan	7.010.490	67,4986 %
Persoane fizice	1.779.590	17,1343 %
EVERGENT INVESTMENTS S.A.	1.188.612	11,4442%
Persoane juridice	407.428	3,9228%
TOTAL	10.386.120	100%

În 2022, 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 04.05.2023 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.

EVENIMENTE CHEIE ÎN 2022

Evenimentele cheie din 2022 care au avut un impact și vor continua să aibă impact asupra afacerii Agroserv Măriuța SA sunt următoarele:

NUMIREA PREȘEDINTELUI CA ȘI A DIRECTORILOR COMPANIEI

În data de 18 ianuarie 2022, Compania a informat piața cu privire la alegerea de către Consiliul de Administrație al Companiei („CA”) a domnului Nicușor Șerban în calitate de Președinte al Consiliului de Administrație. În cadrul aceleiași ședințe, CA a numit următorii directori ai Companiei: 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 expiră la data de 03.01.2024.

DESCHIDEREA UNUI DEPOZIT DE FRIG

În T1 2022, Compania a deschis un nou depozit de frig, situat într-o clădire dezvoltată cu fondurile obținute din obligațiunile emise la data de 04 noiembrie 2020 (simbol MILK25E), în valoare totală de 3 milioane de euro. Unitatea 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 1 februarie 2022.

DESCHIDEREA UNEI NOI UNITĂȚI DE PRODUCȚIE

În data de 8 februarie 2022, Compania a deschis noua unitate de producție construită din fondurile obținute din emisiunea de obligațiuni MILK25E. Noua unitate va deține liniile de producție de brânzeturi și unt. Linia de producție brânzeturi poate 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 a fost pusă în funcțiune în data de 18 aprilie 2022.

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.

ÎNCHEIERE CONTRACT CU MARKANT AG

În data de 11 martie 2022, Compania a anunțat piața cu privire la încheierea unui acord, pe o perioadă nelimitată de timp, cu termeni și condiții negociate până în anul 2025, cu Markant AG, cel mai mare intermediar european de servicii între marile lanțuri de retail și producătorii de alimente și alte produse alimentare. Prin intermediul contractului, Compania va avea acces la 150 de rețele mari de retail, asigurând totodată securitatea operațională a comenzilor și plăților. Markant AG oferă servicii de intermediere plăți, servicii EDI, informații și analize de la raft, integrări B2B, garanție deplină a încasării facturilor emise. În 2021, compania Markant AG a intermediat plăți de peste 53 de miliarde de euro între 150 de lanțuri importante de retail europene și peste 14.000 de companii de producție.

Prin încheierea contractului, Compania continuă să se extindă pe piețele europene, vizând în special țările cu cele mai mari importuri de produse lactate finite, cum ar fi Germania, Austria, Belgia și Polonia.

ADUNAREA GENERALĂ ORDINARĂ A ACȚIONARILOR DIN DATA DE 21.04.2022

În data de 21 martie 2022, Consiliul de Administrație al Agroserv Măriuța a decis convocarea Adunării Ordinare ale Acționarilor Companiei pentru data de 21 aprilie 2022. Cvorumul legal și statutar aferent adunării a fost constituit la prima convocare.

Punctele cheie aprobate în cadrul adunării au fost:

- Aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli individual pentru exercițiul financiar 2022;
- 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 Companiei și 1.650.491,87 lei pentru acoperirea parțială a pierderii fiscale a anului 2020;
- Remunerația membrilor Consiliului de Administrație pentru exercițiul financiar aferent anului 2022 la nivelul de 3.000 lei (net)/lună, și la nivelul de 3.500 lei (net)/lună pentru Președintele Consiliului de Administrație, în conformitate cu politica de remunerare a Companiei.

PRODUSE NOI

În luna iunie a acestui an, compania a lansat trei noi tipuri de unt, produse în cadrul liniei de producție a untului construită din fondurile obținute din emisiunea de obligațiuni MILK25E: Untul cel Lăptos, Untul cel cu Sare și Untul cel cu Leurdă.

Toate produsele companiei sunt disponibile magazine fizice, precum Mega Image, Carrefour, Auchan, Cora, Profi, Carrefour Market/Express, Selgros sau Metro, dar și online pe Freshful.ro, Sezamo, Bolt Market sau alte platforme.



Untul cel cu Leurdă a fost un produs sezonier, disponibil atât timp cât leurda recoltată din Apuseni, de către partenerii noștri a fost disponibilă. Ulterior, Compania a lansat alte 2 produse în gama de unt: Untul cel cu Busuioc și Turmeric și Untul cel cu Ceapa și Mărar.

OBȚINEREA UNUI GRANT

În data de 07 decembrie 2022, Compania a informat investitorii cu privire la obținerea unui grant în valoare de 682.810,20 lei, din care 89.062,20 lei reprezintă cofinanțare din partea Companiei.

Printre principalele cerințe ale proiectului se numără acela al menținerii activității pe o perioadă de minim 6 luni și cel referitor la menținerea/suplimentarea numărului locurilor de muncă față de data depunerii cererii, pe o perioadă de minimum 6 luni, la data acordării granturilor.

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 2022 activitatea de procesare lapte a continuat să reprezinte linia principală de business.

În 2022 cifra de afaceri a fost de 72,9 milioane de lei, în creștere cu 7% față de perioada similară a anului 2021. Liniile de business fabrică și zootehnie au înregistrat o evoluție pozitivă în 2022, înregistrând creșteri de 14%, respectiv 13%, iar linia vegetală a înregistrat o scădere de 14% față de performanța din 2021.

Sume prezentate mai jos includ deja reducerile acordate conturilor cheie (key accounts) ale companiei, în linie cu clauzele contractuale.

ÎMPĂRȚIRE P&L	VEGETALĂ	ZOOTEHNIE	FABRICĂ	TOTAL
2022	15.433.962	14.637.196	42.786.706	72.857.864
2021	17.936.362	12.903.061	37.501.512	68.340.934
Δ%	-14%	13%	14%	7%

FERMA VEGETALĂ

Veniturile din activitatea vegetală s-au ridicat la 15,4 milioane de lei în 2022. Conform APIA, suprafața cultivată de către Companie în perioada analizată a fost de puțin peste 2.500 ha, acestea fiind în proprietate sau arendă. Culturile sunt reprezentate de grâu, în proporție de 27% din suprafață, porumb (Cultura 1) – 48%, rapiță – 19%, altele – 6%. Până la finalul anului 2022, Compania a înregistrat o producție totală de 27.958 tone, din care cultura de porumb însilozat a reprezentat 50% din această producție, grâu – 16%, porumb – 14%, cea de secară însilozată - 9%, lucerna însilozată - 7% și rapiță – 4%. Scăderea cifrei de afaceri provenite din activitate vegetală a fost cauzată de o producție mai mică pe hectar față de anul 2021, din cauza secetei.

În acest context, Compania a înregistrat următoarea producție:

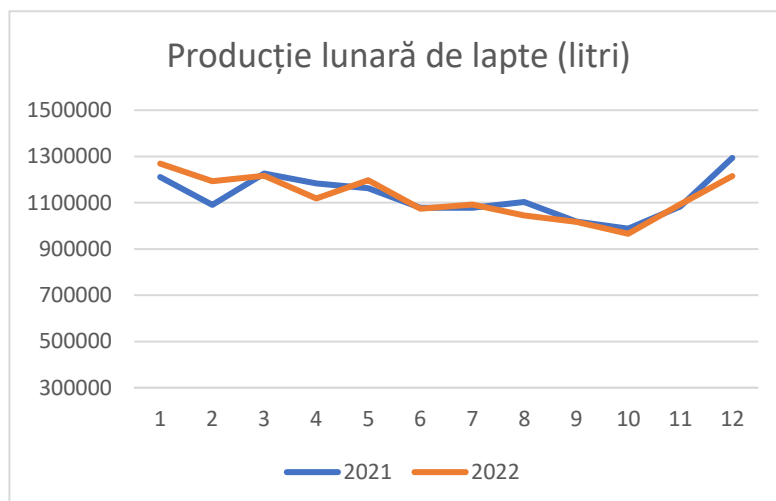
DENUMIRE	UNITĂȚI - KG
BALOȚI LUCERNĂ	292.000
GRÂU	4.358.280
PORUMB	3.930.940
RAPITȚĂ	1.193.370
SILOZ LUCERNĂ COASA 1-2022	559.200
SILOZ LUCERNĂ COASA 2-2022	1.004.840
SILOZ LUCERNĂ COASA 3-2022	67.160
SILOZ PORUMB	13.941.310

Pentru comparație, la nivelul României, producția totală de grâu a fost de 9,18 milioane de tone (4,4 tone/ha în medie), cea de rapiță s-a situat în jurul valorii de 1,56 milioane de tone (3,3 tone/ha în medie raportat la ha cultivate) și 9 milioane de tone pentru porumb (3,1 tone/ha în medie).

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.

Veniturile din activitatea de zootehnie au înregistrat o valoare de 14,6 milioane de lei, în principal datorită vânzării de lapte crud, de 9,3 milioane de lei, urmată de vânzarea de animale, de 2 milioane de lei. În 2022, producția totală de lapte a fost de 13 milioane litri, similar cu 2021. Numărul mediu al vacilor mulse zilnic în 2022 a fost în medie de 991 capete/zi, număr total de vaci la muls la nivelul lunii decembrie a ajuns la 1.160. Prin urmare, producția medie în 2022 a fost de peste 37 tone/zi, la fel ca în perioada similară a anului trecut. Fabrica a utilizat 56% din producția de lapte a fermei, similar cu 2021, scăderea vânzărilor pe anumite SKU fiind compensată de lansarea untului.



PROCESAREA LAPTELUI (LĂPTĂRIA CU CAIMAC)

În 2022, Compania a procesat 8.110.080 de litri de lapte în fabrică, o creștere cu 7% față de 2021. Veniturile din vânzarea de produse lactate, semifabricate, precum și de mărfuri au atins valoarea de 42,8 milioane de lei (după acordarea reducerilor), acestea având cea mai mare contribuție la cifra de afaceri generată în 2022, în creștere cu 14% față de anul 2021. Creșterea în 2022 a fost determinată de majorarea volumelor vândute, creșterea numărului de produse în magazine și de creșterea numărului de magazine independente.

În 2022, compania a înregistrat venituri de 1,8 milioane de lei din vânzarea mărfurilor, reprezentând vânzările prin magazinul propriu și vânzări din ferma. În august 2021, Compania a înființat punctul de lucru Movilița și, prin urmare, începând cu cel de-al doilea semestru din 2021, vânzările aferente aceluși punct de lucru nu mai sunt asimilate produselor fabricii (în mod corespunzător, și cheltuielile cu mărfurile au crescut în cadrul P&L).

În anul 2022 Compania a adăugat patru noi produse lactate în portofoliul său: Untul cel Lăptos, Untul cel cu Sare, Untul cel cu Leurdă, ca urmare a deschiderii liniei de producție unt, precum și Brânza cu Smântâna – ambalat în borcan la 190g. Este un produs care combină brânza proaspătă de vacă și smântână grasă. **În T4 Untul cel cu Leurdă a fost înlocuit cu Untul cel cu Ceapă și Mărar și Untul cel cu Busuioc și Turmeric. Gama de unturi va evolua continuu, produsele fiind listate/delistate în funcție de sezonabilitate/interes/ediții speciale etc.**



Cele mai importante evoluții în categoriile de produse sunt reprezentate de creșterea volumică a vânzărilor de smântâna și unt cu 24% și a vânzărilor de brânzeturi cu 87 % și creștere valorică pe toate categoriile.

ANALIZĂ P&L

În 2022 cifra de afaceri a fost de 72,9 milioane de lei, în creștere cu 7% față de perioada similară a anului 2021. Cifra de afaceri aferentă fabricii a crescut cu 14%, veniturile aferente acestei linii de business ridicând-se la 42.8 mil lei.

Veniturile din subvenții s-au ridicat la 4,7 milioane de lei, o scădere cu 25% și includ, ca și anul trecut, subvențiile agricole primite din partea APIA și grantul menționat mai sus. Scăderea înregistrată este legată de faptul că în 2021, Compania a primit și o subvenție COVID-19, ca urmare a contextului pandemic din 2020. Alte venituri din exploatare au ajuns la 3,2 milioane de lei, o scădere de 2% din cauza faptului că în 2021, Compania a avut oportunitatea de a revinde borcane mici, care au fost achiziționate, dar nu au mai fost folosite. Această activitate secundară (*non-core*) a fost înregistrată contabil în linia de alte venituri de exploatare și a fost realizată doar în 2021.

Cheltuielile din exploatare au crescut într-un ritm mai rapid decât veniturile, fiind mai mari cu 11% față de 2021, ajungând la 108,6 milioane de lei în 2022. Principala contribuție a fost adusă de cheltuielile cu materiile prime și materialele consumabile, care au crescut cu 24%, până la 62,4 milioane de lei. Această creștere a fost determinată de majorarea prețurilor la energie, combustibil și de contextul general inflaționist în special, așa cum a fost raportat și la T3 2022, care a condus la creșterea costurilor cu materii prime și consumabile, peste rata de creștere a veniturilor din exploatare.

A doua cea mai mare contribuție au avut-o categoria alte cheltuieli din exploatare, care au atins suma de 19,3 milioane de lei, cu 10% mai puțin decât în 2021. Această poziție include cheltuielile serviciile prestate de terți (servicii de logistică, merchandising, analize de laborator etc), arendă, cheltuieli cu asigurare pentru imobile, mașini, echipamente, asigurarea culturilor vegetale, etc., cheltuielile cu operațiunile bancare. Reducerea cu 10% a acestor costuri este rezultatul controlului mai strict al costurilor, efectuat de către companie în contextul unui an dificil.

Cheltuielile de personal au scăzut cu 3%, ajungând la 12,3 milioane de lei, având în vedere faptul că numărul mediu de angajați a scăzut de la 213 angajați cu normă întreagă în 2021, la 204 salariați în 2022. Scăderea este și rezultatul unui control mai strict al costurilor, chiar și în contextul în care în anul 2022 compania a majorat salariile pentru a fi competitivi pe piața muncii, dar și ca urmare a majorării salariului minim pe economie și de creșterea impusă de modificările legislative

pentru domeniul agriculturii, din luna iunie a anului 2022. Astfel, salariile angajaților din fabrică și fermă au crescut, pe fondul majorării salariului minim la 3.000 de lei brut pentru angajații din sectorul agro-alimentar. Cheltuielile cu amortizarea și ajustările de valoare au fost de 9,6 milioane de lei, o scădere de 5%.

Rezultatul operațional al companiei a scăzut de la 6.6 milioane lei până la 3,4 milioane de lei, pe fondul creșterii rapide a costurilor, determinată de inflație și imposibilitatea transpunerii tuturor costurilor către clientul final în perioada analizată. Pentru a transpune costurile în prețul de vânzare compania are mai multe constrângeri: acceptarea acestuia de către clienții IKA în cazul lactatelor (negocierea dintr-o poziție inferioară față de aceștia datorită dimensiunii companiei) și a faptului că pe piața de cereale există cotații internaționale, produsele fiind *commodities*.

Veniturile financiare au scăzut cu 31%, până la 0,8 milioane de lei datorită diferențelor de curs valutar nefavorabile. Cheltuielile financiare au crescut cu 1%, până la 6,1 milioane de lei și au inclus în principal dobânzi (atât dobânda la obligațiunile corporative, precum și dobânda aferentă creditelor bancare accesate de companie).

Rezultatul financiar înregistrat pentru 2022 a fost o pierdere de 5,3 milion de lei, o creștere de 9%, față de 4,9 milioane de lei înregistrată în anul 2021. Drept urmare, compania a încheiat 2022 cu o pierdere netă de 1,9 milion de lei, față de un profit net de 1,7 milioane de lei înregistrat în 2021, rezultatul net fiind egal cu cel brut.

CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Venituri din exploatare	104.316.723	112.029.449	7%
Cheltuieli din exploatare	97.712.028	108.611.610	11%
Rezultat operațional	6.601.182	3.398.631	-49%
Rezultat financiar	(4.867.336)	(5.310.412)	9%
Rezultat brut	1.737.360	(1.892.573)	-209%
Rezultat net	1.737.360	(1.892.573)	-209%

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 2022, brandul Lăptăria cu Caimac era prezent în 2.090 magazine ale marilor rețele și 450 de magazine din categoria magazinelor independente, crescând astfel distribuția numerică cu 2%. Pe fondul unui control al costurilor, s-au optimizat rute și portofolii de clienți mici. Cea mai importantă creștere rezultă din creșterea numărului de magazine IKA în care Compania este prezentă. Cea mai mare extindere a anului 2022 o reprezintă extinderea în rețeaua Mega Image, având în vedere numărul de magazine.

Pe baza estimărilor echipei de management, gradul de penetrare a pieței a crescut de la 60% în 2021 la 62% în 2022.

În anul 2022 compania a avut un număr de 351 de clienți, în top 5 situându-se următoarele companii:

DENUMIRE	DOMENIU DE ACTIVITATE	PONDERE ÎN CA TOTALĂ
CLIENT 1	RETAIL	22%
CLIENT 2	RETAIL	13%
CLIENT 3	COMERT CU RIDICATA PROD AGRICOLE	8%

CLIENT 4	RETAIL	7%
CLIENT 5	DISTRIBUȚIE ȘI PRODUCȚIE PRODUSE ALIMENTARE	6%

PRINCIPALII INDICATORI OPERAȚIONALI

Indicatori de performanță privind producția:

- (i) Capacitate totală producție: 119.000 litri de lapte crud pe zi, în prezent, gradul de utilizare este de 28% din total capacitate (fabrica inițială + secția nouă). Cantitatea de lapte procesat în medie, a crescut de mai bine de 9,67 ori, de la 2.152 l/zi în 2018 (luând în calcul perioada iunie – decembrie), la 22.361,5l/zi în 2022 (medie la 365 zile), ca urmare a dezvoltării brandului Lăptăria cu Caimac. Numărul de produse vândute a înregistrat o creștere de aproape 15 ori, de la aproximativ 520.000 unități în 2018 (luând în calcul perioada iunie – decembrie), la 7.786.013 de unități în 2022, o scădere de 3% față de 2021. Aceasta evoluție se datorează fluctuațiilor pieței, a scăderii generale a vânzărilor în industrie, în special în primul semestru al lui 2022.
- (ii) Costul de producție mediu 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; 2022 – 2,13 lei/litru.
- (iii) Durata ciclului de producție: 24h pentru 90% din produse (pentru brânzeturi poate ajunge și la 76 de zile);
- (iv) Rata de pierdere în producție a avut o dinamică pozitivă în perioada de analiză ajungând la 1,04%.
- (v) Volumul de produse / angajat a crescut de asemenea, de la 41,72 unități / ora în 2018, la 43.9 unități/oră în 2022, ceea ce reprezintă o dinamică de +5%.

Indicatori de performanță privind logistica:

- (i) Rata utilizării spațiului de depozitare: 34% (media săptămânală, depozit nou) – reprezintă valorile pentru anul 2022;
- (ii) Costurile de depozitare: nesemnificative – produsele stau între 8 și 36 de ore în depozit;
- (iii) Service level IKA: 96,1% în 2022, 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 nelivrată”.
- (iv) Pierderile logistice: 0,47%, 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 8 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 1%;
 - în comerțul tradițional sub 0,3%.

ANALIZĂ BILANȚ

În 2022, activele imobilizate au rămas la aproape același nivel, crescând cu 1%, până la 95 milioane de lei. Imobilizările corporale au înregistrat o creștere la același nivel, de 1%, până la 94,9 milioane de lei. Imobilizările corporale includ și animalele. La 31 decembrie 2022 sunt evidențiate în situațiile financiare ale companiei un efectiv de 1.281 capete vaci lapte de natura imobilizărilor corporale și un număr 1.660 capete juninci/vițe/viței/tăurași de natura stocurilor. Imobilizările necorporale au scăzut cu 45%, ajungând la 40 mii de lei, ca rezultat al uzurii naturale a mijloacelor fixe.

Activele circulante au crescut cu 6%, ajungând la 60,4 milioane de lei în 2022. Creșterea a fost determinată de majorarea stocurilor cu 26%, care au ajuns la 49,6 milioane de lei. Cea mai mare creștere la nivelul stocurilor față de începutul anului se înregistrează la furaje producție proprie și se datorează unei valori mai mari a furajelor stocate. De asemenea, stocul furajelor prezintă creștere față de începutul de an, fiind în concordanță cu sezonabilitatea activității vegetale și de zootehnie – la sfârșitul T3 2022 se constituie stocuri pentru perioada de iarnă, deoarece recolta s-a încheiat. O parte din aceste furaje au fost consumate în T4 2022 și se vor consuma până la T3 2023, când se va încheia următoarea recoltă.

Creanțele au scăzut 30% în 2022, înregistrând o valoare de 9,4 milioane de lei, datorită încasării unor facturi în T4 2022, generate ca urmare a livrărilor de cereale, junici și de servicii agricole care au avut loc în T2 și T3 2022. Există creanțe care au depășit data scadenței pentru care compania ia măsuri atât juridice, cât și amiabile. Poziția casa și conturi la bănci a scăzut cu 62%, până la 1,4 milioane de lei datorită investițiilor continue, dar și plăților efectuate către furnizori.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active imobilizate	93.833.305	94.976.567	1%
Active circulante	56.328.939	60.375.570	6%
Cheltuieli înregistrate în avans	361.825	542.573	50%
Total activ	150.524.069	155.894.710	3%

Datoriile pe termen scurt au crescut cu 18%, până la 74,2 milioane de lei. Creșterea este determinată de datoriile către furnizori, care au ajuns la 28,4 milioane de lei (+13%), toate având un termen sub 1 an, și de scadența la creditele pe termen scurt, respectiv la leasinguri și credite care au termen scadent mai mic de un an. Acestea din urmă au ajuns la 44,2 milioane de lei, o creștere de 24,5%. De asemenea, în 2022, Compania a accesat o linie de credit în valoare de 2,5 milioane de lei, cu scadență în mai 2023. Datoriile pe termen lung au scăzut cu 7% până la 38,9 milioane de lei, prin rambursarea unei părți din datoriile existente, precum și reclassificarea unora din categoria pe termen lung în cea pe termen scurt.

Provizioanele au fost stinse. Veniturile în avans au scăzut ușor, cu 12%, ajungând la 6,4 milioane de lei și includ în principiu subvențiile pentru investiții.

Capitalurile proprii au scăzut cu 5%, ajungând la 36,4 milioane de lei. Capitalul subscris, primele de capital și rezervele legale au rămas la același nivel ca la începutul anului, scăderea fiind generată de rezultatele raportate.

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Datorii curente	62.709.674	74.226.204	18%
Datorii pe termen lung	41.713.517	38.898.498	-7%
Provizioane	501.084	0	-100%
Venituri în avans	7.282.877	6.400.714	-12%
Total Datorii	112.207.152	119.525.416	7%
Capitaluri proprii	38.316.917	36.369.294	-5%
Total capitaluri proprii și datorii	150.524.069	155.894.710	4%

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. În anul 2023 Compania vizează o creștere a numărului de produse disponibile la raft în fiecare magazin și penetrarea unei rețele IKA noi.
- II. Diversificarea ofertei de produse sub marca Lăptăria cu Caimac, în principal prin creșterea numărului de produse din categoria brânzeturi precum și lansarea unei game complet noi. Pe lângă cele 3 tipuri de unt lansate în anul 2022, în anul 2023 compania are în plan actualizarea ofertei în funcție de sezonality.
- III. Creșterea vânzărilor de produse lactate și menținere prețurilor acestora în ritm cu inflația, coroborat cu un control al costurilor.
- 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. *Pentru a afla mai multe despre sustenabilitatea sticlelor de lapte, va recomandăm articolul publicat [AICI](#).*
- 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 plănuir să fie implementat începând cu anul 2023.

Pentru ambele investiții ne pregătim să accesăm fonduri nerambursabile, finanțare bancară, alături de fonduri proprii din mărirea de capital. Calendarul acestor proiecte depinde în prezent de sesiunile de accesare fonduri nerambursabile.

BUGET 2023

	LEI
Total cifră de afaceri, din care:	79.614.567
<i>Cifra de afaceri din activitate vegetală</i>	16.000.407
<i>Cifra de afaceri din activitate zootehnie</i>	15.275.057
<i>Cifra de afaceri din activitate fabrică</i>	48.339.104
Costul bunurilor vândute, din care:	(56.255.645)
<i>Cheltuieli directe de producție</i>	(59.497.026)
<i>Cheltuieli indirecte de producție</i>	(35.014.338)
<i>Costul mărfurilor vândute</i>	(1.025.961)
<i>Venituri din subvenții</i>	5.079.758
<i>Variația stocurilor</i>	32.150.000
Marja brută	23.358.922
Cheltuieli administrative, inclusiv reclama și publicitate	(5.448.974)
EBITDA	17.909.948
Amortizare	(9.585.868)
Subvenții pentru investiții	776.303
Rezultatul net din vânzarea de active	(889.625)
EBIT	8.210.759
Dobânzi și diferențe de curs	(6.112.911)
EBT	2.097.848
Impozit	0
Rezultatul net	2.097.848

RISCURI CHEIE

Cele mai semnificative riscuri legate de activitatea Agroserv Măriuța SA pentru anul 2023 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 2023 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 creditelor, 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 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 395ha) 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, imitarea unor produse sau al brandului/comunicării Companiei 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 lucrează 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 consumul 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 acapararea 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 preziona 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 lichidități Companiei în acel moment să nu fie suficiente pentru a satisface obligațiile de rambursare în cazul accelerării acestor obligații. Este posibil ca fluxul de numerar din operațiuni să nu fie suficient și astfel nu există nici o asigurare că Emitentul 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 farse 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)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Venituri din exploatare, din care:	104.316.723	112.029.449	7%
Cifra de afaceri	68.353.251	72.857.865	7%
Venituri aferente costului producției in curs de execuție	26.332.850	31.203.375	18%
Venituri din subvenții de exploatare	6.299.181	4.719.920	-25%
Alte venituri din exploatare	3.331.441	3.248.289	-2%
Cheltuieli din exploatare, din care:	97.712.028	108.611.610	11%
Cheltuieli cu materiile prime și materialele consumabile	50.144.087	62.356.177	24%
Cheltuieli cu personalul	12.728.298	12.334.480	-3%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	10.126.469	9.597.096	-5%
Alte cheltuieli de exploatare	21.354.712	19.258.983	-10%
Rezultat operațional	6.601.182	3.398.631	-49%
Venituri financiare	1.163.324	797.503	-31%
Cheltuieli financiare	6.030.660	6.107.915	1%
Rezultat financiar	(4.867.336)	(5.310.412)	9%
Venituri totale	105.480.047	112.826.952	7%
Cheltuieli totale	103.742.688	114.719.525	11%
Rezultat brut	1.737.360	(1.892.573)	-209%
Rezultat net	1.737.360	(1.892.573)	-209%

BILANȚ

INDICATORI DE BILANȚ (LEI)	31/12/2021	31/12/2022	Δ %
Active imobilizate, din care:	93.833.305	94.976.567	1%
Imobilizări necorporale	105.377	40.033	-62%
Imobilizări corporale	93.716.928	94.925.534	1%
Imobilizări financiare	11.000	11.000	0%
Active circulante, din care:	56.690.764	60.375.570	6%
Stocuri	39.323.797	49.639.892	26%
Creanțe	13.352.677	9.353.278	-30%
Casa și conturi la bănci	3.652.465	1.382.400	-62%
Cheltuieli înregistrate în avans	361.825	542.573	50%
Total activ	150.524.069	155.894.710	4%
Datorii curente, din care:	62.709.674	74.226.204	18%
Furnizori terți	25.105.069	28.366.527	13%
Datorii bancare	3.546.4641	4.2517.144	20%
Datorii față de acționari	80.954	32.409	-60%
Leasing financiar	0	1.249.660	100%
Alte datorii pe termen scurt	2.135.251	1.660.464	-22%
Datorii pe termen lung, din care:	41.637.276	38.898.498	-7%
Datorii bancare și obligațiuni	39.264.015	35.900.152	-9%
Leasing financiar	2.373.261	2.998.346	26%
Provizioane	501.084	0	-100%
Venituri în avans	7.282.877	6.400.714	-12%
Venituri din subvenții	7.282.877	6.400.714	-12%
Total Datorii	112.207.152	119.525.416	7%
Capitaluri proprii, din care:	38.316.917	36.369.294	-5%
Capital subscris și vărsat	1.038.612	1.038.612	0%
Prime de capital	19.352.798	19.352.798	0%
Rezerve legale	14.606.361	14.606.361	0%
Profit / (pierdere) raportată	1.668.654	3.264.096	96%
Profit / (pierdere) pentru perioadă	1.737.359	(1.892.573)	-209%
Total capitaluri proprii și datorii	150.524.069	155.894.710	4%

CASH-FLOW

	31 decembrie 2021	31 decembrie 2022
Fluxuri de trezorerie din activități de exploatare		
Profit/(pierdere) înainte de impozitări	1.737.359	(1.892.573)
<i>Ajustări pentru:</i>		
Amortizare aferentă imobilizărilor necorporale	336.791	133.152
Amortizare aferentă imobilizărilor corporale	9.789.678	9.472.057
Cheltuieli/(Venituri) aferente ajustărilor de valoare mijloace fixe	-	-
Cheltuieli/(Venituri) aferente provizioanelor de stocuri	189.788	(189.788)
Cheltuieli/(Venituri) aferente provizioanelor de clienți și conturi asimilate	466.250	(1.205.486)
Cheltuieli/(Venituri) aferente provizioanelor pentru riscuri și cheltuieli	(135.642)	(501.084)
(Câștig net)/Pierdere netă din ieșirea de imobilizări corporale	1.091.493	1.112.031
Venituri din subvenții	(1.002.405)	(882.163)
Cheltuieli cu dobânzile	4.400.718	4.383.141
Venituri din dobânzi	(5)	(11)
Flux de trezorerie generat din activitatea de exploatare înainte de modificări ale capitalului circulant	16.874.025	12.840.248
(Creșteri)/Descreșteri de creanțe	(3.828.703)	2.793.913
(Creșteri)/Descreșteri de cheltuieli în avans	915.784	(180.748)
(Creșteri)/Descreșteri de stocuri	(7.478.595)	(16.102.665)
Creșteri / (descreșteri) de datorii	5.298.772	2.016.291
Creșteri / (descreșteri) de venituri în avans	-	-
Dobânzi plătite	(4.400.718)	(4.383.141)
Dobânzi încasate	5	11
Impozit pe profit plătit	-	-
Numerar net din activități de exploatare	7.380.570	(3.016.089)
Fluxuri de trezorerie din activități de investiție		
Achiziții de active corporale	(33.741.185)	(5.883.002)
Achiziții de active necorporale	(63.299)	(67.808)
Împrumuturi (acordate)/restituite și imobilizări financiare	-	-
Încasări din vânzarea de imobilizări	1.002.767	1.454.008
(Achiziție)/Vânzare de acțiuni proprii	-	-
Flux de trezorerie net din activități de investiție	(32.801.717)	(4.496.802)

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.
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 membrilor CA 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 Consultanțul 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 Consultanț Autorizat, post-listare, pentru o perioadă de 12 luni.
A.5.1.	Persoană de legătură cu Consultanțul Autorizat	✓		
A.5.2.	Frecvența întâlnirilor cu Consultanțul 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 Consultanțul	✓		

	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 2022 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 include informații legate de remunerația Consiliului de Administrație 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 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: ordine 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	✓		Dacă este cazul, aceste informații vor fi publicate de companie pe site-ul Agroserv Măriuța, precum

	unui acționar, incluzând termenele limită și principiile unor astfel de operațiuni;			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 Consultanț 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 la sediu.
D5.	Rapoartele financiare vor include informații atât în română cât și în engleză, cu privire la principalii factori care influențează schimbări la nivelul vânzărilor, profitului operațional, profitului net sau orice alt indicator financiar relevant.	✓		Agroserv Măriuța emite toate informațiile pentru 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.	✓		Compania va continua să organizeze evenimente periodice pentru investitori

DECLARAȚIA CONDUCERII

București, 24 martie 2023

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 Consiliului de Administrație aferent perioadei 01.01.2022 - 31.12.2022, 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