



For The Better • من أجل الأفضل



نتائج النصف الأول 2023

تقرير مناقشة وتحليل الإدارة

2 أغسطس 2023

أداء قوي للنصف الأول من العام 2023: على المسار الصحيح لتحقيق إرشادات السنة الكاملة

- ارتفع صافي إيرادات المجموعة 10.3% على أساس سنوي، وارتفعت الإيرادات بحسب المقارنة بالمثل 3.1% بما يشمل أبو عوف في العام السابق.
- ارتفع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) للمجموعة 98 نقطة أساس سنويًا مدعومًا بتوسع الهامش في قطاعات الوجبات الخفيفة والبروتين والمياه والغذاء
- تراجع هامش الربح الصافي للمجموعة 23 نقطة أساس على أساس سنوي مع تسجيل 34 مليون درهم إماراتي إضافية عبارة عن تكاليف فائدة إضافية بالمقارنة بالعام السابق.
- الحفاظ على إرشادات العام بأكمله: نمو الإيرادات بنسبة 10% - 12% ، رفع هامش EBITDA 40-60 نقطة أساس ، رفع هامش صافي الربح + 30-50 نقطة أساس.

أعلنت مجموعة أغذية ش.م.ع. اليوم عن نتائجها الأولية للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2023.

**المؤشرات المالية
الإيرادات**

ارتفع صافي إيرادات المجموعة بنسبة 10.3% على أساس سنوي إلى 2.2 مليار درهم (مع نمو 3.6% في الأسعار و 6.7% في الأحجام*) ، حيث أدى التنوع الأكبر عبر الأعمال إلى تحسن عبر المنتجات والقنوات طوال النصف الأول من السنة. ارتفعت الإيرادات بحسب المقارنة بالمثل LFL ، بما في ذلك أبو عوف في الفترة المماثلة السابقة ، بنسبة 3.1% على أساس سنوي.

وتعدبلاً للتأثير السلبي على الإيرادات نتيجة تخفيض قيمة العملة في مصر (- 197 مليون درهم إماراتي) ، ارتفع صافي إيرادات المجموعة 20.2% على أساس سنوي ، مع نمو الإيرادات بحسب المقارنة بالمثل 12.3% على أساس سنوي معدل.

الإيرادات مليون درهم	النصف الأول 2023	النصف الأول 2022	نسبة التغير على أساس سنوي %
البروتين والأغذية المجمدة	498.4	573.2	-13.0% [#]
الإيرادات الكلية	498.4	573.2	-13.0% [#]
الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل			
الوجبات الخفيفة	601.2	414.0	+45.2%
الإيرادات الكلية	601.2	553.5	+8.6%
الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل *			
المياه والغذاء	505.2	474.8	+6.4%
الإيرادات الكلية	505.2	474.8	+6.4%
الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل			
مجموع قسم المستهلكين	1,604.7	1,462.0	+9.8%
الإيرادات الكلية	1,604.7	1,601.5	+0.2%
الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل *			

¹ صافي ربح المجموعة شاملاً حقوق الأقلية ؛ نفترض إرشادات عام 2023 بالكامل عدم وجود المزيد من عمليات الاستحواذ ، وسمر صرف الدولار الأمريكي / الجنيه المصري يبلغ 30.7 ، ومعدل لييبور لمدة 3 أشهر بنسبة 4.96% * تشمل إيرادات "المثل بالمثل (LFL)" أبو عوف (المستحوذ عليها في الربع الرابع من عام 2022) في الفترة المقارنة السابقة ؛ # بما في ذلك أبو عوف

المنتجات الزراعية			
			الإيرادات الكلية
+11.8%	533.6	596.6	الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل
+11.8%	533.6	596.6	المجموع الكامل
			الإيرادات الكلية
+10.3%	1,995.6	2,201.3	الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل *
+3.1%	2,135.1	2,201.3	

بعد امتصاص 197 مليون درهم من تخفيض قيمة العملات الأجنبية ؛ باستثناء تخفيض قيمة العملة ، كان نمو الإيرادات والإيرادات بحسب المقارنة بالمثل 21.3% على أساس سنوي.

تم تحقيق نمو مرتفع في الإيرادات من خاينة واحدة في الربع الثاني ، على الرغم من استمرار تحديات العملة ، وتأثير التغيير في الطلب بسبب شهر رمضان وفترة العيد السابقة مقارنة بالعام 2022 ، والربع الثاني الذي يعتبر أقل استهلاكاً لمنتجات التمر والهدايا كما كان الوضع في السابق.

- البروتين والأغذية المجمدة: على الرغم من انخفاض الإيرادات المبلغ عنها عبر قطاع البروتين والأغذية المجمدة بنسبة 13.0% في النصف الأول من عام 2023 على أساس سنوي ، كان هذا في الغالب نتيجة استمرار تحديات العملة في مصر ، مع نمو الإيرادات بنسبة 21.3% (19.8% في الربع الثاني) عبر القطاع باستثناء تأثير العملة.

في مصر ، أدى التسعير القوي والمزيج الإيجابي للبروتين ، المدعوم بعلامة تجارية قوية وتمتد هرمي واضح للعلامة التجارية ، بالإضافة إلى الأداء القوي من الخضروات المجمدة ، إلى نمو الإيرادات بالعملة المحلية بنسبة 42.5% (39.5% في الربع الثاني).

في الأردن ، كان هناك نمو قوي في صادرات التجزئة (لا سيما في العراق وقطر والكويت وسلطنة عمان) تزامن مع انخفاض حجم الخدمات الغذائية في المملكة العربية السعودية حيث أدى ارتفاع الرسوم الجمركية والمشهد المحلي الأكثر تنافسية إلى زيادة مرونة الطلب. استمرت عملية بناء منشأة البروتين الجديدة في المملكة العربية السعودية بوتيرة سريعة ، وبمجرد بدء التشغيل خلال الربع الأول من عام 2024 ، ستوفر طاقة إنتاج محلية باقتصاديات مواتية نسبياً.

وعبر السوق المحلي ، عوض المشهد الترويجي في قنوات البيع بالتجزئة وقنوات التموين نمواً جيداً في حجم الخدمات الغذائية ، مع تنفيذ إستراتيجية العلامات التجارية المتدرجة في الصيف والتي من المتوقع أن تدعم زيادة حجم النمو خلال النصف الثاني.

- الوجبات الخفيفة: الزيادة بنسبة 45.2% في الإيرادات على أساس سنوي (+37.6% في الربع الثاني الأبطأ تقليدياً) كانت مدفوعة بأحجام جيدة ونمو في القيمة في التمور ، مع ابتكار في المنتجات والتعبئة والتغليف (على سبيل المثال التمور المغطاة بالشوكولاتة) مما أدى إلى نمو حجم التجزئة في الإمارات العربية المتحدة بشكل يفوق بكثير الفئة الأساسية ، لا سيما عبر نطاقات القيمة المتوسطة والعالية ، وحقت منتجات تاج التمور حصة مضاعفة من خانتين في أعلى النطاق المتوسط عبر أقسام البقالة الرئيسية.

عبر أسواق التمور الدولية الرئيسية ، على سبيل المثال الهند وإندونيسيا وماليزيا والبرازيل ، يستمر التحول المتميز في الطلب ، جنباً إلى جنب مع النمو في أصناف التمور وتسميقات التغليف المبتكرة ، في دفع تحول المزيج من البيع بالجملة إلى البيع بالتجزئة (نمو حجم التجزئة الدولي لمنتجات تاج التمور والإيرادات 16% و 32% على التوالي على أساس سنوي) والطلب القوي على نطاقات القيمة المضافة.

من المتوقع أن يدعم الإطلاق الأخير لخطوط التقطيع وخطوط المسحوق والعجينة الجديدة ، فضلاً عن التوسع في السعة في تمور الشوكولاتة ، النمو المستمر في دولة الإمارات العربية المتحدة وعلى الصعيد الدولي خلال النصف الثاني وما بعده.

بلغت مساهمة الإيرادات من بقلوة مايد بيتر ("بي إم بي") وأبو عوف مجتمعة 269 مليون درهم إماراتي ، حيث استفادت بي إم بي من تحسين القنوات في السعودية ، كما ساهمت الزيادة الكبيرة في الحجم والقيمة في إنتاج القهوة ذات العلامات التجارية المتميزة في زيادة بنسبة 68.9% في عائدات العملة المحلية في أبو عوف ، مع وجود خطط لافتتاح متاجر جديدة في المملكة العربية السعودية مما يخلق مجالاً إضافياً للنمو المستقبلي.

- المياه والغذاء: تضمن نمو الإيرادات بنسبة 6.4% ، وهو متوازن بشكل عادل في كلا الربيعين ، أداء ملحوظاً عبر القنوات الدولية (نمو 25.2% على أساس سنوي ، من بين أمور أخرى ، تركيا + 54.9% ، السعودية + 26.4% ، الكويت + 25.8%).

في الإمارات العربية المتحدة ، تراجعت عائدات المياه المعبأة بشكل طفيف على أساس سنوي مدفوعة بتأثير إجازة العيد مقارنة بالعام السابق ، مع نمو جميع القنوات المحلية الأخرى (الألبان مثلاً). باستثناء التأثير السلبي من منتجات الألبان ، كان نمو الإيرادات الإجمالية للقطاع 7.5%.

- الأعمال الزراعية: على غرار قطاع المياه والأغذية لدينا ، كان نمو إيرادات الأعمال التجارية الزراعية في النصف الأول بنسبة 11.8% على أساس سنوي مقسماً بالتساوي على كلا الربيعين ، وتميز بالتنفيذ الجيد في السوق ، والنمو القوي في الأحجام وتحسين جودة المنتج في الدقيق ، والتسعير القوي في السوق المفتوحة للأعلاف.

EBITDA (الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء)

أدى النمو القوي في أرباح الوجبات الخفيفة والمياه ، إلى جانب التركيز الكبير على حماية الأرباح في مصر ، وزيادة توليد الكفاءة على مستوى المجموعة إلى تعزيز نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء قبل الإيرادات ، حيث ارتفعت بنسبة 18.3% على أساس سنوي لتصل إلى 318.8 مليون درهم إماراتي ، أو ارتفاع بنسبة 30.6% باستثناء تأثير العملة في مصر.

بلغ نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين بحسب المقارنة بالمثل ، بما في ذلك أبو عوف في الفترة المماثلة السابقة ، 2.4% على أساس سنوي ، أو 13.1% باستثناء تأثير العملة.

ارتفع هامش EBITDA للمجموعة 98 نقطة أساس على أساس سنوي إلى 14.5% (ارتفع هامش EBITDA للربع الثاني 97 نقطة أساس على أساس سنوي) ، مع التراكم عبر الوجبات الخفيفة والبروتين والمياه والغذاء ، مما عوض تماماً ضغط الهامش المرتبط بالسلع في قطاع المنتجات الزراعية. كان هامش EBITDA بحسب المقارنة بالمثل ثابتاً على أساس سنوي.

EBITDA مليون درهم	النصف الأول 2023	النصف الأول 2022	نسبة التغير على أساس سنوي %
البيسروتين والأغذية المجمدة			
EBITDA	73.8	84.3	-12.4%
هامش EBITDA	14.8%	14.7%	+11 نقطة أساس
الوجبات الخفيفة			
EBITDA	125.6	68.6	+83.3%
هامش EBITDA	20.9%	16.6%	+434 نقطة أساس
المياه والغذاء			
EBITDA	83.2	73.1	+13.8%
هامش EBITDA	16.5%	15.4%	+107 نقطة أساس
مجموع قسم المستهلكين			

EBITDA	282.7	225.9	+25.1%
هامش EBITDA	17.6%	15.4%	+216 نقطة أساس
المنتجات الزراعية			
EBITDA	97.9	92.5	+5.8%
هامش EBITDA	16.4%	17.3%	-93 نقطة أساس
المجموع الكامل			
EBITDA	318.8	269.4	18.3%
هامش EBITDA	14.5%	13.5%	+98 نقطة أساس

- البروتين والأغذية المجمدة: باستثناء تحديات العملة في مصر ، نمت الأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين في قطاع البروتين والأغذية المجمدة بنسبة 26.9% مقارنة بالعام السابق ، على الرغم من التضخم الكبير في تكلفة المدخلات في مصر والمشهد الترويجي والتنافسي عبر قنوات البيع بالتجزئة وخدمات تقديم الطعام في الأردن ، مما عوض عن تحسن تكاليف المدخلات في هذا السوق.

ارتفع هامش EBITDA المعلن عنه 11 نقطة أساس على أساس سنوي ، على الرغم من تأثير تحديات سعر الصرف الأجنبي والمزيج المخفف في الأردن ، مدعوماً بتحسين القنوات وتحسين الإنتاجية وإدارة التكاليف المنضبطة في مصر (ارتفع هامش EBITDA في مصر 218 نقطة أساس على أساس سنوي و 253 نقطة أساس على أساس سنوي في الربع الثاني) ، ما نخطط لزيادته بشكل أكبر خلال النصف الثاني.

كما عززنا مؤخرًا مواردنا التي تركز على الصادرات في مصر ونتوقع استمرار النمو في أحجام الصادرات خلال الأشهر المقبلة.

- الوجبات الخفيفة: يعكس نمو الأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين بنسبة 83.3% (ارتفاع الهامش 434 نقطة أساس) الأسعار القوية ومزيج القنوات الإيجابي واقتصاديات التصنيع في أعمال التمور لدينا ، والتي عوضت عن ارتفاع تكاليف المدخلات مع توسيع نطاق التوريد خارج الإمارات العربية المتحدة ، بالإضافة إلى نمو الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين برقم من خانتين في بي إم بي بعد الإنتاج والتوزيع وتحسين القنوات في المملكة العربية السعودية مؤخرًا. ارتفعت الأرباح قبل خصم الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين بحسب المقارنة بالمثل ، بما في ذلك أبو عوف في الفترة المماثلة السابقة ، بنسبة 19.8% على أساس سنوي ، مع هامش EBITDA بحسب المقارنة بالمثل بنسبة 20.9%.

- المياه والغذاء: نتج عن مزيج من النمو في الأحجام ، وتحسين القنوات وتشكيلة المنتجات SKU ، فضلاً عن كفاءة التكلفة في الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية ، نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين بنسبة 13.8% على أساس سنوي ، أي أكثر من ضعف الإيرادات ، مع نتائج ملحوظة من السعودية (>100%).

- الأعمال الزراعية: يعكس نمو الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء من خانة واحدة على أساس سنوي ، أقل من نمو الإيرادات ، تأثير تكاليف المواد الخام المرتفعة مقارنة بالعام السابق (تكلفة الحبوب الإضافية البالغة 23 مليون درهم إماراتي) ، وبعض أحجام الهامش المنخفضة في كل من الدقيق والأعلاف . في حين أن هامش EBITDA للنصف الأول كان أقل 93 نقطة أساس على أساس سنوي ، نتج عن التوريد الاستراتيجي خلال الربع الثاني نمو الهامش على أساس سنوي 43 نقطة أساس في الربع الثاني.

ارتفع صافي أرباح المجموعة بنسبة 6.6% على أساس سنوي ليصل إلى 144.1 مليون درهم إماراتي ، مع انخفاض هامش صافي الربح (23 نقطة أساس إلى 6.5%) ، الأمر الذي يعكس في الغالب الزيادة في أسعار الفائدة مقارنة بالعام السابق (التأثير على صافي الربح -34 مليون درهم إماراتي) والتأثير السلبي المستمر للعملة (التأثير على صافي الربح

-19.7 مليون درهم إماراتي). قمنا بسداد 63 مليون درهم إضافية من الديون خلال الربع الثاني (المبلغ التراكمي 579 مليون درهم تم سداه في عام حتى الآن) ، مما قلل من الضغط على الهامش على أساس سنوي مقارنة بالربع الأول (-) 44 نقطة أساس على أساس سنوي).

ميزانية عمومية قوية: تظل ميزانيتنا العمومية قوية مع نقد وما يعادله 0.6 مليار درهم وسيولة 2.0 مليار درهم. انخفضت نسبة صافي ديننا إلى الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين لتسجل 1.9 مرة (صافي الدين 1.2 مليار درهم إماراتي) من 2.3 مرة في ديسمبر 2022. ديننا مقوم بالدولار والدرهم الإماراتي ، وما زلنا نحقق شروط اقراض موثبة من شبكتنا الداعمة من البنوك المقرضة.

إرشادات العام بأكمله دون تغيير: استنادًا إلى سنة التداول حتى تاريخه ، ما زلنا نتوقع نموًا في الإيرادات للعام 2023 بأكمله ما بين 10% و 12% ، مع زيادة 40-60 نقطة أساس في هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين وزيادة 30-50 نقطة أساس في صافي هامش الربح للمجموعة على التوالي. سيكون تحديثنا المجدول التالي هو تحديثنا للربع الثالث من السنة المالية 2023 في 07 نوفمبر 2023.

توسيع القدرات الداخلية والاستفادة من الكفاءات لإثبات نمونا في المستقبل

نواصل إحراز تقدم جيد في توسيع قدراتنا وكفاءاتنا الدافعة.

■ الاستفادة من منصتنا المصرية: تعد مصر سوقًا مهمًا من الناحية الاستراتيجية لمجموعة أغذية ، ليس فقط من حيث الخصائص الاجتماعية والديموغرافية المواتية طويلة الأجل والطلب الهيكلي على قطاعات البروتين والوجبات الخفيفة ومنتجات القهوة ، ولكن بشكل متزايد كمرکز تصنيع فعال من حيث التكلفة لأسواق التصدير الرئيسية في جميع أنحاء دول مجلس التعاون الخليجي وشمال إفريقيا ، مما يعزز القدرة في مرافقتنا ذات الاستثمار الجيد واتفاقيات التجارة الداعمة.

خلال النصف الأول ، عززت أغذية مواردها التي تركز على التصدير ، وشهدت بالفعل تقدمًا مشجعًا ، حيث زادت عائدات التصدير بنسبة 18.2% على أساس سنوي بالدرهم الإماراتي ، مدعومة بأحجام خدمات الطعام الجديدة في الأسواق الإقليمية مثل الأردن والكويت والبحرين ، بالإضافة إلى الطلبات على المنتجات القائمة على المصادر النباتية في الأسواق الدولية الجديدة. تقوم أبو عوف الآن ببيع منتجات الفوعة من تاج التمور ووبي إم بي من خلال قنواتها المحلية في مصر ، حيث تقوم بتوفير التمور المصرية من أجل الفوعة ، وتبحث عن فرص لزيادة تصدير القهوة ذات العلامات التجارية الممتازة والمكسرات والوجبات الخفيفة الصحية.

■ الاستثمار في الابتكار: الابتكار هو شريان الحياة لمجموعة أغذية ويلعب دورًا حيويًا في رؤيتنا الاستراتيجية المتمثلة في أن نكون شركة رائدة في مجال الأغذية والمشروبات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وخارجها بحلول عام 2025. يدعم فريق الابتكار المركزي المخصص لدينا التزام أغذية بالقيام بالأشياء من أجل مستقبل أفضل ، بدءًا من المنتجات المبتكرة التي تلبي الاحتياجات المتطورة للمستهلكين وحتى عملية الابتكار التي تدعم التزامنا تجاه كوكب الأرض.

كجزء من خطة الابتكار المتنامي ، أطلقت أغذية أول زجاجة مياه مصنوعة محليًا بنسبة 100% من مادة rPet في أبريل ، والمياه ذات الخصائص الوظيفية، بالإضافة إلى إطلاق مياه "العين بلس" في مايو ، مدعومة بالزنك والمغنيسيوم لتلبية الطلب المتزايد على المنتجات وأنماط الحياة الصحية. أما في محفظتنا للوجبات الخفيفة، حقق طرح الهدايا الجديدة ونطاقات القيمة المضافة في التمور (على سبيل المثال، التمور المغطاة بالشوكولاتة) ، وكذلك ابتكار المنتجات والتعليف (عبرات الوجبات الخفيفة، وأكياس التمور) نموًا قويًا عبر الفنة، مع إطلاق بي إم بي مؤخرًا مجموعة جديدة للبيع بالتجزئة للسفر ، وتتوفر بشكل ميدني في مطار دبي الدولي.

كما حصلت أغذية على "جائزة معايير الجودة" من قبل وزارة الصناعة والتكنولوجيا المتقدمة في منتدى "اصنع في الإمارات"، تقديرًا لالتزامها بوضع معيار جديد للصناعة وتزويد المستهلكين بمنتجات غذائية آمنة وموثوقة باستمرار.

إطلاق صندوق "اغذية فننتشرز": بعد نهاية الفترة، أطلقنا صندوق "اغذية فننتشرز"، وهو صندوق لرأس المال الاستثماري للشركات والذي يهدف لتوسيع قدرات المجموعة على الابتكار، وضمان استمرارها في تأمين مصادر النمو وتعزيز الربحية في كل من الأسواق الحالية والمستقبلية.

بتمويل مشترك من مجموعة اغذية و"القابضة (ADQ)"، وهي شركة استثمارية قابضة مقرها أبو ظبي، سنتم إدارة الصندوق مع Touchdown Ventures، الشركة الرائدة عالمياً في إنشاء وتشغيل برامج CVC المخصصة للشركات الكبرى، مع أكثر من 100 استثمار مكتمل حتى الآن. سوف يستفيد الصندوق من شبكة Touchdown الواسعة من الشركات الناشئة، والعلاقات مع رأس المال المغامر، والحاضنات، والمسمرات لتحديد فرص الاستثمار الجذابة في المرحلة المبكرة، والتأسيسية، ومراحل النمو.

سنركز الاستثمارات على الفرص في المنتجات ذات العلامات التجارية والتقنيات الناشئة في مجال الأغذية وسلسلة القيمة على مستوى العالم - على سبيل المثال في الوجبات الخفيفة والمشروبات والمكونات والبروتينات الجديدة وحلول التغليف المبتكرة وما إلى ذلك. وتشمل اهتمامات الاستثمار المستهدفة الوجبات الخفيفة والمشروبات الممتازة و"الأفضل لك" والمياه ذات الخصائص الوظيفية والهيدراتية والبروتينات البديلة والحلول المستدامة في الزراعة والتعبئة وحلول التجارة الإلكترونية الخاصة بصناعة الأغذية والمشروبات وتعزيزات القدرات الأخرى ذات الصلة بسلسلة قيمة شركة اغذية.

■ **حققنا تقدماً في جدول أعمال الاستدامة لدينا:** نواصل إحراز تقدم عبر الركائز الأربع لأجندة الاستدامة الخاصة بنا، وخلال النصف الأول، خفضنا نسبة استخدام المياه وانبعثات النطاق 2 من غازات الاحتباس الحراري بنسبة 2.5% و 2.0% على التوالي، واستهلاك الكهرباء بنسبة 2.1%.

■ **تسريع خارطة الطريق الرقمية الخاصة بنا:** لقد تقدمنا بوتيرة سريعة خلال النصف الأول في خارطة طريق التحول الرقمي التي مدتها 5 سنوات، مما وضع الأسس لتحويل مجموعة اغذية إلى مؤسسة تعتمد على بيانات المستهلك. نحن فخورون بأن نكون واحدة من أوائل الشركات الإماراتية التي أطلقت برنامج Microsoft المساعد (نو محرك ChatGpt) في مركز الاتصال الخاص بتوصيل المياه للمنازل، مما أدى إلى تحسين خدماتنا وتفاعلاتنا مع العملاء. قمنا أيضاً بوضع اللمسات الأخيرة على اتفاقية تعاون مع Microsoft، والتي تمكنتنا من تسريع عملية التحول الرقمي للسوق B2B، وتحسين العمليات في متاجر البيع بالتجزئة، وتحديث طرق العمل الداخلية لدينا، وزيادة مشاركة الموظفين وإنتاجيتهم. نعمل على تنمية فريقنا الرقمي والتكنولوجي مع موظفين جدد ونعمل الآن على تنسيق العمليات التجارية عبر عملياتنا في السعودية والكويت وسلطنة عمان، والاستفادة من انظمه SAP و Oracle.

وعلق خليفة سلطان السويدي، رئيس مجلس إدارة مجموعة اغذية قائلاً: "تُظهر نتائج اغذية للأشهر الستة الأولى من العام قدرة الإدارة على توحيد الأعمال ذات القيمة المتراكمة بنجاح والاستفادة من أوجه التآزر مع الحفاظ على جوهر مربح في جميع الدورات الاقتصادية. أنا واثق من أن مجموعة اغذية ستستمر في خلق قيمة لجميع أصحاب المصلحة مع تقدم استراتيجيتها لتصبح شركة رائدة في مجال الأغذية والمشروبات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وخارجها".

علق آلان سميث، الرئيس التنفيذي للمجموعة، قائلاً: "هناك الكثير مما يجب أن نفخر به على مدار الأشهر الستة الماضية، بدءاً من إطلاق المنتجات المبتكرة في أسواق جديدة قابلة للتطوير وتعزيز مجلس الإدارة والفريق القيادي في مجموعة اغذية، إلى إطلاق صندوق رأس المال الاستثماري المصمم حسب الطلب والذي سيحافظ على قدراتنا البحثية والتطويرية في المستقبل ويوفر سبلاً إضافية للنمو المربح. تمكنا الكفاءات التي نواصل تحقيقها عبر محافظتنا من تسريع الاستثمار في القدرات والاستدامة والتميز الرقمي، مع الحفاظ على ميزانية عمومية قوية. لقد تطلبت الخلفية الاقتصادية التي تتصف بالتحديات التضخمية وتقلب أسعار العملات منا أن نظل منضبطين وسريعين في تنفيذ أعمالنا، وأنا مطمئن للدعم المستمر والتفاني من جميع زملائنا في جميع أنحاء المجموعة في تحقيق هذا الأداء القوي في النصف الأول".

-انتهاء الاعلان-

م
ر
ع
س
ل
ط
ن
م
س
و
ي
ع
ر
ن
ي
س
م
ج
ل
س
ا
ل
إ
د
ر
ة
02
أ
غ
س
ط
س
2023

خليفة سلطان السويدي
رئيس مجلس الإدارة
02 أغسطس 2023

تفاصيل المكالمة الجماعية

ستكون البيانات المالية الموحدة للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2023 متاحة من خلال الرابط التالي على موقع شركة أغذية الإلكتروني: <https://www.agthia.com/investors/quarterly-results/>.

سيعقد مؤتمر عبر الهاتف للمحللين والمستثمرين الساعة 4:00 مساءً بتوقيت الإمارات العربية المتحدة يوم 3 أغسطس 2023. سيكون العرض التقديمي المصاحب للمكالمة متاحاً على موقع مجموعة أغذية ضمن قسم المستثمرين: <https://www.agthia.com/investors/results-call-materials/>

استفسارات علاقات المستثمرين

مجموعة أغذية ش.م.ع.
روجر تجواني ، مدير علاقات المستثمرين
+971 56 400 4596

قد تصدّر "مجموعة أغذية ش.م.ع." وإدارتها بعض البيانات التي تشكل "بيانات استشرافية" فيما يتعلق بوضعها المالي ونتائج عملياتها وأعمالها. وهذه البيانات لا ترتبط بشكل وثيق بحقائق المجموعة السابقة أو الحالية، وغالباً ما تتضمن البيانات الاستشرافية كلمات مثل "تنبأ" و"هدف" و"توقع" و"أمل" و"نفير" و"تعزم" و"تخطط" و"تستهدف" و"نؤمن" و"تواصل" وغيرها من العبارات المشابهة أو الأفعال المستقبلية أو الشرطية مثل "سوف" و"يمكن" و"من المحتمل" و"يجب" و"ينبغي" و"قد" و"يستطيع". وتطوّر البيانات الاستشرافية على مخاطر معروفة وأخرى غير معروفة بالإضافة إلى شكوك وعوامل أخرى قد تسبب في اختلاف نتائج "مجموعة أغذية ش.م.ع." أو أداءها أو إنجازاتها الفعلية بشكل جوهري عن أي نتائج أو أداء أو إنجازات مستقبلية تتضمنها هذه البيانات الاستشرافية بشكل صريح أو ضمني، وتشمل هذه البيانات، على سبيل المثال لا الحصر، التعليقات على: 1. النظرة العامة حول الأسواق فيما يخص المنتجات؛ 2. التوقعات المتعلقة بتسعير المنتجات في المستقبل؛ 3. النظرة العامة حول العمليات؛ 4. التوقعات بشأن الطاقة الإنتاجية والأحجام؛ 5. الأهداف؛ 6. الاستراتيجيات المحددة لتحقيق تلك الأهداف؛ 7. النتائج المالية المتوقعة؛ 8. الحماسية تجاه تغير أسعار المنتجات؛ 9. الحماسية تجاه أسعار المدخلات الرئيسية؛ 10. الحماسية من تغير أسعار صرف العملات الأجنبية؛ 11. التوقعات بشأن معدلات ضريبة الدخل؛ 12. التوقعات بخصوص الامتثال للوائح البيئية؛ 13. التوقعات المتعلقة بالالتزامات والضمانات الطارئة؛ 14. التوقعات بخصوص مبلغ وتوقيت ومناخ استثمارات رأس المال. ورغم اعتقاد "مجموعة أغذية ش.م.ع." أنه لديها أسساً مقفولة لتقديم هذه البيانات الاستشرافية، إلا أننا نحذر القراء من عدم الاعتماد على هذه المعلومات الاستشرافية إلا في الحالات الطارئة. وبطبيعة الحال، تتضمن المعلومات الاستشرافية العديد من الافتراضات والمخاطر والشكوك الكامنة، العامة والخاصة على حد سواء، والتي تماهيم في احتمال عدم تحقق التوقعات والتقنوات والبيانات الاستشرافية الأخرى. وتشمل هذه العوامل، على سبيل المثال لا الحصر: 1. الافتراضات المتعلقة بالظروف الاقتصادية والمالية في دولة الإمارات العربية المتحدة ومنطقة الشرق الأوسط والعالم؛ 2. آثار المنافسة وضغوط تسعير المنتجات؛ 3. آثار التغيرات في الأسعار وتوافر مدخلات التصنيع؛ 4. الأحداث المتعددة التي يمكن أن تسبب في تعطيل العمليات، بما في ذلك الأحداث الطبيعية والعلاقات القائمة مع الموظفين؛ 5. تأثير التغيرات أو عدم الامتثال للوائح البيئية؛ 6. تأثير أي مطالبات تتعلق بالمسؤولية عن المنتجات خارج نطاق التغطية التأمينية؛ 7. تأثير النتائج المستقبلية لبعض حالات التعرض للضرب؛ 8. آثار التعرض للعملة وتقلبات أسعار الصرف. وهذه القائمة من العوامل المهمة التي تؤثر على المعلومات الاستشرافية ليست شاملة، وتمت ملاحظة بعض العوامل الإضافية في مكان آخر، ولا بد من الإشارة إلى المخاطر الأخرى التي تمت مناقشتها في الملفات المودعة لدى هيئة تنظيم الأوراق المالية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وبإستثناء ما ينص عليه القانون النافذ، لا تتعهد "مجموعة أغذية ش.م.ع." بتحديث أي من البيانات الاستشرافية، سواء الخطية أو الشفهية، التي قد تجرّبها أو من ينوب عنها من وقت لآخر، سواء كان هذا التحديث نتيجة ورود معلومات جديدة، أو أحداث مستقبلية أو غير ذلك، أو لتحديث أو تعديل قائمة العوامل المذكورة أعلاه التي تؤثر على هذه المعلومات علناً.