



أغذية
agthia

For The Better • من أجل الأفضل



النتائج المالية لعام 2022

تقرير مناقشة وتحليل الإدارة

7 مارس 2023

نسير بخطى ثابتة نحو تحقيق رؤيتنا الاستراتيجية

- نمو صافي إيرادات المجموعة بنسبة 33% على أساس سنوي لتصل إلى 4.07 مليار درهم إماراتي وتحقيق نمو إيجابي على أساس المقارنة بالمثل في جميع قطاعات الأعمال
- نمو الإيرادات بنسبة تزيد على 70% من قطاعي اللحوم المبردة والمجمدة والوجبات الخفيفة
- ارتفاع صافي الدخل التشغيلي بنسبة تزيد على 36% على أساس سنوي، مع الحفاظ على ربحية الأعمال الرئيسية والاستفادة من أوجه التآزر والكفاءات
- ارتفاع صافي الربح بنسبة تزيد على 14% على أساس سنوي إلى 247 مليون درهم إماراتي في الحد الأعلى لنطاق توقعات المحللين¹
- ارتفعت حصة السهم من الأرباح باستثناء مجموعة أبو عوف إلى أكثر من 14% متخطياً التوجيه المالي للمجموعة²

أعلنت مجموعة أغذية ش.م.ع (AGTHIA:UH) اليوم عن نتائجها للسنة المالية المنتهية بتاريخ 31 ديسمبر 2022.

تحقيق الرؤية الاستراتيجية

نطمح من خلال رؤيتنا الاستراتيجية إلى تحقيق الريادة في مجال الأغذية والمشروبات داخل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وباكستان وخارجها بحلول عام 2025، ويتضح بعد عامين من انطلاق رحلة التحول أننا نسير على الطريق الصحيح، حيث نجحت المجموعة في توسيع أعمالها، وتحسين كفاءة عملياتها، وبناء قدرات أكبر تمكّنها من الاستفادة من آفاق النمو الواعدة مستقبلاً، إلى جانب زيادة نطاق الأعمال وتنوعها مما يفسح المجال أمامنا لدعم مجموعة المنتجات وقنوات المبيعات، بالإضافة إلى تحسين مصادر المواد وعمليات الإنتاج في جميع جوانب سلسلة التوريد.

- تضاعفت إيراداتنا خلال العامين الماضيين، مع تحقيق مزيد من النمو وارتفاع مستوى الأرباح وجودة المنتجات، وذلك بفضل التحول الذي حققناه في مجموعة الأعمال وفئات المنتجات سريعة النمو ذات هامش الربح العالية، فضلاً عن الإدارة الفعالة للتكاليف وتركيزنا المتواصل على الاستفادة من أوجه التآزر والكفاءات. وارتفع هامش الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين لأكثر من 600 نقطة أساس بنسبة 14.2%، في حين زادت الأرباح التشغيلية على أساس معياري بأكثر من 200% مع نمو صافي الربح للمجموعة بنسبة 131%.

- توزعت إيراداتنا على 45 دولة، مما يساهم في تنوع قاعدة المخاطر المترتبة على الأعمال، بحيث تتركز 51% من أعمالنا خارج دولة الإمارات، مقارنة بنسبة 10% قبل عامين. وتحولت قائمة منتجاتنا من اعتمادها على المياه والدقيق والأعلاف إلى مجموعة متوازنة تشمل أكثر من 35 علامة تجارية للأغذية والمشروبات ذات القيمة المضافة، إلى جانب مجموعة من الأسواق الكبيرة القابلة للتطوير في قطاعاتنا الرئيسية الأربعة بما في ذلك اللحوم المبردة والمجمدة والوجبات الخفيفة.

¹ كما في 06 مارس 2023، بلغت تقديرات الإجماع الخاصة بتوقعات المحللين لصافي أرباح الشركة خلال فترة 52 أسبوعاً [السنة 2022 بكاملها] مبلغاً وقدره 237 مليون درهم إماراتي، ضمن نطاق يتراوح بين 221 مليون درهم إماراتي و250 مليون درهم إماراتي.

² بلغ التوجيه المالي للمجموعة لعام 2022 الصادر بتاريخ 8 أغسطس 2022 الخاص بنمو حصة السهم من الأرباح، باستثناء الاستحواذ على أبو عوف، نسبة وقدرها 11-10%.

- جاء هذا النمو مكملاً لقطاعاتنا الرئيسية وليس بديلاً عنها، حيث استطعنا الحفاظ على ريادتنا في السوق الإماراتية لمبيعات المياه المعبأة والدقيق والأعلاف الحيوانية للشركات، وذلك بفضل قدرتنا المتنامية على الاستحواذ على شركات جذابة تركز على المستهلك، وتحسينها ودمجها ضمن المجموعة، وخلق قيمة أكبر عن طريق الاستفادة من الوفورات الاقتصادية ومنصات التأزر.
- ويظهر هذا جلياً من خلال نجاحنا في الاستحواذ على شركة الفوعة في شهر يناير 2021، ما يمثل دليلاً واضحاً على نهجنا الفعال لتحقيق القيمة. حيث ركزت المرحلة الأولى من خطة الاندماج على تحسين نموذج تشغيل شركة الفوعة، مع الحفاظ على أعمالها الرئيسية، وتكثفت المرحلة بنجاحنا في تصحيح مسار الشركة وتبسيط أنظمتها وإلغاء الإجراءات المكررة وتكديس أصول التصنيع والتوزيع في الموقع نفسه، وترشيد تكاليف الإنتاج عن طريق تحسين إجراءات ضبط التصنيع.
- أما المرحلة الثانية، فقد ركزت على تطوير نموذج أعمال الفوعة من خلال بناء العلامات التجارية وتنوع مصادرها لزيادة الأصناف المطروحة وتخفيف مخاطر الاعتماد على أسواق التمور الخارجية، مما يساهم في تحسين محفظة المنتجات عن طريق رفع مستوى تميز علاماتها التجارية وقيمتها، وتعزيز وصولها إلى أسواق كبيرة وقابلة للتطوير (مثل الهند وبنغلاديش والبرازيل وأمريكا الشمالية) وتوفير منتجات التمور على مدار العام ورفع مستوى الربحية بعد الاستحواذ.
- تشكل نتائج الفوعة دليلاً على الإجراءات الواضحة التي تتبعها المجموعة في التركيز أولاً على ترشيد التكاليف والاستفادة من نمو الإيرادات بالاعتماد على قاعدة أصغر حجماً، بالتزامن مع نمو صافي الربح بنسبة 27% وأكثر من 200% على التوالي خلال العامين الماضيين.

أبرز النتائج المالية لعام 2022

- ارتفعت إيرادات المجموعة بنسبة 33% على أساس سنوي لتصل إلى 4.07 مليار درهم إماراتي (بنسبة تزيد على 97% على أساس سنتين) بحيث جاء النمو من حجم الأعمال بنسبة 22% ومن الأسعار بنسبة 11%، مما زاد قدرتنا على تحسين المنتجات وقنوات البيع بفضل توسيع النطاق التشغيلي وتنوع العلامات التجارية. وفي ضوء استراتيجيتنا الهادفة إلى التوسع في القطاعات سريعة النمو ضمن الأسواق الكبيرة القابلة للتطوير، ارتفعت مساهمة قسم الأعمال الاستهلاكية في الإيرادات السنوية بمعدل 520 نقطة أساس ونسبة 75% من إجمالي إيرادات المجموعة، في حين تجاوز نمو الإيرادات نسبة 70% من قطاعي اللحوم المبردة والمجمدة والوجبات الخفيفة.
- كان نمو الإيرادات في جميع قطاعات الأعمال إيجابياً على أساس المقارنة بالمثل، حيث جاء النمو بنسبة 9% على مستوى المجموعة من 12% و13% من قطاعي الوجبات الخفيفة واللحوم المبردة والمجمدة على التوالي، مع نمو مرتفع من خانة واحدة في الأعمال الزراعية.
- ارتفع إجمالي الربح بنسبة 21% على أساس سنوي ليصل إلى 1.2 مليار درهم إماراتي، مع تراجع هامش إجمالي الربح بمعدل 273 نقطة أساس، متضمناً تضخم أسعار السلع بمبلغ 270 مليون درهم إماراتي مقارنة بالسنة الماضية.

- على الرغم من أن معظم هذا الضغط كان خارجاً عن إرادتنا، إلا أننا حافظنا على تركيزنا على تحسين الإنتاجية وترشيد التكاليف طوال هذه الفترة، إلى جانب دمج عملياتنا الإدارية في دولة الإمارات، وتنفيذ المشتريات من خلال إدارة مركزية، ودمج مواقع التصنيع للارتقاء بمستوى كفاءة الإنتاج والقدرات، والتخارج من العمليات المسببة للخسائر لتحسين مستوى الاستفادة من الأصول (أعمال المخبوزات المجمدة في دولة الإمارات وشركة بالميرا للتمور) وتوحيد فرق الإدارة والأقسام المساندة سواء داخل الدولة (المخبوزات والمياه في الكويت) وعبر الحدود (اللحوم المبردة والمجمدة في مصر والأردن، والوجبات الخفيفة في الإمارات ومصر) بهدف تعزيز مشاركة المعرفة وطرح الأفكار والارتقاء بالإنتاج بين الأطراف المعنية.
- ارتفعت الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين عن كامل السنة بنسبة 27% على أساس سنوي لتصل إلى 578 مليون درهم إماراتي، حيث قللت الإجراءات المذكورة من التكاليف التشغيلية إلى الإيرادات عند 257 نقطة أساس خلال السنة الماضية (بلغت مكاسب الكفاءة الإجمالية 132 مليون درهم إماراتي منذ يناير 2021)، وتخفيف ضغط الهامش على مستوى الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين عند 63 نقطة أساس، ودعم نمو صافي الدخل التشغيلي (أكثر من 36% على أساس سنوي) بوتيرة أسرع من الإيرادات.
- ارتفع صافي ربح المجموعة³ بنسبة 14% على أساس سنوي ليصل إلى 247 مليون درهم إماراتي، مقترناً من الحد الأعلى لنطاق توقعات المحللين⁴، مع ارتفاع نسبة الأرباح إلى سعر السهم إلى 9% على أساس سنوي (أو أكثر من 14% باستثناء مساهمة التكاليف المرتبطة بالاستحواذ على مجموعة أبو عوف في الربع الرابع). على الرغم من الزيادة في رسوم الفوائد والاستهلاك وارتفاع حقوق الأقلية مقارنة بالفترة السابقة.
- ساهمت قوة الربحية والإدارة الاستباقية لرأس المال العامل (تحسن بمقدار 28 يوماً في دورة التحويل النقدي خلال العامين الماضيين، بصرف النظر عن ارتفاعه فوق متوسط مستويات المخزون خلال السنة الماضية لتخفيف مخاطر التوريد) في تعزيز معدل التحويل النقدي وبلوغ التدفق النقدي التشغيلي للمجموعة لكامل السنة 316 مليون درهم إماراتي، والتدفق النقدي الحر 327 مليون درهم إماراتي.
- حافظت الميزانية العمومية على قوتها مع وصول قيمة النقد والأدوات النقدية إلى 1.0 مليار درهم إماراتي، بعد النفقات الرأسمالية البالغة 137 مليون درهم إماراتي و184 مليون درهم إماراتي من الدين المسدد خلال الفترة، مع سيولة نقدية بقيمة 1.9 مليار درهم إماراتي؛ وبلغت نسبة صافي الدين إلى الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين إلى 2.3 مرة. وتعد ديون المجموعة مقومة بالدولار الأمريكي والدرهم الإماراتي، وما زلنا نحقق شروطاً مواتية للاقتراض بفضل شبكتنا الواسعة من البنوك المقرضة.

³ صافي ربح المجموعة العائد للمساهمين (باستثناء حاملي أسهم الأقلية)

⁴ كما في 06 مارس 2023، بلغت تقديرات الإجماع الخاصة بتوقعات المحللين لصافي أرباح الشركة خلال فترة 52 أسبوعاً [السنة 2022 بكاملها] مبلغاً وقدره 237 مليون درهم إماراتي، ضمن نطاق يتراوح بين 221 مليون درهم إماراتي و250 مليون درهم إماراتي.

النسبة المئوية الربع الرابع على أساس سنوي	2021	الربع الرابع 2022	النسبة المئوية على أساس سنوي	السنة المالية		الإيرادات (مليون درهم إماراتي)
				2021	2022	
%4.9-	282.8	269.0	%75.0	655.5	1,147.5	اللحوم والأغذية المبردة والمجمدة
%68.1	206.1	346.5	%75.1	540.1	945.9	الوجبات الخفيفة
%5.4	226.0	238.3	%1.1	940.6	950.8	المياه والمواد الغذائية
%19.4	714.9	853.8	%42.5	2,136.3	3,044.1	إجمالي قسم الأعمال الاستهلاكية
%10.6	239.2	264.5	%9.9	931.3	1,023.3	الأعمال الزراعية
%17.2	954.1	1,118.2	%32.6	3,067.6	4,067.4	إجمالي إيرادات المجموعة

للحوم والأغذية المبردة والمجمدة: يمثل نمو الإيرادات بنسبة 13% بالدرهم الإماراتي على أساس المقارنة بالمثل (مع تحقيق توازن واسع بين السعر والحجم) أداءً قوياً قبل تحويل العملة في عمليات السوق المصرية، إلى جانب تحقيق نمو بنسبة 28% على أساس المقارنة بالمثل (9% منها نمو في الحجم) في إيرادات العملة المحلية، وذلك بفضل قوة العلامات التجارية والتدرج الفعال في الأسعار. وصلت نسبة نمو الإيرادات المقومة بالجنيه في عمليات السوق المصرية خلال الربع الرابع على أساس المقارنة بالمثل إلى 31%، مع وصول النمو على أساس المقارنة بالمثل خلال الربع الرابع إلى 20% في القطاع بأكمله، باستثناء التأثير السلبي لانخفاض سعر العملة.

تظل السوق المصرية سوقاً استراتيجية وبالغة الأهمية بالنسبة إلينا، سواء من حيث ما تتميز به من عوامل اجتماعية وسكانية مواتية على المدى الطويل وحجم الطلب على منتجات القهوة واللحوم المبردة والمجمدة والوجبات الخفيفة من جهة، ووضعها كمركز للتصنيع لصالح أهم أسواق التصدير الرئيسية على المستويين الإقليمي والعالمي من جهة أخرى (على غرار أمريكا الشمالية وإفريقيا وأوروبا الشرقية والمملكة العربية السعودية)، مما يعزز استفادتنا من الكفاءات منخفضة التكلفة ضمن المرافق المجهزة وفي ضوء اتفاقيات التجارة المبرمة.

أما في عمليات السوق الأردنية، حقق التنوع الاستباقي وإدارة قنوات المبيعات نمواً جيداً من حيث الحجم في كل من الخدمات الغذائية والمنتجات السعودية، مما يعزز نمو الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل بنسبة 16% (إجمالي نمو الإيرادات بنسبة 51% على أساس سنوي). وهناك فرص واعدة خلال السنة القادمة لزيادة الإيرادات من مطاعم الخدمة السريعة، والاستفادة من قدرات قطاع اللحوم المبردة والمجمدة في مصر.

الوجبات الخفيفة: ارتفع نمو الإيرادات على أساس المقارنة بالمثل إلى 12٪ مدفوعاً بالنمو القياسي الذي حققه حجم أعمالنا في تمور الفوعة، مع طرح خيارات جديدة من منتجات التمور وبالتالي زيادة الحصة السوقية في تجارة التجزئة في الإمارات العربية المتحدة، وإطلاق منتجات تاج التمور في أسواق التجزئة الدولية غير الموسمية (على غرار العبوات منخفضة الوزن في الهند وإندونيسيا للوصول إلى الطبقات الاجتماعية والسكانية الأدنى، وعبوات 35 غراماً في الهند وسريلانكا وإندونيسيا والمغرب) والتي تظهر بدورها نمواً جيداً. ونجحنا في تنوع فئات التمور وتوسيع المصادر من خارج دولة الإمارات العربية المتحدة بالاعتماد على برنامجنا للتوريد الدولي والزراعة التعاقدية، وذلك بفضل كميات الجملة من التمور المرسله إلى إندونيسيا والصومال، إلى جانب النجاح في إغلاق 500 مزاد خلال أول موسم كامل بعد إطلاق منصة "إي زاد" لمزادات التمور عبر الإنترنت. فضلاً عن ذلك، استطعنا دمج أعمال مجموعة "بي إم بي" وأبو عوف التي استحوذنا عليها، مما ساهم في تحقيق إيرادات قدرها 307 مليون درهم إماراتي.

المياه والمواد الغذائية: جاء نمو الإيرادات بنسبة 1% على أساس المقارنة بالمثل نتيجة أداءٍ أبطأ من المتوقع في قسم الخدمة المجتمعية، مع وصول النمو الإجمالي إلى 6% تقريباً في جميع القنوات الأخرى، واستئناف نمو حجم مبيعات عبوات المياه المعبأة في السوق الإماراتية خلال الربع الرابع، بعد التباطؤ الذي شهدته السوق في أشهر الصيف. ويعتمد موقفنا الريادي في سوق عبوات المياه المعبأة في دولة الإمارات⁵ على تنوع المنتجات، وتحسين تجربة العملاء من خلال تحقيق مستويات قياسية في الاستحواذ على أعمال توصيل عبوات المياه سعة 5 جالون إلى المنازل والمكاتب، والمبادرات المخطط لها لزيادة انتشار العلامة التجارية. كما سجلت أعمال الأسواق الدولية نمواً مشجعاً من خانة واحدة.

الأعمال الزراعية: سجلت الإيرادات نمواً من خانة واحدة على أساس المقارنة بالمثل، بفضل قوة التسعير في كل من الدقيق والأعلاف. كما سجلت فئات الدقيق الرئيسية نمواً جيداً (تضاعفت الحصة السوقية في مبيعات التجزئة خلال السنة الماضية) بفضل التنفيذ الثابت لاستراتيجيات السوق وتحسين جودة المنتجات. أما في قطاع الأعلاف، فقد ساهمت الإدارة الجيدة للأصناف وسياسات التسعير القوية في تخفيف الأثر السلبي للتضخم المرتفع في تكاليف المواد الأولية، وانخفاض حجم المبيعات للمزارع التجارية جراء الأسعار القوية للسوق المفتوحة. وتأتي نسبة 30% تقريباً من إيرادات قطاع الأعلاف من تطبيق "أجريفيتا" الذي يعطينا ميزة تنافسية قوية.

⁵ 27.4% قيمة الحصة عبر قناة البيع بالتجزئة في دولة الإمارات العربية المتحدة. بناءً على تدقيق شركة "إيه سي نيلسن" لبيع المياه المعبأة بالتجزئة باستثناء المياه المعدنية - تقديم MAT عن سنة 2022.

الربع الرابع المتنوية على أساس سنوي	الربع الرابع		النسبة المتنوية على أساس سنوي		السنة المالية 2022	السنة المالية 2021	إجمالي الربح (مليون درهم إماراتي)
	2021	2022	2021	2022			
77.8	66.0	64.7%	77.8%	177.5	292.3	للحوم والأغذية المبردة والمجمدة	
80.4	100.8	59.5%	80.4%	178.7	285.1	الوجبات الخفيفة	
86.5	91.0	5.0%	86.5%	376.1	357.4	المياه والمواد الغذائية	
244.7	257.8	27.7%	244.7%	732.4	934.9	إجمالي قسم الأعمال الاستهلاكية	
*54.4	58.9	0.7%	*54.4%	234.6	232.9	الأعمال الزراعية	
(2.6)	(2.4)	0.8%+	(2.6)%	(10.3)	(10.2)	التكاليف المركزية	
*296.5	314.3	21.0%	*296.5%	956.7	1,157.6	إجمالي إيرادات المجموعة	

* للمساعدة في تحقيق مقارنات هادفة على أساس سنوي، تم تعديل إجمالي الربح عن الربع الأخير لعام 2021 من الأعمال الزراعية لاستثناء خصومات الأسعار لمرة واحدة بقيمة 36.2 مليون درهم إماراتي المستلمة في الربع الأخير من 2021.

للحوم والأغذية المبردة والمجمدة

ازداد إجمالي الربح على أساس المقارنة بالمثل في قطاع اللحوم والأغذية المبردة والمجمدة بنسبة 4.1% على أساس سنوي (إجمالي الهامش -217 نقطة أساس)، حيث نعمل على تحقيق التوازن بين الحصة السوقية والتضخم الكبير في تكاليف اللحوم والدواجن، وما شهدته الجنيه المصري من انخفاض كبير في القيمة طوال السنة تقريباً. وعند استثناء التأثير السلبي لتحويل العملات، وصل نمو إجمالي الربح على أساس المقارنة بالمثل إلى 18% على أساس سنوي، مع وصول إجمالي الهامش إلى 25.5%.

ساهم تركيزنا على أتمتة العمليات، ورفع مستوى الكفاءة، والمشتريات المشتركة والاستغلال الأمثل للقدرات، في استرداد جزء من الهامش على مستوى الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين (على أساس المقارنة بالمثل، هامش الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين عند 79- نقطة أساس ونسبة 15.6%)، مع نمو صافي الأرباح على أساس المقارنة بالمثل قبل حقوق الأقلية بنسبة 10% عبر القطاع بالدرهم الإماراتي (نمو بنسبة 25% باستثناء تأثير تحويل العملات).

الوجبات الخفيفة

ارتفع صافي الربح بعد حقوق الأقلية في قطاع الوجبات الخفيفة بنسبة 59.7% على أساس سنوي أو 19.6% على أساس المقارنة بالمثل، وذلك بفضل النمو القوي في حجم المبيعات، وتنوع القنوات، وتحسين عمليات الإنتاج والفرز في أعمال منتجات التمور. وخلال هذه الفترة، نقلنا موقع أحد مرافق إنتاج "بي أم بي" إلى أحد مرافقنا الموجودة في العين، وذلك كجزء من عملية الدمج التي

نجرها، وتخرجنا من المشروع المشترك "بالميرا" المسبب للخسائر، وتوقيع عقد إيجار استراتيجي طويل الأجل يغطي أصول وعمليات أعمال المخبوزات المجمّدة، مع عمليات الشرق الأوسط لمجموعة "لورين"، وهي مجموعة مخابز مقرها بلجيكا وتمتلك خبرة تزيد على 80 عاماً في مجال المطاحن والمخابز.

خلال الربع الأخير، نجحنا في إتمام الاستحواذ على 60% من مجموعة أبو عوف المتخصصة في تصنيع وبيع منتجات القهوة والوجبات الخفيفة الصحية، مما عزز حضورنا في السوق المصرية الجذابة والمتنامية في قطاع الوجبات الخفيفة، إلى جانب توسيع محفظة المنتجات الاستهلاكية التي نقدمها لعملائنا. وعلى الرغم من حداثة عملية الاستحواذ، إلا أننا نجحنا في تحديد العديد من أوجه التآزر في مجال المنتجات والقنوات والموارد وخيارات التصنيع والتغليف بين مجموعة أبو عوف والفوعة و"بي أم بي"، بهدف توسيع منصة المنتجات وعمليات التصدير، واغتنام فرص زيادة الإيرادات الناتجة من قسم الأعمال الاستهلاكية في دولة الإمارات.

المياه والمواد الغذائية

حافظ هامش الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين عن كامل السنة على مستواه، كما ساهمت الأسعار الإيجابية وتبسيط عمليات المياه وتنوع قنواتها في الإمارات العربية المتحدة، وتحسين عمليات التوزيع والتصنيع في السوق السعودية في تعويض التأثير الذي فرضه تباطؤ القطاع في حجم أعمال الربع الثالث خلال موسم عطلات الصيف، ناهيك عن الارتفاع الكبير في تكاليف مواد بولي إيثيلين تيرفتالات والوقود معظم السنة تقريباً، حيث ارتفع الأخير بنسبة 1.2% نسبةً إلى المبيعات. فضلاً عن ذلك، ارتفع صافي الربح لكامل العام بشكل هامشي قبل المبيعات، مع تحقيق هامش صافي الربح لأداء إيجابي على أساس سنوي.

الأعمال الزراعية

على الرغم من تضخم أسعار السلع بمقدار 178 مليون درهم إماراتي إضافية (ما يعادل 8% من إجمالي التكاليف المباشرة في العام السابق) مما يعكس التحديات التي تعرضت لها سلسلة التوريد جراء الحرب الروسية/الأوكرانية وحظر الصادرات الهندية من الدقيق، إلا أن تحسّن الموارد، وإدارة المخزون، والتسعير الاستراتيجي طوال السنة قد ساهم في تخفيف الأثر السلبية لهامش الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين إلى 155 نقطة أساس، فضلاً عن ارتفاع هامش صافي الربح لكامل القطاع على أساس سنوي.

النسبة	الربع	النسبة المئوية	السنة المالية	السنة المالية	الأرباح قبل احتساب الفوائد والضرائب والاستهلاك وإطفاء الدين (مليون درهم إماراتي)
المنوية على أساس سنوي	2021	الربع الرابع 2022	على أساس سنوي	2021	2022
46.7	43.5	61.6%	110.5	178.6	اللحوم والأغذية المبردة والمجمدة
61.6	80.4	41.2%	133.9	189.1	الوجبات الخفيفة
29.4	40.1	0.9%	144.7	146.0	المياه والمواد الغذائية
137.7	164.0	32.0%	389.1	513.6	إجمالي قسم الأعمال الاستهلاكية
37.6*	42.8	0.4%	166.8	167.4	الأعمال الزراعية
(27.7)	(31.1)	2.5%	(100.5)	(102.9)	التكاليف المركزية
148.1*	175.6	26.9%	455.4	579.7	إجمالي إيرادات المجموعة

* للمساعدة في تحقيق مقارنات هادفة على أساس سنوي، تم تعديل إجمالي الربح عن الربع الأخير لعام 2021 من الأعمال الزراعية لاستثناء خصومات الأسعار لمرة واحدة بقيمة 36.2 مليون درهم إماراتي المستلمة في الربع الأخير من 2021.

تعزيز القدرات الداخلية لضمان مواجهة التحديات المستقبلية وتحقيق النمو

نجحنا خلال العام في تحقيق تقدم جيد نحو حماية استثمارنا في وجه الصعوبات المستقبلية من خلال الاستثمار في القدرات والكفاءات والابتكار.

الاستثمار في بناء القدرات

- تمكين الفريق القيادي بخبرات إضافية: تماشياً مع خططنا في التحول إلى بيئة قائمة على الأداء وجعل المستهلك محوراً أساسياً لها، عززنا فريقنا القيادي خلال العام الماضي بخبرات إضافية في مناصب جديدة من خارج المجموعة أو بعض الترقيات من داخلها:
- انضمام السيد شريف الفخام إلى المجموعة بمنصب الرئيس التنفيذي للإدارة المالية، بفضل ما يتمتع به من خبرات واسعة في مجال التخطيط الاستراتيجي والتجاري والإدارة والتحليل المالي في كبرى الشركات العالمية، حيث قضى عشرين عاماً في شركة "يونيليفر" العالمية في بريطانيا، شمال أفريقيا، الشرق الأوسط وتركيا.
- انضمام فاندي دوس سانتوس إلى المجموعة كرئيس تنفيذي للقطاع الرقمي، بفضل خبرته التي تزيد على 30 عاماً في تصميم وإدارة التحول الرقمي، سواء من خلال قيادته لفريق الرعاية الصحية الرقمية في أبوت فارما، أو دوره في تعزيز تجربة المستخدم وطرح قنوات متعددة لحلول الخدمة في مجموعة نستله، أو عمله ضمن عملية التحول الرقمي والتقني في هينيكس.

- ترقية مبارك المنصوري من منصبه السابق في أغذية كالرئيس التنفيذي للموارد البشرية والشؤون المؤسسية ليشغل منصب الرئيس التنفيذي لقطاع الوجبات الخفيفة. ويتولى المنصوري أيضاً إدارة قطاع العلاقات الحكومية في المجموعة، لتعزيز علاقاته الراسخة مع الجهات التنظيمية داخل الدولة وخارجها.
- ترقية عبدالله المرزوقي إلى منصب نائب رئيس أول - الموارد البشرية، تأكيداً على التزام أغذية في دعم وتنمية الكفاءات الوطنية الإماراتية.

■ استكمال خارطة الطريق الرقمية: صممنا خارطة الطريق الرقمية الخمسية بالتعاون مع شركة "باين أند كومباني" بهدف تحويل "أغذية" من مجموعة تركز على المنتجات إلى مجموعة تركز على المستهلك استناداً إلى البيانات، وذلك من خلال 1) إنشاء منظومة رقمية لتقديم تجارب ورؤى مميزة للعملاء عبر جميع القنوات، وبالتالي تعزيز صورة العلامة التجارية، والاستفادة من البيانات كأصول استراتيجية مهمة لزيادة تدفقات الإيرادات الرقمية، وتوفير قنوات جديدة لدخول السوق وزيادة القيمة للعميل (2) تفعيل أدوات رقمية لتحسين التأزر في مجال التشغيل والعمليات عبر المجموعة.

■ التقدم المنجز على صعيد أجدنة الاستدامة: نجحنا في إحراز تقدم مستمر في الأسس الأربعة لأجدنة الاستدامة، حيث قمنا حتى الآن بجمع 558 طن من المواد القابلة لإعادة التدوير لأكثر من 32,231 عميل من خلال شراكتنا التي تركز على الاستدامة مع RECAPP. وخفضنا معدل استخدام المياه وانبعاثات الشريحة الثانية من غازات الدفيئة بنسبة 2.6% و4.3% على التوالي. وبعد التغييرات التي طرأت على التشريعات، التزمنا بإطلاق منتجات مصنوعة من البولي إيثيلين تريفثاليت المعاد تدويرها، لنكون إحدى شركتين فقط تتمتعان بالتزامات تعاقدية مع "فيوليا" لإنشاء مصنع لإعادة تدوير البولي إيثيلين تريفثاليت في الإمارات العربية المتحدة، حيث أطلقنا أول عبوة مياه مصنوعة محلياً بنسبة 100% من البولي إيثيلين تريفثاليت المعاد تدويرها خلال معرض جلفود في فبراير 2023.

الاستثمار في بناء القدرات

■ وضعنا اللمسات الأخيرة على إنشاء مصنع جديد في مدينة جدة السعودية خلال الربع الأخير من 2022، على مساحة تبلغ 6,600 متر مربع. ومن المتوقع أن يباشر العمل خلال الربع الأول من 2024 ليلعب دوراً محورياً في تلبية الطلب المحلي والخارجي على منتجات اللحوم المبردة والمجمدة.

الاستثمار في الابتكار

■ يمثل الابتكار شريان الحياة في أغذية، ويلعب دوراً جوهرياً في رؤيتها الاستراتيجية الهادفة لجعل المجموعة إحدى الشركات الرائدة في قطاع الأغذية والمشروبات داخل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وباكستان وخارجها بحلول عام 2025. ويدعم فريق الابتكار المركزي التزام المجموعة بتنفيذ الأعمال وفق أفضل المعايير، سواء من حيث المنتجات المبتكرة التي تلبي الاحتياجات المتزايدة والمتطورة للمستهلكين، أو احتضان الابتكار الذي يعزز التزامنا تجاه البيئة. وحققنا خلال العام الماضي العديد من النجاحات الملحوظة في محفظة المنتجات على النحو التالي:

- التمور: تغيير العلامة التجارية لمنتجات تاج التمور بما في ذلك التغليف الجديد والأصناف الجديدة (دبس التمر بنكهتي الهيل والزعفران) وأحجام الوجبات الخفيفة الجديدة (عبوة 35 جرام للسوق الإماراتية، وعبوة 5 جرام الفردية للسوقين الهندية والإندونيسية) لتلبية تفضيلات المستهلكين.
- المياه: إطلاق العبوة الزجاجية الفاخرة الجديدة لمصنع العين وأول عبوة مياه مصنوعة محلياً بنسبة 100% من البولي إيثيلين تريفثاليت المعاد تدويرها.
- اللحوم المبردة والمجمدة والوجبات الخفيفة: دلو الدجاج والناجتس النباتي وكوكيز "فريكن هيلثي" للأطفال، وألواح الوجبات الخفيفة، والجبن النباتي.

■ واعترافاً بجهودها في مجال الابتكار والاستدامة، حصلت المجموعة على العديد من الجوائز المرموقة خلال العام بما في ذلك: (1) جائزة أفضل منتج مبتكر من الشرق الأوسط من جوائز جاما للابتكار عن جينة فريكن هيلثي النباتية، وهي أول جينة نباتية مصنوعة محلياً في دولة الإمارات العربية المتحدة؛ (2) الجائزتين الذهبية والفضية في حفل توزيع جوائز برايم للابتكارات المتطورة للمصنوعات عبوات مياه العين التي تستخدم ما يصل إلى 50٪ أقل من مادة البولي بروبيلين، وتطوير الصندوق المموج الأقل وزناً بالجرام لكل متر مربع، والمصنوع من ورق معاد تدويره بنسبة 100٪؛ (3) الجائزة الذهبية في التصميم والابتكار في حفل توزيع جوائز برايم للابتكارات المتطورة عن عبوة الجيل الخامس من تمور الفوعة منخفضة التكلفة.

وتعليقاً على النتائج، قال خليفة سلطان السويدي، رئيس مجلس إدارة مجموعة أغذية: "يمثل الأداء القوي الذي حققته مجموعة أغذية خلال العام الماضي وسط التحديات الخارجية الكبيرة دليلاً ملموساً على نجاح إدارة المجموعة في الاستحواذ على شركات ذات قيمة تراكمية عالية ودمجها ضمن أعمالها، مع الاستفادة من تكامل قطاعات أعمال المجموعة والحفاظ على ربحية الأعمال الأساسية. ودون أدنى شك، ستواصل مجموعة أغذية تحقيق قيمة مرتفعة لجميع أصحاب المصلحة على المدى القصير والطويل بينما نمضي في تنفيذ إستراتيجيتنا الطموحة".

وقال آلان سميث، الرئيس التنفيذي لمجموعة أغذية: "إن النمو القوي في إيرادات وأرباح المجموعة خلال العام الماضي عبر جميع قطاعات الأعمال الأساسية والجديدة التي تم الاستحواذ عليها، يعكس الجهود الكبيرة التي بذلها جميع موظفينا. ونواصل اليوم جني ثمار استراتيجيتنا الناجحة في الاستحواذ على شركات تنشط في قطاعات ذات قيمة مضافة ودمجها ضمن أعمالها ومساعدتها على النمو. ومع مرور عامين على انطلاق رحلة تحولنا إلى مجموعة رائدة في مجال الأغذية والمشروبات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وباكستان وخارجها، نجحت المجموعة في توسيع أعمالها، وتحسين كفاءة عملياتها وبناء قدرات أكبر تمكنها من الاستفادة من آفاق النمو الواعدة مستقبلاً. وسنواصل العمل الدؤوب والمستمر لتنفيذ هذه الاستراتيجية، وكلنا ثقة من قدرتنا على تحقيق النمو لأعمالنا على المدى الطويل".

-نهاية البيان-



خليفة سلطان السويدي

رئيس مجلس الإدارة

7 مارس 2023

مجموعة أغذية ش.م.ع

التفاصيل المتعلقة بالمؤتمر الهاتفي

ستكون البيانات المالية الموحدة للسنة المنتهية بتاريخ 31 ديسمبر 2022 متاحة من خلال الرابط التالي على موقع "اغذية":
<https://www.agthia.com/investors/quarterly-results/>

وسيعقد المحللون والمستثمرون مؤتمراً هاتفياً في تمام الساعة 5:00 مساءً بتوقيت دولة الإمارات العربية المتحدة يوم 8 مارس 2023. وسيكون العرض التقديمي المصاحب للمؤتمر متاحاً على موقع مجموعة "اغذية" ضمن قسم "المستثمرون":
<https://www.agthia.com/investors/results-call-materials/>

للاستفسارات حول علاقات المستثمرين

مجموعة اغذية ش.م.ع

روجر تجواني، مدير علاقات المستثمرين

+971564004596

سحر سرور، مدير علاقات المستثمرين

+971566804872

قد تصدر "مجموعة اغذية 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 "تنبؤاً" و"تهدف" و"تتوقع" و"تأمل" و"تقدر" و"تعتزم" و"تخطط" و"تستهدف" و"تؤمن" و"تواصل" وغيرها من العبارات المشابهة أو الأفعال المستقبلية أو الشرطية مثل "سوف" و"يمكن" و"من المحتمل" و"يجب" و"يتوجب" و"قد" و"يستطيع". وتطوّر البيانات الاستشرافية على مخاطر معروفة وأخرى غير معروفة بالإضافة إلى شكوك وعوامل أخرى قد تتسبب في اختلاف نتائج "مجموعة اغذية 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. الحساسية تجاه تغيير أسعار المنتجات؛ 9. الحساسية تجاه أسعار المدخلات الرئيسية؛ 10. الحساسية من تغيير 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 ومنافع استثمارات رأس المال. ورغم اعتقاد "مجموعة اغذية ش.م.ع" أنه لديها أسس معقولة 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 تساهم في احتمال عدم تحقق التوقعات والتنبؤات 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 تتسبب 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 الضريبي؛ 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 هيئات تنظيم الأوراق المالية في دولة الإمارات العربية المتحدة. وبإستثناء ما ينص عليه القانون النافذ، لا تتعهد "مجموعة اغذية ش.م.ع" بتحديث أي من البيانات الاستشرافية، سواء الخطية أو الشفهية، التي قد تجربها 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.

مجموعة اغذية ش.م.ع

ص.ب: 37725، الطابق 17، جزيرة الريم، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة هاتف: +971 2 5690600 • فاكس: +971 2 6726070 • www.agthia.com