

Agthia Group Reports 14.7% YoY Net Revenue Growth, 31.8% YoY Group Net Profit Growth During the First Half of 2024

Strong Revenue Growth with Significant Profitability Expansion, On Track to Meet Full Year Guidance; Interim Dividends Increased by 25%

- Group net revenue +14.7% YoY to AED 2.5 billion (+21.3% YoY excluding impact of EGP devaluation) on strong growth across all four segments
- Group EBITDA +19.9% YoY; margin at 15.1% (+65bps)
- Group net profit +31.8% YoY; margin at 7.5% (+98bps)
- Full-year guidance maintained: 10%-12% revenue growth, EBITDA margin +40-60bps, net profit margin +30-50bps
- Increase in interim cash dividends by 25% to 10.31 fils per share (subject to AGM approval)

Abu Dhabi, UAE, 06 August 2024 – Agthia Group PJSC (“Agthia” or “the Group”), one of the region’s leading food and beverage companies, announced today its results for the six-month period ending 30 June 2024. Agthia delivered strong performance during H1 2024, on track to meet its full-year 2024 guidance. The Group’s profitable growth across all four segments, combined with leveraging group-wide efficiencies, resulted in both Group EBITDA and Group net profit growing faster than revenue.

H1 2024 Financial highlights

- **Group net revenue increased 14.7%** year-on-year to AED 2.5 billion (11.2% growth from volume and 3.5% from pricing). Excluding AED 120 million one-off wheat trading sales in Agri-Business recorded in Q1 2024, the year-on-year net revenue growth was 9.3%. This was primarily driven by a continued shift of the Group’s product portfolio towards higher growth segments in key target markets, along with innovations. Notably, 45% of Agthia's growth in H1 2024 came from innovation alone (excluding one-off in Q1 2024). Group revenue, adjusted for the impact of currency devaluation in Egypt (AED -144.5 million), increased by 21.3% year-on-year. Despite the FX impact, Agthia’s Egyptian businesses combined delivered 20.3% year-on-year revenue growth in AED terms during the reporting period.
 - **Snacking:** Revenue rose 19.5% year-on-year, led by the strong performance of the coffee segment, where Abu Auf continued to gain both volume and value share in the local market for premium-branded coffee in Egypt. Abu Auf’s H1 2024 growth was further supported by the ongoing organic expansion of the retail chain, opening 44 new stores, including mobile kiosks, along Egypt’s North Coast. Additionally, the dates category continued to deliver strong growth driven by innovations across mid and high-value ranges, along with an expansion in date varieties and significant value growth across retail channels in the UAE and internationally (e.g. India, Bangladesh, and Morocco). Excluding the FX impact, the segment’s revenue growth was 29.6% year-on-year.
 - **Protein & Frozen:** Revenue grew 7.2% year-on-year, despite the pressure from the EGP devaluation. Excluding the FX impact, the segment’s revenue growth was 24.1% year-on-year. In Q2 2024, Agthia opened a new protein manufacturing plant in Jeddah. This facility offers local production with better economic advantages and positions Agthia as a domestic protein supplier in Saudi Arabia. With a AED 90 million investment, the facility boasts an annualized production capacity exceeding 7,000 tons and houses two production lines capable of producing over 50 stock-keeping units.
 - **Water & Food:** Revenue increased 4.0% year-on-year, with Al Ain bottled water retaining its market leadership position. This reflects an 8.3% year-on-year increase in total UAE water revenue growth, fueled by premiumization and innovation, including a significant growth of glass bottled water sales. Agthia increased UAE glass bottle water capacity, which will enable the Group to triple its production of glass bottled water in the mid-term in response to strong consumer demand. Additionally, continuous improvements in customer service quality within the Home and Office Delivery (HOD) business led to strong growth of 9.9% year-on-year during the period. International business revenue also increased by 3.5% year-on-year, with notable performance in Oman and Kuwait.
 - **Agri-Business:** Revenue increased 25.4% year-on-year (+5.2% excluding one-off wheat trading in Q1 2024). This was primarily driven by strong performance in Feed, which reflected effective sales execution, performance in Abu Dhabi Agriculture and Food Safety Authority’s (ADAFSA) compound feed program, and related new product development.

- **EBITDA¹ growth was ahead of revenue, up 19.9%** year-on-year to AED 382.4 million, reflecting strong growth in profitability across all segments, combined with a continued focus on profit protection in Egypt and group-wide efficiency generation. This led to Group EBITDA margin expansion of 65bps year-on-year to 15.1%. Excluding the impact of EGP devaluation (AED -30.6 million), EBITDA would have grown 29.5% year-on-year, with EBITDA margin standing at 15.5% (an increase of 98bps year-on-year).
 - **Snacking:** EBITDA growth of 42.5% reflected strong pricing, favorable mix effects in both domestic and international date markets, as well as strong profitability expansion in Abu Auf, which was supported by strong innovation, premiumization, and strategic buying initiatives, leading to Snacking EBITDA margin expansion of 330bps year-on-year.
 - **Protein & Frozen:** EBITDA grew by 20.5% year-on-year, significantly outpacing revenue growth, despite input cost volatility in Egypt and external challenges affecting Jordan. While currency headwinds continue to adversely impact the Protein segment's performance in Egypt, Agthia focused on productivity enhancement and disciplined cost management throughout the period. Thanks to these initiatives the segment profitability has expanded by 143bps in H1 2024.
 - **Water & Food:** EBITDA increased 19.0% year-on-year on a combination of a favorable mix towards high-margin premium products and effective cost management, including strict control of overheads, streamlined routes to market, direct cost efficiencies, and overall procurement improvements. Accordingly, EBITDA margin expanded by 193bps. UAE bottled water (EBITDA +56.9% year-on-year) emerged as the top performer within the segment.
 - **Agri-Business:** EBITDA growth of 35.3% year-on-year outpaced revenue growth, driven by a favorable shift in product mix, higher facility utilization rates, and enhanced cost efficiencies.
- **Group net profit** grew 31.8% year-on-year to AED 190.0 million during H1 2024, with net profit margin standing at 7.5%, reflecting a 98bps expansion, notwithstanding FX headwinds and the introduction of income tax in the UAE.
- **Strong balance sheet:** Agthia's balance sheet remains robust with cash and equivalents of AED 0.4 billion and liquidity of AED 1.8 billion. The Group's net debt to EBITDA ratio of 1.6x (net debt of AED 1.2 billion) was slightly up compared to December 2023.
- **Proposed cash dividends:** In line with the Group's semi-annual dividend policy, Agthia's board of directors has recommended the distribution of AED 85.7 million as an interim cash dividend (equivalent to 10.31 fils per share). This represents a 25% year-on-year increase. The dividend payment is subject to shareholder approval at Agthia's next AGM.
- **Full-year guidance maintained:** Considering both the ongoing momentum across Agthia's business and the continuing impact of currency headwinds on the Group's Egyptian operations, Agthia anticipates full-year 2024 revenue growth between 10% and 12%, with a 40-60bps increase in EBITDA margin and a 30-50bps increase in Group net profit margin.

Strategic highlights

Strong progress throughout the year in expanding the Group's capabilities and efficiencies to future proof the organization.

- **Leveraging Agthia's Egyptian platform:** Agthia continued to execute its strategy of transforming Egypt into export hub. In H1 2024, export revenue from Egypt reached AED 50.7 million (+53.6% growth year-on-year). Since its acquisition, Abu Auf has rapidly expanded its retail footprint, opening 44 new stores, including mobile kiosks, along Egypt's North Coast during H1 2024.
- **Investing in innovation:** Innovation plays a vital role in achieving Agthia's objective of becoming a leading food and beverage company in the MENA region. At the center of the Group's innovation initiatives is a dedicated Central Innovation Team, which coordinates innovation initiatives between business units, R&D, and external innovation. Notably, 45% of Agthia's H1 2024 growth came from innovation alone (excluding one-off in Q1 2024). Here are some of the Group's innovation highlights since the beginning of the year:

¹ Restatement of H1 2023 segment numbers: Comparable period reported segment EBITDA figures have been restated for head office cross-charge in accordance with the new transfer pricing policy effective Q1 2024 to comply with the UAE's new corporate tax law. The objective is to ensure LFL comparability of reported segment performance. The restatement solely pertains to the allocation methodology and does not impact the total financial performance of the Group.

- **Snacking:** Abu Auf launched instant coffee jars and espresso beans to diversify its coffee portfolio and expanded its snacking portfolio with savory flavored popcorn, crackers, coated peanuts, protein bars, and nut bars. Date Crown launched an organic date range.
- **Protein & Frozen:** Launched new Nabil brand premium products in Jordan, including high-quality beef and chicken burgers as well as a new range of varieties within the frozen potato category in the UAE.
- **Agri-Business:** Launched two new specialty Flour products to meet specific client needs, as well as new Agrivita Dairy Premix in response to UAE farmers' growing needs for improved animal nutrition.
- **Progressed the Group's sustainability agenda:** Agthia continues to make progress across its sustainability agenda. Notably, during H1 2024, the Group reduced CO2 emissions by 7.6% year-on-year. Agthia have also begun various trials to study the potential inclusion of electric trucks and other vehicles, where feasible, to further reduce CO2 emissions across a broader spectrum of its operations. Additionally, in Q2 2024, Agthia commissioned the ALPIN Turkey Solar Energy Plant, which consists of 1,088 solar panels with a total capacity of 850.45 kW per hour. This initiative aims to further increase the use of renewable energy as part of the Group's total energy mix.
- **Accelerating the digital roadmap:** The Group continues to deliver on its 5-year digital transformation journey with a focus on improving the customer experience and its commercial foundations, making Agthia a data-driven organization connected with its customers, all while ensuring secure and reliable digital and technology operations. During Q2 2024, Agthia restructured its Digital & Technology leadership team with the arrival of external experienced professionals combined with internal talents.

Agthia launched the new Al Ain water home delivery application with new payment options and an improvement in the end-to-end customer experience. The Group also started rollout activities of a new point of sale across over 200 Abu Auf stores in Egypt and continued the rollout of Sales Force Automation across its Egyptian operations.

The adoption of new technologies to support its employee safety remains a top priority for Agthia. Recently, the Group launched AI Image Recognition to prevent accidents at its facilities. Additionally, the Group implemented a mobile time and attendance solution using geo-location monitoring, which helps prevent employees on-the-go from being involved in accidents due to overwork hours.

Khalifa Sultan Al Suwaidi, Chairman of Agthia Group, commented: "Agthia continues to deliver strong performance, solidifying our growth momentum in the first half of the year. Our unwavering commitment to strengthening our business and achieving our long-term goals remains clear. This quarter's results underscore our resilience and strategic focus on driving sustainable value across our diverse portfolio. Going forward, we are well-positioned to seize opportunities in the MENA region and beyond, leveraging our strengths in innovation, digitalization, and operational excellence."

Alan Smith, Group Chief Executive Officer of Agthia Group, commented: "Agthia delivered solid top and bottom-line results in the first half of the year, reaffirming our ability to navigate effectively challenging and dynamic operating environments. Our teams maintained their focus and agility in the execution of our long-term growth strategy, and we continue our efforts to drive sustainable long-term growth by investing in our brands, capturing synergies and driving efficiency gains. In early July, we officially launched our state-of-the-art protein facility in Jeddah, solidifying our position and establishing one of the key growth drivers for Agthia in the largest market in the GCC. The results of the first half of the year build a strong foundation for Agthia, and we reiterate our full-year guidance. We are also pleased to confirm our first interim dividend payment, intending to return approximately AED 85.7 million to shareholders in September 2024."

The Group's H1 2024 results are available on the Group's website www.agthia.com and at www.adx.ae

-END-

About Agthia

Agthia Group PJSC is a leading Abu Dhabi-based food and beverage company. Established in 2004, the Company is listed on the Abu Dhabi Securities Exchange (ADX) and has the symbol "AGTHIA". Agthia Group PJSC is part of ADQ, one of the region's largest holding companies with a broad portfolio of major enterprises spanning key sectors of Abu Dhabi's diversified economy. The Group's assets are located in the UAE, Saudi Arabia, Kuwait, Oman, Egypt, Turkey, and Jordan. Agthia offers a world-class portfolio of integrated businesses providing high-quality and trusted food and beverage products for consumers across the UAE, GCC, Turkey, the wider Middle East, South America and Asia. More than 12,000 employees are engaged in the manufacturing, distribution, and marketing of various products in categories such as Water & Food (Al Ain Water, Al Bayan, Alpin Natural Spring Water, VOSS, Al Ain Food & Trading Items, Yoplait); Snacking (Al Foah, Al Faysal Bakery & Sweets, BMB, Abu Auf); Protein & Frozen (Nabil Foods, Atyab, Al Ain Frozen Vegetables); and Agri-Business (Grand Mills, Agrivita).

For more information, please visit www.agthia.com or email us on corpcoms@agthia.com

For media requests, please contact:

- Ehab Rizk - Operations and Media Department Head · Cell: (+20) 010 21922022 · Email: ehab.rizk@influence-me.com
- Mohamed Rashaad - Media Relations Director · Cell: (+20) 0122 8951929 · Email: mohamed.rashad@influence-me.com

مجموعة "أغذية" تسجل نموًا في صافي الإيرادات بنسبة 14.7% على أساس سنوي، ونموًا في صافي الربح بنسبة 31.8% على أساس سنوي خلال النصف الأول من عام 2024

نمو قوي في الإيرادات مع توسع كبير في الربحية، نحو تحقيق الإرشادات السنوية للعام بأكمله؛
 زيادة توزيعات النصف سنوية بنسبة 25%

- ارتفاع صافي إيرادات المجموعة +14.7% على أساس سنوي لتصل إلى 2.5 مليار درهم (+21.3% على أساس سنوي باستثناء تأثير انخفاض الجنيه المصري) مع نمو قوي في جميع القطاعات الأربعة.
- ارتفاع الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) للمجموعة +19.9% على أساس سنوي؛ وتسجيل هامش نسبة 15.1% (+65 نقطة أساس)
- ارتفاع صافي الربح للمجموعة +31.8% على أساس سنوي؛ تسجيل هامش نسبة 7.5% (+98 نقطة أساس)
- الحفاظ على توجهات العام بأكمله: نمو الإيرادات بنسبة 10%-12%، زيادة هامش EBITDA 40-60+ نقطة أساس، زيادة هامش صافي الربح +30-50 نقطة أساس.
- زيادة التوزيعات النقدية النصف سنوية بنسبة 25% لتصل إلى 10.31 فلس للسهم الواحد (مرهونة بموافقة الجمعية العمومية)

أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 6 أغسطس 2024 – أعلنت اليوم مجموعة أغذية ش.م.ع ("أغذية" أو "المجموعة")، إحدى الشركات الرائدة في مجال الأغذية والمشروبات في المنطقة، عن نتائجها للفترة المنتهية في 30 يونيو 2024. قدمت "أغذية" أداءً قويًا خلال النصف الأول من عام 2024، وعلى المسار الصحيح لتحقيق توجيهات العام 2024. وقد أسفر النمو المريح للمجموعة عبر جميع القطاعات الأربعة، مع الاستفادة من كفاءة المجموعة الشاملة، عن نمو كل من الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) وصافي الربح بشكل أسرع من الإيرادات.

أبرز النتائج المالية للنصف الأول من عام 2024

- ارتفع صافي إيرادات المجموعة بنسبة 14.7% على أساس سنوي لتصل إلى 2.5 مليار درهم (11.2% من النمو من الأحجام و3.5% من التسعير). باستثناء مبيعات القمح لمرة واحدة بقيمة 120 مليون درهم في قطاع الأعمال الزراعية في الربع الأول من عام 2024، كان صافي الزيادة في الإيرادات 9.3% سنويًا. كان هذا مدفوعاً بشكل أساسي بالتحول المستمر لمحفظة منتجات مجموعة "أغذية" نحو القطاعات الأعلى نموًا في الأسواق المستهدفة الرئيسية بالإضافة للابتكارات. بشكل ملحوظ، جاء 45% من نمو مجموعة "أغذية" في النصف الأول من عام 2024 من الابتكار وحده (باستثناء عملية مبيعات تجارية لمرة واحدة في قسم الأعمال الزراعية في الربع الأول من 2024). زادت صافي إيرادات المجموعة، المعدلة لتأثير انخفاض العملة في مصر (144.5 مليون درهم)، بنسبة 21.3% على أساس سنوي. على الرغم من تأثير العملة، قدمت الأعمال المصرية للمجموعة نموًا في الإيرادات بنسبة 20.3% على أساس سنوي بالدرهم خلال فترة الإفصاح.

الوجبات الخفيفة: نمت الإيرادات بنسبة 19.5% على أساس سنوي، مدفوعة بالأداء القوي لفئة القهوة، حيث استمرت "أبو عوف" في كسب حصة من حيث الأحجام والقيمة في السوق المحلية للقهوة ذات العلامة التجارية الفاخرة في مصر. تم تعزيز نمو "أبو عوف" في النصف الأول من عام 2024 من خلال التوسع العضوي المستمر لسلسلة البيع بالتجزئة، حيث افتتحت 44 متجرًا جديدًا، بما يشمل الاكشاك المتنقلة، على طول الساحل الشمالي لمصر. واستمرت التمور في تقديم نمو قوي مدفوعًا بالابتكارات عبر الفئات متوسطة وعالية القيمة، مع التوسع في أنواع التمور ونمو القيمة الكبير عبر قنوات التجزئة في دولة الإمارات العربية المتحدة وعالمياً في أسواق مثل الهند، بنغلاديش، والمغرب. باستثناء تأثير العملة، كانت نسبة النمو في إيرادات القطاع 29.6% على أساس سنوي.

البروتين والأغذية المجمدة: زادت الإيرادات بنسبة 7.2% على أساس سنوي، على الرغم من الضغوط الناتجة عن انخفاض قيمة الجنيه المصري. باستثناء تأثير العملة، كانت نسبة النمو في إيرادات القطاع 24.1% على أساس سنوي. في الربع الثاني من 2024، افتتحت مجموعة "أغذية" منشأة جديدة للبروتين في جدة. توفر هذه المنشأة إنتاجاً محلياً مع مزايا اقتصادية أفضل وتؤكد مكانة مجموعة "أغذية" كمورد محلي للبروتين في السعودية. باستثمار قدره 90 مليون درهم، تحتوي المنشأة على طاقة إنتاجية سنوية متوسطة تزيد عن 7,000 طن وتشمل خطين للإنتاج يمكنهما تصنيع أكثر من 50 نوعاً مختلفاً من المنتجات SKU.

- **المياه والأغذية:** ارتفعت الإيرادات بنسبة 4.0% على أساس سنوي، حيث حافظت مياه العين المعبأة على مركزها الريادي في السوق. يعكس هذا زيادة بنسبة 8.3% على أساس سنوي في إجمالي نمو إيرادات المياه في دولة الإمارات العربية المتحدة، مدفوعة بالتسويق المتميز والابتكار، بما في ذلك النمو الكبير في مبيعات المياه الزجاجية المعبأة. زادت مجموعة "أغذية" من قدرة إنتاج المياه الزجاجية المعبأة في الإمارات، مما سيمكن المجموعة من زيادة إنتاج المياه الزجاجية المعبأة في المدى المتوسط إلى ثلاثة أضعاف كاستجابة للطلب الاستهلاكي القوي. بالإضافة إلى ذلك، أدت التحسينات المستمرة في جودة خدمة العملاء ضمن قطاع التوصيل المنزلي والمكتبي (HOD) إلى نمو قوي بنسبة 9.9% على أساس سنوي خلال الفترة. كما زادت إيرادات الأعمال الدولية بنسبة 3.5% على أساس سنوي، مع أداء ملحوظ في سلطنة عمان والكويت.
- **الأعمال الزراعية:** زادت الإيرادات بنسبة 25.4% على أساس سنوي (+5.2% باستثناء عملية مبيعات تجارية لمرحلة واحدة في قسم الأعمال الزراعية في الربع الأول من 2024). كان هذا مدفوعًا بشكل رئيسي بالأداء القوي في قطاع الأعلاف، مما عكس التنفيذ الفعال للمبيعات، وأداء برنامج الأعلاف المركبة لهيئة أبوظبي للزراعة والسلامة الغذائية (ADAFSA)، وتطوير المنتجات الجديدة ذات الصلة.
- **كانت نسبة نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء¹ (EBITDA) أعلى من الإيرادات، حيث زادت بنسبة 19.9% على أساس سنوي لتصل إلى 382.4 مليون درهم، مما يعكس النمو القوي في الربحية عبر جميع القطاعات، جنبًا إلى جنب مع التركيز المستمر على حماية الأرباح في مصر وتوليد الكفاءة الشاملة للمجموعة. أدى ذلك إلى توسع هامش EBITDA للمجموعة بمقدار 65 نقطة أساس على أساس سنوي ليصل إلى 15.1%. باستثناء تأثير انخفاض الجنيه المصري (30.6 مليون درهم)، كان يمكن أن تنمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بنسبة 29.5% على أساس سنوي، مع هامش EBITDA بنسبة 15.5% (زيادة بمقدار 98 نقطة أساس على أساس سنوي).**
- **الوجبات الخفيفة:** عكس نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) بنسبة 42.5% التسعير القوي، وتأثيرات المزيج المواتي في أسواق التمور المحلية والدولية، وكذلك التوسع القوي في الربحية في "أبو عوف"، الذي تم دعمه بالابتكار القوي، والتميز، والمبادرات الاستراتيجية للشراء، مما أدى إلى توسع هامش EBITDA للوجبات الخفيفة بمقدار 330 نقطة أساس على أساس سنوي.
- **البروتين والأغذية المجمدة:** ارتفعت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) بنسبة 20.5% على أساس سنوي، متجاوزة نمو الإيرادات بشكل كبير، على الرغم من تقلبات تكاليف المدخلات في مصر والتحديات الخارجية التي تؤثر على الأردن. على الرغم من أن تحديات العملة تستمر في التأثير السلبي على أداء قطاع البروتين في مصر، ركزت مجموعة "أغذية" على تحسين الإنتاجية والإدارة المنضبطة للتكاليف طوال الفترة. بفضل هذه المبادرات، توسع هامش ربحية القطاع بمقدار 143 نقطة أساس في النصف الأول من عام 2024.
- **المياه والأغذية:** زادت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) بنسبة 19.0% على أساس سنوي بفضل مزيج مواتٍ نحو المنتجات الفاخرة ذات الهامش العالي وإدارة التكاليف الفعالة، بما في ذلك التحكم الصارم في التكاليف العامة، وتسهيل الوصول إلى السوق، والكفاءة المباشرة في التكاليف، والتحسينات الشاملة في المشتريات. ونتيجة لذلك، توسع هامش EBITDA بمقدار 193 نقطة أساس. كانت المياه الزجاجية المعبأة في الإمارات (EBITDA +56.9% على أساس سنوي) صاحبة الأداء الأفضل ضمن القطاع.
- **الأعمال الزراعية:** كانت نسبة نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) بنسبة 35.3% على أساس سنوي تتجاوز نمو الإيرادات، مدفوعة بتحول إيجابي في مزيج المنتجات، وارتفاع معدلات استخدام المنشآت، وتعزيز كفاءة التكاليف.
- **زاد صافي الربح للمجموعة بنسبة 31.8% على أساس سنوي ليصل إلى 190.0 مليون درهم خلال النصف الأول من عام 2024، مع هامش صافي الربح عند 7.5%، مما يعكس توسعًا بمقدار 98 نقطة أساس، رغم تأثير العملة وفرض ضريبة الدخل في الإمارات.**

- **ميزانية قوية:** لا تزال الميزانية العمومية لمجموعة "أغذية" قوية حيث بلغ النقد وما يعادله 0.4 مليار درهم وسيولة بمقدار 1.8 مليار درهم. كانت نسبة صافي الدين إلى EBITDA للمجموعة 1.6 مرة (صافي الدين 1.2 مليار درهم) بزيادة طفيفة مقارنة بشهر ديسمبر 2023.
- **توزيعات الأرباح النقدية المقترحة:** تماشياً مع سياسة التوزيعات نصف السنوية للمجموعة، أوصى مجلس إدارة مجموعة "أغذية" بتوزيع 85.7 مليون درهم كتوزيع نقدي نصف سنوي (ما يعادل 10.31 فلس للسهم الواحد). يمثل هذا زيادة بنسبة 25% على أساس سنوي. تخضع توزيعات الأرباح لموافقة المساهمين في الجمعية العمومية القادمة لمجموعة "أغذية".
- **تم الحفاظ على التوجهات السنوية الكاملة:** بالنظر إلى الزخم المستمر عبر أعمال مجموعة "أغذية" وتأثير تحديات العملة في عمليات المجموعة في مصر، تتوقع مجموعة "أغذية" نمو الإيرادات السنوية لعام 2024 بين 10% و 12%، مع زيادة هامش EBITDA بمقدار 40-60 نقطة أساس وزيادة هامش صافي الربح للمجموعة بمقدار 30-50 نقطة أساس.

أبرز الإنجازات الاستراتيجية

تحقيق تقدم قوي طوال العام في توسيع قدرات المجموعة وكفاءاتها لضمان النمو المستقبلي للمجموعة

- **الاستفادة من منصة "أغذية" المصرية:** استمرت مجموعة "أغذية" في تنفيذ استراتيجيتها لتحويل مصر إلى مركز للتصدير. في النصف الأول من عام 2024، بلغت إيرادات التصدير من مصر 50.7 مليون درهم (+53.6% نمو على أساس سنوي). منذ الاستخوذ، توسعت "أبو عوف" بسرعة في تواجدها بقطاع التجزئة، حيث افتتحت 44 متجرًا جديدًا، بما في ذلك الاكتشاف المتنقلة على طول الساحل الشمالي لمصر وذلك خلال النصف الأول من عام 2024.
- **الاستثمار في الابتكار:** يلعب الابتكار دورًا حيويًا في تحقيق هدف مجموعة "أغذية" بأن تصبح مجموعة رائدة في مجال الأغذية والمشروبات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. في صميم مبادرات الابتكار للمجموعة يوجد فريق الابتكار المركزي، الذي ينسق مبادرات الابتكار بين وحدات الأعمال، البحث والتطوير، والابتكار الخارجي. بشكل ملحوظ، جاء 45% من نمو مجموعة "أغذية" في النصف الأول من عام 2024 من الابتكار وحده (باستثناء عملية لمرة واحدة في الربع الأول 2024). فيما يلي بعض من أبرز ابتكارات المجموعة منذ بداية العام:
 - **الوجبات الخفيفة:** أطلقت "أبو عوف" عبوات قهوة سريعة التحضير وحبوب الإسبرسو لتنوع محفظة القهوة الخاصة بها ووسعت محفظة الوجبات الخفيفة الخاصة بها مع الفشار بنكهات لذيذة، والمقرمشات، والفول السوداني المغلف، وألواح البروتين، وألواح المكسرات. أطلقت "تاج التمور" مجموعة تمور عضوية.
 - **البروتين والأغذية المجمدة:** أطلقت منتجات جديدة ذات العلامة التجارية "نبيل" في الأردن، بما في ذلك برجر لحم بقري ودجاج عالي الجودة، بالإضافة إلى مجموعة جديدة من أنواع البطاطس المجمدة في الإمارات.
 - **الأعمال الزراعية:** أطلقت منتجات جديدة من الدقيق المخصص لتلبية احتياجات العملاء المحددة، بالإضافة إلى خلطات Agrivita للألبان الجديدة استجابة لاحتياجات المزارعين المتزايدة في الإمارات لتحسين تغذية الحيوانات.
- **التقدم في أجنحة الاستدامة للمجموعة:** تستمر مجموعة "أغذية" في إحراز تقدم عبر أجنحتها للاستدامة. بشكل ملحوظ، خلال النصف الأول من عام 2024، حيث قللت المجموعة من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بنسبة 7.6% على أساس سنوي. كما بدأت مجموعة "أغذية" أيضًا تجارب مختلفة لدراسة إمكانية إدراج الشاحنات الكهربائية والمركبات الأخرى، حيثما كان ذلك ممكنًا، لتقليل انبعاثات ثاني أكسيد الكربون عبر نطاق أوسع من عملياتها التشغيلية. بالإضافة إلى ذلك، في الربع الثاني من عام 2024، قامت مجموعة "أغذية" بتشغيل محطة الطاقة الشمسية في تركيا ALPIN، والتي تتكون من 1,088 لوح شمسي بقدرة إجمالية تبلغ 850.45 كيلووات في الساعة. وتهدف هذه المبادرة إلى زيادة استخدام الطاقة المتجددة كجزء من مزيج الطاقة الكلي للمجموعة.

تسريع خارطة الطريق الرقمية: تواصل المجموعة تحقيق تقدم في رحلة التحول الرقمي لمدة خمس سنوات مع التركيز على تحسين تجربة العملاء وأساسياتها التجارية، وجعل مجموعة "أغذية" مؤسسة قائمة على البيانات ومرتبطة بعملائها، مع ضمان عمليات رقمية وتقنية آمنة وموثوقة. خلال الربع الثاني من عام 2024، أعادت مجموعة "أغذية" هيكله فريق القيادة الرقمية والتقنية بالاستعانة بكوادر مختصة من ذوي الخبرة المهنية من الخارج بالإضافة إلى الكفاءات الداخلية.

أطلقت مجموعة "أغذية" تطبيق التوصيل المنزلي الجديد لمياه "العين" مع خيارات دفع جديدة وتحسين لتجربة العملاء الشاملة. وبدأت المجموعة أيضًا إطلاق أنشطة نقاط البيع الجديدة عبر أكثر من 200 متجر من متاجر "أبو عوف" في مصر واستمرت في أتمتة المبيعات عبر عمليات المجموعة المصرية.

يظل تبني التقنيات الجديدة لدعم سلامة الموظفين أولوية قصوى لمجموعة "أغذية". حيث أطلقت المجموعة مؤخرًا تقنية التعرف على الصور بالذكاء الاصطناعي لمنع الحوادث في منشآتها. بالإضافة إلى ذلك، قامت المجموعة بتطبيق برنامج يتابع حضور وانصراف الموظفين باستخدام المراقبة الجغرافية، مما يساعد على منع الموظفين المتنقلين من التعرض للحوادث بسبب ساعات العمل الزائدة.

قال خليفة سلطان السويدي، رئيس مجلس إدارة مجموعة أغذية: "تواصل "أغذية" تحقيق أداء قوي، مما يعزز زخم نمونا في النصف الأول من العام. كما يظل التزامنا الثابت بتعزيز أعمالنا وتحقيق أهدافنا طويلة الأجل واضحًا. وتبرز نتائج هذا الربع قدرتنا على الصمود والتركيز الاستراتيجي على تحقيق قيمة مستدامة عبر محفظتنا المتنوعة. ومستقبلًا، نحن في وضع جيد لاستغلال الفرص في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وخارجها، مستفيدين من نقاط قوتنا في الابتكار والرقمنة والتميز التشغيلي."

قال ألان سميث، الرئيس التنفيذي لمجموعة أغذية: "قدمت مجموعة "أغذية" نتائج قوية في النصف الأول من العام، مما يؤكد قدرتنا على التعامل بفعالية مع البيئات التشغيلية الصعبة والمتغيرة. وحافظت فرق العمل لدينا على تركيزها ومرونتها في تنفيذ استراتيجيتنا للنمو الطويل الأمد، كما نواصل جهودنا لدفع النمو المستدام على المدى الطويل من خلال الاستثمار في علامتنا التجارية، والاستفادة من التأزر، وزيادة الكفاءة. في أوائل شهر يوليو، أطلقنا رسميًا منشآتنا الحديثة للبروتين في جدة، مما يعزز مكانتنا ويؤسس واحدًا من المحركات الرئيسية للنمو لمجموعة "أغذية" في أكبر سوق في دول مجلس التعاون الخليجي. إن نتائج النصف الأول من العام تبني أساسًا قويًا لمجموعة "أغذية"، ونؤكد على توجيهاتنا للعام بأكمله. نحن سعداء أيضًا للتأكيد على دفع توزيعات الأرباح النصف سنوية، مع إعادة حوالي 85.7 مليون درهم إماراتي للمساهمين في شهر سبتمبر 2024."

نتائج المجموعة للنصف الأول 2024 متاحة على موقع المجموعة الإلكتروني www.agthia.com وعلى www.adx.ae

-النهاية-

نبذة عن مجموعة "أغذية":

تعدّ مجموعة "أغذية" ش.م.ع التي تتخذ من أبوظبي مقرّاً لها؛ شركة رائدة في مجال إنتاج الأغذية والمشروبات. وتندرج المجموعة التي تأسست في عام 2004 في سوق أبوظبي للأوراق المالية تحت اسم "أغذية". وتعد "أغذية" شركة تابعة لـ "القابضة" (ADQ)، إحدى أكبر الشركات القابضة على مستوى المنطقة والتي تمتلك محفظة واسعة من الشركات الكبرى العاملة في قطاعات رئيسية ضمن اقتصاد إمارة أبوظبي المتنوع. وتمتلك المجموعة أصولاً في كل من دولة الإمارات العربية المتحدة، والمملكة العربية السعودية، والكويت، وسلطنة عُمان، ومصر، وتركيا، والأردن. وتعمل المجموعة على تشغيل محفظة عالمية من الشركات المتكاملة، والتي توفر باقة متنوعة من المواد الغذائية والمشروبات المبتكرة ذات الجودة العالية، وتوفر المجموعة منتجاتها للمستهلكين في الإمارات العربية المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي وتركيا والشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية وآسيا. وتوظف المجموعة أكثر من 12,000 موظف، يضطلعون بمسؤولية تصنيع وتوزيع وتسويق مجموعة متنوعة من المنتجات في القطاعات التالية: المياه والأغذية (مياه العين، والبيان، ومياه الينابيع الطبيعية "البيان"، وفوس، أغذية العين ومنتجات العين التجارية)؛ الوجبات الخفيفة (تمور الفوعة، ويوليه، ومخبز وحلويات الفيسل، و"بي.إم.بي"، و"أبو عوف")؛ اللحوم والمنتجات المبرّدة والمجمدة (النبيل للصناعات الغذائية، أطياب، والخضروات المجمدة من العين)؛ الأعمال الزراعية (المطاحن الكبرى، وأجريفيتا).

لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة www.agthia.com أو مراسلتنا عبر البريد الإلكتروني على corpcoms@agthia.com للاستفسارات واللقاءات الإعلامية برجاء التواصل مع:

- إيهاب رزق- رئيس قسم العمليات والاعلام - الجوال: 010 21922022 (+20)
- البريد الإلكتروني: ehab.rizk@influence-me.com
- محمد رشاد - مدير علاقات اعلامية - الجوال: 0122 8951929 (+20)
- البريد الإلكتروني: Mohamed.Rashaad@influence-me.com