



# تقرير التحليل ومناقشة الإدارة

١١ مايو ٢٠٢٦



لولو للتجزئة تعلن عن نتائجها المالية للربع الأول من عام ٢٠٢٦  
وتسجل إيرادات بقيمة ٢,٠ مليار دولار أمريكي (٧,٤ مليار درهم)  
وافتحت ١١ متجرًا جديدًا خلال الربع

أعلنت شركة لولو للتجزئة القابضة بي ال سي ("لولو" أو "الشركة")، أكبر تاجر تجزئة متكامل يغطي منطقة مجلس التعاون الخليجي بالكامل والأسرع نموًا فيها، عن نتائجها المالية وغير المدققة عن فترة الثلاثة أشهر المنتهية في ٣١ مارس ٢٠٢٦ ("الربع الأول ٢٠٢٦").

### أبرز النتائج

- بلغت إيرادات الربع الأول من عام ٢٠٢٦ ملياري دولار بانخفاض ٢,٩٪ على أساس سنوي، مع نمو قوي في شهري يناير وفبراير قبله تباطؤ في شهر مارس، مدفوع بشكل أساسي بضعف الطلب على السلع غير الغذائية وسط الظروف الجيوسياسية المتغيرة.
- سجلت الشركة ربحاً إجمالياً قدره ٤٤٩ مليون دولار، وبلغ اجمالي الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك ١٩٢ مليون دولار، وصافي دخل قدره ٤٧ مليون دولار، مما يعكس ضعفاً في فئات المنتجات غير الغذائية في شهر مارس، ولكن تم التخفيف من هذا الضعف جزئياً من خلال ضبط التكاليف في جميع العمليات.
- ضمنت خطط الطوارئ الاستباقية استمرار العمليات دون انقطاع طوال الربع، مع بقاء جميع المتاجر مفتوحة ومجهزة بالكامل بالبضائع.
- تم افتتاح ١١ متجرًا جديدًا خلال الربع الأول من عام ٢٠٢٦، بما يتماشى مع استراتيجية التوسع المخطط لها، ولا تزال الشركة على المسار الصحيح لتحقيق هدفها السنوي المتمثل في افتتاح ١٨-٢٠ متجرًا جديدًا.
- تركز الافتتاحات الجديدة على نموذج متجر "إكسبريس"، الذي يوفر نموذج توسع منخفض رأس المال، وسرعة أكبر في بدء التشغيل، وعودات محسنة.
- تسارع نمو التجارة الإلكترونية لتصل المبيعات إلى ١٥٠ مليون دولار، بزيادة قدرها ٦١٪ على أساس سنوي، وبلغت ٧,٩٪ من إجمالي مبيعات التجزئة. وقد دعم هذا الأداء التحسينات المستمرة في قنوات البيع المتعددة وقدرات التوصيل المحسنة.
- ارتفعت نسبة انتشار العلامات التجارية الخاصة بنحو ١٪ لتصل إلى ٣٠,٢٪ من مبيعات التجزئة، مدفوعةً بتفضيل العملاء القوي للعروض ذات القيمة المضافة، مما أفاد مزيج هامش الربح الإجمالي.
- أدى التركيز على برنامج الولاء "السعادة" إلى زيادة التفاعل، حيث بلغت المبيعات المرتبطة به حوالي ٧٠٪ في الربع الأول من عام ٢٠٢٦، مدعومة بانضمام ٦١٠ ألف عضو جديد خلال الربع.
- في ضوء البيئة الجيوسياسية المتغيرة، تقوم الشركة بمراجعة توقعاتها لعام ٢٠٢٦ وستقدم تحديثاً في الوقت المناسب.

وبهذه المناسبة، قال السيد سيفي روباوالا، الرئيس التنفيذي لشركة لولو للتجزئة: "نفتخر بخدمة عملائنا خلال هذه الفترة الاستثنائية، ويعكس استمرار تشغيل جميع متاجرنا وتوافر مخزون كافٍ فيها مدى التزام موظفينا وتفانيهم، إلى جانب الدعم الكبير الذي نحظى به في دول مجلس التعاون الخليجي الست. وقد بدأ العام بأداء قوي ومبشر، إلا أن شهر مارس شهد تباطؤًا طفيفاً في حركة المتسوقين داخل المتاجر الكبرى. ومع ذلك، نجحنا في افتتاح ١١ متجرًا جديدًا، ونحن على ثقة بأن منصتنا المتكاملة وعروضنا المميزة ستواصل تلبية احتياجات عملائنا، وستسهم في دفع عجلة النمو مع عودة الأوضاع التجارية تدريجيًا إلى طبيعتها."

## أبرز الإنجازات التشغيلية

### شبكة المتاجر

واصلت لولو للتجزئة توسيع نطاق متاجرها في الربع الأول من عام ٢٠٢٦، حيث افتتحت ١١ متجر إكسبريس جديد في الربع الأول من عام ٢٠٢٦، تتألف من ستة متاجر في دولة الإمارات العربية المتحدة، ومنتجرين في المملكة العربية السعودية، و متجر في سلطنة عُمان، مما أضاف مساحة بيع إجمالية قدرها ٢٠,١٥٣ متراً مربعاً.

لا تزال استراتيجية توسع المجموعة تركز على نموذج "إكسبريس"، الذي يدعم نموذج نمو أكثر كفاءة في استخدام رأس المال وقابلية للتوسع. وقد ارتفع إجمالي مساحة البيع بالتجزئة بنسبة ١,٥٪ خلال الربع الأول من عام ٢٠٢٦، ليصل إلى ١,٤٠٥ مليون متر مربع حتى ٣١ مارس ٢٠٢٦. وفي نهاية الربع الأول من عام ٢٠٢٦، تدير لولو ١٢٣ هايبرماركت، و ١٢٩ متجر إكسبريس، و ٢٥ ميني ماركت. وتم إغلاق ميني ماركت واحد في دولة الإمارات العربية المتحدة (بمساحة ٢٢٧ متراً مربعاً) خلال الربع الأول من العام نفسه، وذلك عقب مراجعة شاملة لأعماله.

من المتوقع أن يظل التركيز في عمليات افتتاح المتاجر الجديدة منصباً على دولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية، اللتين لا تزالان توفران فرص النمو على المدى المتوسط.

كما بتاريخ ٣١ مارس ٢٠٢٥	كما بتاريخ ٣١ مارس ٢٠٢٦	
١١٦	١٢١	الإمارات العربية المتحدة
٦٥	٦٧	المملكة العربية السعودية
٣٢	٣٣	سلطنة عمان
٢٤	٢٤	قطر
١٧	١٩	الكويت
١٣	١٣	البحرين
٢٦٧	٢٧٧	اجمالي شبكة المتاجر

### برنامج ولاء العملاء

واصل برنامج ولاء العملاء "سعادة" من لولو اكتساب زخم قوي في الربع الأول من عام ٢٠٢٦، متوسّعاً في جميع دول مجلس التعاون الخليجي ليصل إلى ما يقارب ٩ مليون عضو. ولا يزال البرنامج محركاً رئيسياً لتفاعل العملاء.

ارتفعت المبيعات المرتبطة ببرامج الولاء إلى حوالي ٧٠٪ خلال الربع، مما يعكس الإقبال الكبير والتركيز المستمر على العروض الترويجية الموجهة والتفاعل مع العملاء بناءً على البيانات. وتواصل لولو تركيزها على الاستفادة من رؤى برامج الولاء لتعزيز الاحتفاظ بالعملاء وزيادة الإنفاق في جميع متاجرها وعبر الإنترنت.

### التقدم الاستراتيجي

بالإضافة إلى افتتاح المتاجر، لا تزال التجارة الإلكترونية محركاً رئيسياً للنمو. وارتفعت المبيعات بنسبة ٦١٪ على أساس سنوي لتصل إلى ١٥٠ مليون دولار، ما يمثل ٧,٩٪ من مبيعات التجزئة (بزيادة قدرها ٣١٥ نقطة أساس). وقد قادت منصات لولو الخاصة هذا النمو، حيث تضاعفت أحجام المعاملات بشكل عام بعد تحسينات التطبيق والموقع الإلكتروني.

كما أحرزت الشركة تقدماً في خطتها لرفع الإنتاجية والكفاءة، مما حقق وفورات في التكاليف في جميع العمليات. وانخفضت تكاليف التشغيل في المتاجر القائمة، مما أبقى نمو إجمالي نفقات التشغيل (باستثناء الاستهلاك) عند ١,١٪ على أساس سنوي.

### إيرادات المجموعة

انخفضت إيرادات الربع الأول من عام ٢٠٢٦ بنسبة ٢,٩٪ على أساس سنوي لتصل إلى ٢,٠٢٠ مليار دولار أمريكي. وجاء أداء المبيعات خلال شهري يناير وفبراير متوافقاً إلى حد كبير مع التوقعات، إلا أن الأداء شهد تراجعاً في شهر مارس، ويُعزى ذلك بشكل رئيسي إلى انخفاض الطلب على السلع غير الغذائية. وفي المقابل، ساهم افتتاح ١١ متجرًا جديدًا، إلى جانب النمو القوي في قطاع التجارة الإلكترونية، في دعم إيرادات الربع الأول.

تباين أداء المبيعات بين مختلف الفئات، حيث سجلت السلع الاستهلاكية المعبأة والأغذية الطازجة نموًا على أساس سنوي، في حين شهدت فئة المنتجات الاستهلاكية تراجعًا طفيفًا، بينما سجلت فئة الأجهزة الكهربائية انخفاضًا حادًا تركّز معظمه خلال شهر مارس.

وفي المقابل، واصل قطاع التجارة الإلكترونية تحقيق زخم قوي، إذ ارتفعت المبيعات بنسبة ٦١٪ على أساس سنوي لتصل إلى ١٥٠ مليون دولار أمريكي، بما يمثل ٧,٩٪ من إجمالي مبيعات التجزئة، بزيادة قدرها ٣١٥ نقطة أساس مقارنة بالعام السابق. وجاء هذا النمو مدفوعًا بشكل رئيسي بقنوات الشركة الرقمية الخاصة، التي واصلت التفوق على منصات التجميع، حيث تضاعفت أحجام المعاملات تقريبًا على أساس سنوي، بدعم من التطبيق والموقع الإلكتروني المُحدثين. وتعتزم الشركة مواصلة توسيع خدمات التوصيل متعددة القنوات، وتعزيز مبيعات المنتجات غير الغذائية عبر الإنترنت، إلى جانب تطبيق تقنيات التخصيص المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

كما أسهم ضعف بيئة التداول في زيادة الإقبال على منتجات العلامات التجارية الخاصة، حيث ارتفعت نسبة مساهمتها إلى ٣٠,٢٪، بزيادة قدرها نقطة مئوية واحدة على أساس سنوي. وقد انعكس هذا التوجه نحو المنتجات ذات القيمة المضافة إيجابًا على هامش الربح الإجمالي خلال الربع.

### الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك (EBITDA)

بلغت الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك للربع الأول من عام ٢٠٢٦ نحو ١٩٢ مليون دولار أمريكي. وعلى الرغم من تأثير افتتاح متاجر جديدة، لم ترتفع المصاريف التشغيلية (باستثناء الإهلاك) - سوى بنسبة ١,١٪ على أساس سنوي، مما يعكس استمرار الشركة في ضبط التكاليف وتنفيذ مبادرات تعزيز الكفاءة عبر مختلف عملياتها. كما استفادت قاعدة المتاجر القائمة بشكل ملحوظ من مبادرات التحسين والمركزية وتطوير العمليات التشغيلية، الأمر الذي ساهم في دعم الأداء التشغيلي خلال الربع.

### أبرز نتائج السوق

فترة الـ ١٢ شهرًا المنتهية بتاريخ ٣١ ديسمبر		الإيرادات مليون دولار	
%Δ	الربع الأول ٢٠٢٥	الربع الأول ٢٠٢٦	
١,٧+	٧٤٢	٧٥٤	الإمارات العربية المتحدة
(١١,٣)	٤١٠	٣٦٤	المملكة العربية السعودية
(٧,٥)	٣٢٢	٢٩٨	عمان
(٤,٠)	٣٠٤	٢٩٢	قطر
٩,٠	١٧١	١٨٦	الكويت
(٤,٣)	١٣١	١٢٦	أخرى
(٢,٩)	٢,٠٨٠	٢,٠٢٠	لولو للتجزئة

• **الإمارات العربية المتحدة:** ارتفعت الإيرادات بنسبة ١,٧٪ على أساس سنوي، مدعومة بنمو قطاع السلع الاستهلاكية المعبأة والأغذية الطازجة، قبل أن يشهد الأداء تباطؤًا خلال شهر مارس. كما تراجعت هامش الربح الإجمالي والأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك بشكل طفيف نتيجة الضغوط التي شهدتها قطاعا الأجهزة الكهربائية والأزياء، في حين ظلت المصروفات التشغيلية مستقرة.

• **المملكة العربية السعودية:** انخفضت الإيرادات بنسبة ١١,٣٪ على أساس سنوي، متأثرة بضعف أداء قطاع السلع غير الغذائية، ولا سيما فئة الأجهزة الكهربائية. وفي المقابل، تحسن هامش الربح الإجمالي بدعم من مبادرات خفض التكاليف، بينما تراجع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك نتيجة انخفاض المبيعات وتراجع دعم الموردين.

• **عمان:** انخفضت الإيرادات بنسبة ٧,٥٪ على أساس سنوي، متأثرة بضعف أداء قطاع السلع غير الغذائية. وفي المقابل، سجل هامش الربح الإجمالي تحسناً طفيفاً، بينما تراجع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك نتيجة انخفاض الإيرادات وارتفاع التكاليف.

• **قطر:** انخفضت الإيرادات بنسبة ٤,٠٪ على أساس سنوي، حيث عوّض نمو قطاع الأغذية ضعف أداء السلع غير الغذائية. كما شهد كل من هامش الربح الإجمالي وهامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك تحسناً، مدعومين بشروط أفضل مع الموردين واتباع نهج تسعير منضبط.

• **الكويت:** ارتفعت الإيرادات بنسبة ٩,٠٪ على أساس سنوي، مدفوعة بقوة الطلب على السلع الاستهلاكية المعبأة والأغذية الطازجة. في المقابل، تراجعت الهوامش نتيجة ضغوط الميزج البيعي وارتفاع التكاليف المرتبطة بمنصات التجميع.

• **قطاعات تشغيلية أخرى:** كانت اتجاهات الإيرادات متباينة. وشهدت الهوامش بعض الضغوط الطفيفة، إلا أن ذلك تم تعويضه جزئياً من خلال إجراءات ضبط التكاليف.

### صافي الربح

حققت الشركة صافي ربح قدره ٤٧ مليون دولار أمريكي في الربع الأول من عام ٢٠٢٦. ورغم أن الأداء التشغيلي كان متوافقاً مع التوقعات خلال شهري يناير وفبراير، فإن التباطؤ الذي شهدته مبيعات شهر مارس أدى إلى انخفاض إجمالي في الربحية خلال الربع. ومع ذلك، لا يزال نموذج الأعمال الأساسي يتمتع بالمرونة، مدعوماً بإدارة منضبطة للتكاليف وتوازن في ميزج الفئات البيعية.

### التدفقات الرأسمالية

ظل الإنفاق الرأسمالي منضبطاً خلال الربع الأول من عام ٢٠٢٦، حيث بلغ ١,٣٪ من الإيرادات، وهو مستوى يتماشى مع الفترة السابقة.

### التدفقات النقدية والميزانية العمومية

لا يزال المركز المالي للشركة قوياً، مما يدعم توزيعات المساهمين ويعزز قدرتها على الصمود في بيئة تشغيلية مليئة بالتحديات. كما شهد رأس المال العامل تحسناً خلال الربع، الأمر الذي أسهم في تعزيز الأداء الإجمالي للتدفقات النقدية.

وانخفض صافي الدين بشكل طفيف مقارنة بنهاية العام السابق، حيث تم تعويض ارتفاع التزامات عقود الإيجار بانخفاض في الدين المالي. وبلغ صافي الدين ٢,٥ مليار دولار، ما يعادل نسبة صافي الدين إلى الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والاستهلاك بمقدار ٣,٣ مرة وفق معيار تقارير المحاسبة الدولية ١٦، وبمعدل ٠,٩ مرة عند استبعاد التزامات الإيجار، مقارنةً بـ ١,١ مرة في نهاية الفترة المالية السابقة.

### التوجيهات

بعد دراسة متأنية، وفي ضوء التطورات الجيوسياسية المتغيرة، قررت الشركة وضع توجيهاتها السنوية لعام ٢٠٢٦ قيد المراجعة. ومع ذلك، أكدت الشركة أن خطة افتتاح المتاجر تسير وفق الجدول الزمني المحدد.

### مؤتمر عبر الهاتف لمناقشة الأرباح

ستعقد شركة لولو للتجزئة مؤتمراً عبر الهاتف لمناقشة الأرباح، يليه جلسة أسئلة وأجوبة للمستثمرين والمحليلين، يوم الثلاثاء ١٢ مايو ٢٠٢٦، الساعة ٤:٣٠ مساءً بتوقيت الإمارات. يمكن للمهتمين الانضمام إلى المكالمة بالضغط على الرابط التالي [هنا](#).

## ملخص النتائج المالية

### بيان الدخل

الربع الأول ٢٠٢٥	الربع الأول ٢٠٢٦	١٠٠٠ دولار
٢,٠٨٠,٣٢٦	٢,٠٢٠,٠٦٧	الإيرادات
(١,٦١٥,٨٠٥)	(١,٥٧٠,٨٩٤)	تكلفة الإيرادات
٤٦٤,٥٢١	٤٤٩,١٧٣	إجمالي الربح
٨٠,٢٩٠	٧٨,٧٤٩	دخل تشغيلي آخر
(٤٢٦,٢٦٤)	(٤٣٢,١٠٨)	النفقات التشغيلية
(٤٠,٠٤٥)	(٤٢,٣٥٤)	صافي تكلفة التمويل
٧٨,٥٠٢	٥٣,٤٦٠	الربح قبل الضريبة من العمليات المستمرة
(٨,٨٠٤)	(٦,٦٦٤)	نفقات ضريبة الدخل
٦٩,٦٩٨	٤٦,٧٩٦	صافي الربح عن الفترة

### بيان التدفقات النقدية

الربع الأول ٢٠٢٥	الربع الأول ٢٠٢٦	١٠٠٠ دولار
٣٤٦,٢٠٨	٣٢٩,٥٤٣	النقد ومردقات النقد في بداية الفترة
٢٦٦,٥٧٦	٢٠١,٨٦٩	صافي النقد الناتج من الأنشطة التشغيلية
(٢٥,١٩٢)	(٢٥,١٥٣)	صافي النقد المستخدم في الأنشطة الاستثمارية
(١٠٠,٤٩٢)	(٨٨,٩٤١)	صافي النقد المستخدم في الأنشطة التمويلية
(٢٢)	(٣,١٢٢)	آثار تغيرات أسعار صرف العملات الأجنبية
٤٨٧,٠٧٨	٤١٤,١٩٦	النقد ومردقات النقد في نهاية الفترة

### الميزانية العمومية

كما بتاريخ ٣١ مارس ٢٠٢٥	كما بتاريخ ٣١ مارس ٢٠٢٦	١٠٠٠ دولار
٣,٢١٦,٧١٠	٣,٣١١,٢٩٤	الأصول غير المتداولة
٢,٢٢٣,٣٩٩	٢,٣٨٣,٢٦٩	الأصول المتداولة
٥,٤٤٠,١٠٩	٥,٦٩٤,٥٦٣	إجمالي الأصول
١,٠٠٤,٧٦٣	١,٠٥٥,٧٧٣	صافي حقوق الملكية
٢,٠٠٧,٠٧٨	٢,١٠٣,٨٢٣	إجمالي الالتزامات غير المتداولة
٢,٤٢٨,٢٦٨	٢,٥٣٤,٩٦٧	إجمالي الالتزامات المتداولة
٤,٤٣٥,٣٤٦	٤,٦٣٨,٧٩٠	إجمالي الالتزامات
٥,٤٤٠,١٠٩	٥,٦٩٤,٥٦٣	إجمالي حقوق الملكية والالتزامات

### نبذة عن لولو التجزئة

تأسست لولو للتجزئة في عام ١٩٧٤، وتعتبر، مع شركاتها التابعة، أكبر بائع تجزئة شامل من حيث مساحة البيع والمبيعات وعدد المتاجر في دول مجلس التعاون الخليجي الست. وتدير المجموعة شبكة تضم أكثر من ٢٧٧ متجرًا من فئة هايبرماركت، والمتاجر السريعة، ومتاجر ميني ماركت، كما بتاريخ ٣١ مارس ٢٠٢٦. وتدير المجموعة أيضًا منصةً متكاملةً للتجارة الإلكترونية عبر موقعها الإلكتروني وتطبيق للهاتف الجوال إضافة إلى شراكات مع مقدمي خدمات التجارة الإلكترونية من الجهات الخارجية. وتقدم المجموعة خدماتها لما يزيد عن ٦٩٠ ألف متسوق يومي، موزعين على ١٣٠ جنسية. وتوفر المجموعة منتجاتها من ٨٥ بلدًا، بدعم من مكاتب التوريد الميدانية التابعة لها المتواجدة في مواقع رئيسية في ١٩ دولة. كما تتمتع المجموعة بشهرة قوية لعلامتها التجارية فضلًا عن ارتفاع مستوى ثقة عملاء منطقة مجلس التعاون الخليجي فيها، ما يمكنها من زيادة حصتها من السوق وتعزيز معدل نمو شبكتها من المتاجر وترسيخ ولاء عملائها.

للتواصل مع إدارة علاقات المستثمرين

[investor.relations@ae.lulumea.com](mailto:investor.relations@ae.lulumea.com)

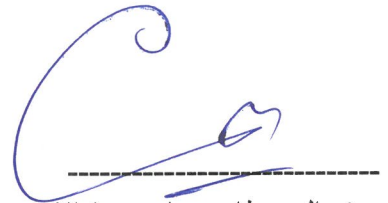
<https://www.luluretail.com/investors>

### تحذير بشأن الإطلاع على البيانات

لا يُقصد بأي من المعلومات الواردة في هذا المستند أو تُفسَّر على أنها توقعات للأرباح. كما أن أي بيانات واردة فيه قد تُعتبر "تطلعية" تستند إلى مجموعة من الافتراضات المختلفة، بما في ذلك مراجعة الإدارة للاتجاهات التشغيلية التاريخية، والمعلومات الواردة في سجلات الشركة، وبيانات أخرى تم الحصول عليها من أطراف أخرى. وعلى الرغم من أن الشركة تعتقد أن هذه الافتراضات كانت معقولة عند إعدادها، إلا أنها بطبيعتها تخضع لمخاطر وشكوك وظروف غير مؤكدة بشكل كبير. ولا تُعد البيانات التطلعية ضماناً للأداء المستقبلي. وقد تؤدي هذه المخاطر والشكوك والظروف إلى اختلاف جوهري في النتائج الفعلية للعمليات أو المركز المالي أو السيولة للشركة عن النتائج الواردة أو الضمنية في هذا المستند من خلال تلك البيانات التطلعية.

لا يتم تقديم أي تعهد أو ضمان بأن أي بيان تطلعي أو توقع سيتم تحقيقه. وبناءً عليه، لا ينبغي الاعتماد على أي من البيانات التطلعية الواردة في هذا المستند.

المفوض بالتوقيع



سيف الدين طاهر بهاي روباوالا  
المدير والرئيس التنفيذي