

RAK

CERAMICS

عرض تقديمي للنتائج المالية – الربع الثالث
والتسعة أشهر للعام ٢٠٢٥

نوفمبر ٢٠٢٥



جدول المحتويات

- ٠١ | الملخص التنفيذي
- ٠٢ | أبرز نتائج الأعمال
- ٠٣ | النتائج المالية للربع الثالث والتسعة أشهر
- ٠٤ | للعام ٢٠٢٥
- ٠٥ | تحديثات التداول
- ٠٦ | الختام
- الملحق

المتحدثون



برامود كومار تشاند
الرئيس المالي للمجموعة

برامود كومار تشاند هو الرئيس المالي لمجموعة سيراميك رأس الخيمة. يتمتع السيد تشاند بخبرة واسعة في التعامل مع مسائل التمويل المؤسسي بما في ذلك تمويل الخزنة ورأس المال العامل وتمويل المشاريع ورأس المال الاستثماري وأدوات سوق رأس المال والديون والأسهم وعمليات جمع الأموال والإدارة العامة. السيد تشاند عضو في معهد المحاسبين القانونيين في الهند (CA) وكان حائزاً على مرتبة الشرف وحائزاً على جائزة A F Ferguson.



عبدالله مسعود
الرئيس التنفيذي للمجموعة

عبد الله مسعود هو الرئيس التنفيذي لمجموعة سيراميك رأس الخيمة ولديه خبرة تزيد عن 26 عامًا في تصنيع السيراميك وإدارة المبيعات وتسويق المنتجات وقيادة الأعمال. قبل شركة سيراميك رأس الخيمة، كان السيد مسعود مديرًا عامًا لشركة ICC SARL، لبنان.

السيد مسعود حاصل على مؤهلات عليا في الإدارة (في إدارة الأعمال) ودرجة جامعية (في إدارة الأعمال - التسويق) من جامعة الروح القدس في الكسليك، لبنان.

إخلاء المسؤولية

تلخص المعلومات الواردة في العرض التقديمي المرفق المعلومات الأولية والتمهيدية عن شركة سيراميك رأس الخيمة (الشركة). تم إعداد هذا العرض التقديمي لأغراض إعلامية فقط ولا يشكل جزءاً من أي نشرة أو مذكرة عرض أو نشرية عرض أو طلب أي عرض للاكتتاب أو شراء أو بيع أي أوراق مالية ولا يشكل أو أي جزء منه أساساً أو يمكن الاعتماد عليه فيما يتعلق بأي تقييم ائتماني أو تقييم من قبل طرف ثالث لأي أوراق مالية أو أي عروض أو عقد أو التزام مهما كان.

تم إعداد المعلومات الواردة في هذا المستند من قبل الشركة. يتم الحصول على بعض المعلومات التي تعتمد عليها الشركة من مصادر يُعتقد أنها موثوقة ولكنها لا تضمن دقتها أو اكتمالها. من المتوقع أن يكون جميع المتلقين المحتملين للعرض التقديمي المرفق على دراية بأن المعلومات الواردة في هذا المستند أولية اعتباراً من تاريخه، وتحل محل أي معلومات سابقة من هذا القبيل وسيتم استبدالها بأي معلومات من هذا القبيل يتم تسليمها لاحقاً. تخضع المعلومات الواردة في هذا المستند للتغيير دون إشعار. لا تتحمل الشركة أي التزام بتحديث أو تحديث المعلومات الواردة هنا. ولا يحق لأي شخص اتخاذ أي إجراء (باستثناء حالة الاحتيال) ضد الشركة أو أي شخص آخر فيما يتعلق بدقة أو اكتمال المعلومات الواردة هنا. قد تحتوي بعض المعلومات الواردة في هذا العرض التقديمي على توقعات أو بيانات تطلعية أخرى بشأن الأحداث المستقبلية أو الأداء المالي المستقبلي للشركة. وتشمل هذه البيانات التطلعية جميع الأمور التي لا تشكل حقائق تاريخية. ولا يُنظر إلى إدراج مثل هذه المعلومات التطلعية على أنه تمثيل من قبل الشركة أو أي شخص آخر بأن أهداف أو خطط الشركة سوف تتحقق. تخضع الأحداث المستقبلية لمخاطر مختلفة لا يمكن التنبؤ بها أو التنبؤ بها أو تقييمها بدقة. ولا يمكن تقديم أي ضمان بأن الأحداث المستقبلية سوف تحدث أو أن افتراضات الشركة صحيحة. وقد تختلف النتائج الفعلية بشكل كبير عن تلك المتوقعة والأداء السابق لا يشير إلى نتائج مستقبلية. ولا تتعهد الشركة بأي التزام بتحديث أو مراجعة أي بيان تطلعي علناً، سواء نتيجة لمعلومات جديدة أو أحداث مستقبلية أو غير ذلك. وعليه، فمن المتوقع أن يقوم جميع المتلقين المحتملين بإجراء العناية الواجبة الخاصة بهم بشأن المعلومات المقدمة.

هذه المواد سرية ويتم تقديمها إلى متلقين محددين فقط للغرض الموضح أعلاه. ولا يجوز أخذها أو إعادة إنتاجها (كلياً أو جزئياً) أو توزيعها أو إرسالها إلى أي شخص آخر دون موافقة كتابية مسبقة من الشركة. هذه المواد غير مخصصة للتوزيع على أي شخص أو كيان أو استخدامهما في أي ولاية قضائية أو بلد حيث يكون مثل هذا التوزيع أو الاستخدام مخالفاً للقانون أو اللوائح المحلية ولا يجوز التصرف بناءً عليها أو الاعتماد عليها من قبل أشخاص ليسوا أشخاصاً ذوي صلة. إذا تم استلام هذا العرض عن طريق الخطأ، فيجب إعادته على الفور إلى الشركة.

ملخص الأعمال

المتحدث: عبد الله مسعد

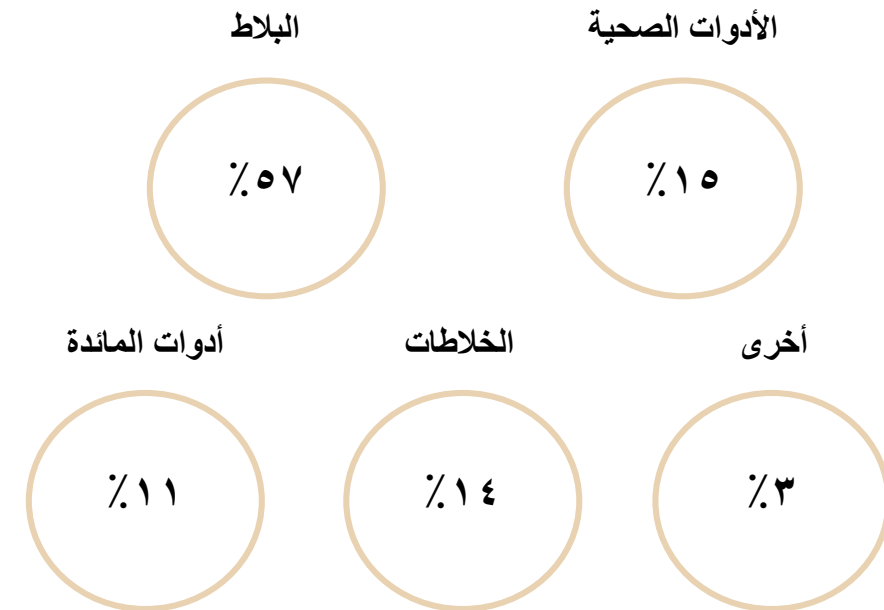
الرئيس التنفيذي للمجموعة



أين نبيع



ماذا نبيع (مزيغ الإيرادات)



٢,٦ مليون

قطعة من الخلاطات والحنفيات

٣٦ مليون

قطعة أدوات المائدة

٥ مليون

قطعة أدوات صحية

١١٨ مليون

متر مربع من البلاط

القدرة الإنتاجية

أبرز نتائج أداء الأعمال عن الربع الثالث من العام ٢٠٢٥

أبرز نتائج القطاعات

- إيرادات البلاط سجلت نمواً في كل من الكميات (+٧,٤٪) والقيمة (+٢,٥٪) لتصل إلى ٤٧٩,٧ مليون درهم، مدفوعة بالأداء القوي في أسواق الإمارات والهند وبنغلاديش وأوروبا (ألمانيا) وأفريقيا.
- إيرادات الأدوات الصحية سجلت نمواً بنسبة ٥,٣٪ على أساس سنوي لتصل إلى ١٢٣,٨ مليون درهم، بدعم من الطلب القوي في الإمارات.
- إيرادات أدوات المائدة تراجعت بنسبة ٠,٦٪ على أساس سنوي لتصل إلى ٨٤,٨ مليون درهم، نتيجة تباطؤ الطلب في أسواق الإمارات والشرق الأوسط. إلا أن أسواق أمريكا، وأوروبا وأفريقيا حققت أداءً جيداً مدفوعاً بتوسيع شبكة الموزعين.
- نمت إيرادات الخلطات بنسبة ٨,٨٪، ويعود ذلك بشكل رئيسي إلى الأداء القوي في الإمارات، أوروبا و آسيا، لتصل إلى ١١٨,٣ مليون درهم. ونحن نواصل التقدم في خطتنا لتحسين التكاليف من خلال نقل الجزء الأكبر من مرافق إنتاج الخلطات الموجهة للسوق الأوروبية إلى دولة الإمارات.

أبرز نتائج سوق البلاط والأدوات الصحية

- الإمارات العربية المتحدة: سجلت نمواً قوياً في الإيرادات بنسبة ٦,٧٪ على أساس سنوي، مدعوماً بالزخم المستمر في قطاع العقارات والعوامل الإيجابية في السوق.
- المملكة العربية السعودية: لا تزال الإيرادات تواجه تحديات نتيجة شح السيولة، وزيادة حدة المنافسة، وفائض المعروض من مصنعي البلاط المحليين، مما أدى إلى انخفاض بنسبة ٢٤,٧٪ في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥. ونركز حالياً على إعادة صياغة استراتيجيتنا في قطاعات المشاريع والتجزئة، مع التركيز على المنتجات المتميزة والمختلفة لدعم تعافي الإيرادات والهوامش.
- أوروبا: تراجعت الإيرادات بنسبة ٤,٩٪ على أساس سنوي، لا سيما في المملكة المتحدة وإيطاليا، ولا تزال الإيرادات تحت الضغط نتيجة تباطؤ النمو واستمرار التضخم ومخاوف الركود. فيما سجل السوق الألماني ارتفاعاً في الإيرادات بنسبة ١٤,٩٪ (بالعملة المحلية)، مدفوعة بالزخم القوي في السوق.
- الهند: إنخفضت الإيرادات بنسبة ١,٤٪ على أساس سنوي بالعملة المحلية، وقد أدى تراجع الصادرات إلى فائض في المعروض داخل السوق المحلية ذو حساسية عالية للسعر، مما زاد من حدة المنافسة. نواصل تنفيذ استراتيجيات النحول لتحقيق ربحية مستدامة.
- بنغلاديش: نمت الإيرادات بنسبة ٥٤,٦٪ على أساس سنوي بالعملة المحلية، مما يشير إلى بوادر تعافي السوق.

أبرز التحديات خلال الربع الثاني ٢٠٢٥

الخطوات المتخذة	أبرز التحديات	الأسواق الرئيسية
ينصب تركيزنا على تحقيق التميز من خلال المنتجات الفاخرة وطرح ابتكارات تقنية متقدمة تمثل نقلة نوعية في هذه الصناعة.	ارتفعت واردات المنتجات الأرخص نتيجة لإتفاقية التجارة الحرة الموقعة بين دولة الإمارات العربية المتحدة ودول أخرى.	الإمارات العربية المتحدة
- تركز استراتيجيتنا على المنتجات الفاخرة لتعزيز أعمالنا في قطاعي التجزئة والمشاريع، مما يساعدنا على تحسين هوامش الربح. - نعمل على تطوير منتجات جديدة بأسعار تنافسية بهدف تعزيز موقعنا التنافسي في السوق.	أدى فائض المعروض من البلاط من قبل المصنعين المحليين، إضافة إلى شح السيولة، إلى خلق حرب أسعار في السوق مما أثر على الهوامش الإجمالية، خصوصاً في قطاع الإسكان والقطاع التجاري ذو الحساسية العالية للسعر.	السعودية
- تتضمن المبادرات المخطط لها تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وحضورها من خلال الأحداث والمشاركات في مركز التصميم مع المهندسين المعماريين ومجتمع المصممين. - مواصلة تنفيذ خطة تحول أعمال كلودي بما في ذلك نقل القدرات الإنتاجية من أوروبا إلى الإمارات لتحسين الأداء.	لا يزال الطلب في أوروبا، خصوصاً في المملكة المتحدة، تحت الضغط نتيجة لنمو اقتصادي راكد، واستمرار التضخم، ومخاوف من ركود اقتصادي. تأخر في تحول أعمال شركة كلودي أوروبا.	أوروبا
- لدينا خطط لتعزيز حضورنا وتجربتنا في قطاع التجزئة. - نعمل على خطة لإدخال عروض منتجات من دولة الإمارات.	أدى انخفاض الصادرات إلى فائض في المعروض داخل سوق محلية ذو حساسية عالية للسعر، مما زاد من حدة المنافسة.	الهند
- نعمل على تقديم استراتيجيات تسعير تنافسية تأخذ بعين الاعتبار القوة الشرائية المحلية وديناميكيات السوق. - التميز من خلال منتجات عالية الجودة وعروض مبتكرة، مدعومة ببرامج ولاء العملاء وآليات تغذية راجعة وخدمات سريعة الاستجابة.	المنافسة المحلية الشديدة تشكل ضغطاً على متوسط أسعار البيع.	بنجلاديش

التحديثات الإستراتيجية الرئيسية - ٢٠٢٥

الإمارات

- يشهد قسم البلاط لدينا عملية تطوير باستخدام تقنيات متقدمة لتصنيع بلاط كبير الحجم ومتميز، موجه للأسواق الراقية.
- يتم تحديث منشأة الأدوات الصحية لدينا بتقنيات موفرة للطاقة، مما يسهم في تقليل الانبعاثات الكربونية والتوافق مع أهداف الاستدامة الخاصة بنا.
- نقوم بتنفيذ برنامج شامل يؤدي إلى تحسين جذري في تدفقات توريد المنتجات (كلاً من المنتجات المصنّعة حسب الطلب والمخزنة)، وتحسين أداء التسليم في الوقت المحدد، ودوران مخزون المنتجات النهائية.

الهند

- نحن نقوم بتعزيز حضورنا في قطاع التجزئة وتحسين تجربة التسوق داخل المتاجر بهدف رفع مستوى تفاعل العملاء.
- نحن نعمل على خطة لطرح مجموعة من المنتجات المصنّعة في دولة الإمارات بهدف تحسين الإيرادات.

السعودية

- نواصل العمل على إنشاء منشأة إنتاج في المملكة العربية السعودية.
- تطوير منتجات جديدة بأسعار تنافسية سيساعدنا على المنافسة مع اللاعبين المحليين والإقليميين في المشاريع الإسكانية والتجارية.
- بالإضافة إلى ذلك، نركز على تقديم منتجات متميزة وذات طابع فريد لتعزيز قنوات البيع بالتجزئة والمشاريع، وبالتالي تحسين الهوامش الربحية.

أوروبا

- نواصل التزامنا بتحسين الأداء التشغيلي لشركة كلودي، ونسير قدماً في تنفيذ استراتيجية تحسين التكاليف، بما في ذلك نقل بعض مرافق الإنتاج الرئيسية في الاتحاد الأوروبي إلى دولة الإمارات.

بنجلاديش

- نركز على إنشاء شبكة توزيع قوية تضمن تسليم المنتجات عالية الجودة بشكل موثوق، مع الاستفادة من الابتكار لتمييز أنفسنا عن المنافسين.
- نقوم بتطبيق استراتيجيات تعسير تنافسية تتناسب مع القدرة الشرائية المحلية وديناميكيات السوق.
- نركز على التميز من خلال المنتجات عالية الجودة والعروض المبتكرة، مدعومة ببرامج ولاء العملاء وآليات التغذية الراجعة وخدمات الاستجابة السريعة.

الأداء المالي خلال الربع الثالث والتسعة أشهر من العام ٢٠٢٥

المتحدث: برامود كومار تشاند
الرئيس المالي للمجموعة



أبرز نتائج الأداء المالي للربع الثالث من العام ٢٠٢٥



صافي الربح بعد الضريبة

٦٧,٥ مليون درهم

↑ ٢٠,٧٪ على أساس سنوي*

* تأثير ضريبة الشركات بمقدار ١٧,٣ مليون درهم مقارنة بـ ٩,٠ مليون درهم العام الماضي



الربح قبل الضريبة

٨٦,٦ مليون درهم

↑ ٤٢,٤٪ على أساس سنوي



هامش الربح

٤٠,٥٪

↓ ٧٠ نقطة أساس سنوياً



الإيرادات

٨٢٤,٩ مليون درهم

↑ ٢,٨٪ على أساس سنوي



صافي الدين الأرباح قبل احتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء

٢,٦٣ مرة

٢,٥٩ مرة في يونيو ٢٠٢٥



صافي الدين

١,٦٤ مليار درهم

↑ ٨٣ مليون على أساس ربع سنوي
نتيجة إرتفاع المصاريف الرأسمالية والرأسمال العامل

الأرباح قبل احتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء

١٦٧,٧ مليون درهم

↑ ١٤,٧٪ على أساس سنوي



صافي الربح بعد حقوق الأقلية

٦٦,٩ مليون درهم

↑ ٢٢,٨٪ على أساس سنوي

أبرز نتائج الأداء المالي للنصف الأول من العام ٢٠٢٥



صافي الربح بعد الضريبة

١٨٢,٨ مليون درهم

↑ ٧,٦٪ على أساس سنوي*

* تأثير ضريبة الشركات بمقدار ٤٦,٩ مليون درهم مقارنة بـ ٢٣,٠ مليون درهم العام الماضي



الربح قبل الضريبة

٢٣٧,٨ مليون درهم

↑ ٢٢,٢٪ على أساس سنوي



هامش الربح

٤٠,٣٪

↑ ٢٠ نقطة أساس سنوياً



الإيرادات

٢,٤٣ مليار درهم

↑ ٢,٨٪ على أساس سنوي



صافي الدين الأرباح قبل احتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء

٢,٦٣ مرة

٢,٣٥ مرة في ديسمبر ٢٠٢٤



صافي الدين

١,٦٤ مليار درهم

↑ ٢٤٤ مليون مقابل ديسمبر ٢٠٢٤
نتيجة ارتفاع المصاريف الرأسمالية والرأسمال العامل

الأرباح قبل احتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء

٤٦٤,١ مليون درهم

↑ ٦,٩٪ على أساس سنوي



صافي الربح بعد حقوق الأقلية

١٧٨,٨ مليون درهم

↑ ١٠,١٪ على أساس سنوي

نتائج إيرادات الربع الثالث من العام ٢٠٢٥

إجمالي الإيرادات (مليون درهم)

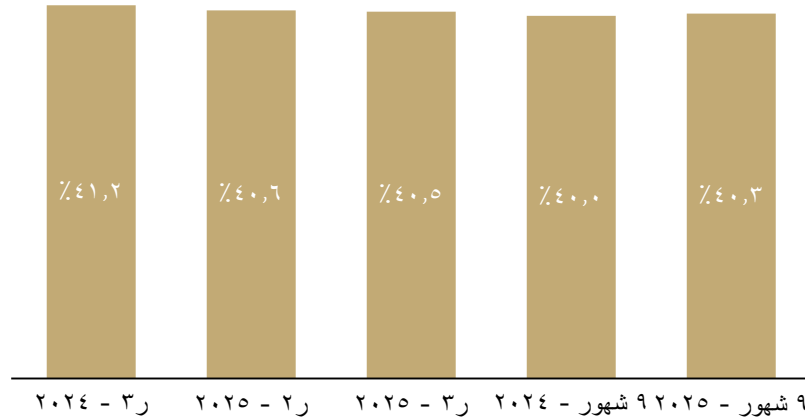
	المقارنة الربعية					المقارنة السنوية		
	الربع الثالث ٢٠٢٤		الربع الثاني ٢٠٢٥		الربع الثالث ٢٠٢٥		٩ أشهر ٢٠٢٤	٩ أشهر ٢٠٢٥
	المبلغ	النمو الربعي	المبلغ	النمو السنوي	المبلغ	النمو السنوي	المبلغ	النمو
الإمارات العربية المتحدة	٢٢٢٠	%٢٠,٥-	٢٤٢٠,٩	%٦٠,٧	٢٣٦٠,٩	%٦٠,٧	٦١٥٠,٧	%١٢,١
المملكة العربية السعودية	٦٩٠	%٤٠,٧-	٥٤٠,٥	%٢٤,٧-	٥١٠,٩	%٢٤,٧-	١٩٦٠,٧	%١٠,٨-
الشرق الأوسط (باستثناء الإمارات والسعودية)	٣٢٠,٩	%١٩,٩-	٣٧٠,٦	%٨٠,٥-	٣٠٠,١	%٨٠,٥-	٨٧٠,٤	%١٤,٣
الهند	٨٧٠,١	%٥٠,٤-	٨٧٠,٦	%٤٠,٩-	٨٢٠,٨	%٤٠,٩-	٢٦٠,٩	%١٠,٤-
أوروبا	٨٩٠,٦	%٥٠,٣-	٩٠٠	%٤٠,٩-	٨٥٠,٢	%٤٠,٩-	٢٦٠,٨	%٣٠,٣-
بنجلاديش	٤٠٠,٧	%٢٦,٨	٤٨٠,٩	%٥٢,٢	٦١٠,٩	%٥٢,٢	١٤٤٠,٢	%٧,١
أفريقيا	٢٦٠,٧	%٤٣,٨	٢٣٠,٦	%٢٦,٩	٣٣٠,٩	%٢٦,٩	٧٨٠,٢	%٠,٩
باقي العالم	١٧٠,٧	%٩٤,٣	١٠٠,٦	%١٧,١	٢٠٠,٧	%١٧,١	٤٦٠	%٢٠,٤-
مجموع إيرادات البلاط والأدوات الصحية	٥٨٥٠,٧	%١٠,٣	٥٩٥٠,٧	%٣٠,٥	٦٠٣٠,٥	%٣٠,٥	١٠٦٩٠٠	%٣٠,٨
إيرادات أدوات المائدة	٨٥٠,٣	%٠,١-	٨٤٠,٩	%٠,٦-	٨٤٠,٨	%٠,٦-	٢٦٧٠,٣	%٤٠,٤-
إيرادات الخلطات	١٠٨٠,٨	%٣٠,٢-	١٢٢٠,٣	%٨٠,٨	١١٨٠,٣	%٨٠,٨	٣٣٥٠,٢	%٥٠,١
الإيرادات الأخرى	٢٢٠,٧	%٢٣,٤-	٢٣٠,٩	%١٩,٦-	١٨٠,٣	%١٩,٦-	٦٨٠,٨	%٣٠,١-
إجمالي الإيرادات	٨٠٢٠,٥	%٠,٤-	٨٢٦٠,٨	%٢٠,٨	٨٢٤٠,٩	%٢٠,٨	٢٠٣٦١٠,٣	%٢٠,٨

ملاحظات الإدارة

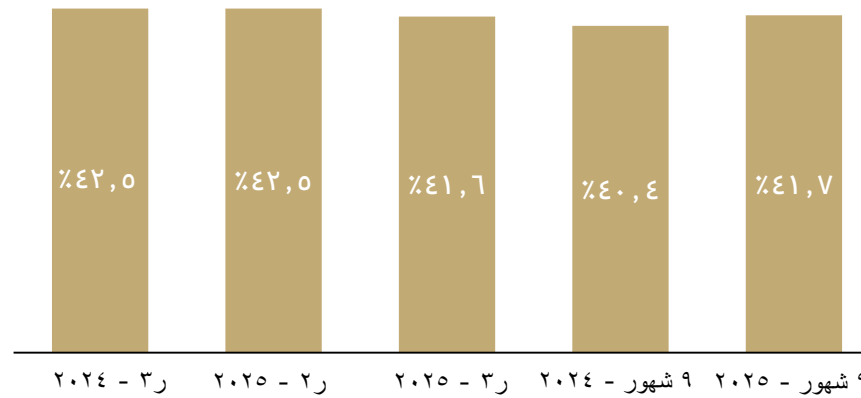
- بلغت إيرادات الربع الثالث من عام ٢٠٢٥ نحو ٨٢٤,٩ مليون درهم، بزيادة قدرها ٢,٨٪ على أساس سنوي.
- ارتفعت إيرادات البلاط بنسبة ٢,٥٪ لتصل إلى ٤٧٩,٧ مليون درهم، مدفوعة بالأداء القوي في أسواق الإمارات والهند وبنجلاديش وأوروبا (ألمانيا).
- سجلت إيرادات الأدوات الصحية نمواً بنسبة ٥,٣٪ على أساس سنوي لتصل إلى ١٢٣,٨ مليون درهم، بدعم من الطلب القوي في الإمارات.
- إنخفضت إيرادات أدوات المائدة بنسبة ٠,٦٪ على أساس سنوي لتصل إلى ٨٤,٨ مليون درهم، نتيجة تباطؤ الطلب في الإمارات ومنطقة الشرق الأوسط، ومع ذلك، حققت أسواق الولايات المتحدة وأوروبا وأفريقيا أداءً جيداً بفضل توسع شبكة الموزعين.
- سجلت إيرادات الخلطات نمواً بنسبة ٨,٨٪ لتصل إلى ١١٨,٣ مليون درهم، ويعود ذلك بشكل رئيسي إلى الأداء القوي في الإمارات وأوروبا. كما نواصل التقدم في خطتنا لتحسين التكاليف من خلال نقل الجزء الأكبر من مرافق إنتاج الخلطات المخصصة للسوق الأوروبية إلى دولة الإمارات.
- إنخفضت الإيرادات الأخرى بنسبة ١٩,٦٪ لتصل إلى ١٨,٣ مليون درهم، نتيجة تراجع نشاط تجارة السيراميك.

هامش الربح الإجمالي

هامش الربح الإجمالي الكلي (%)



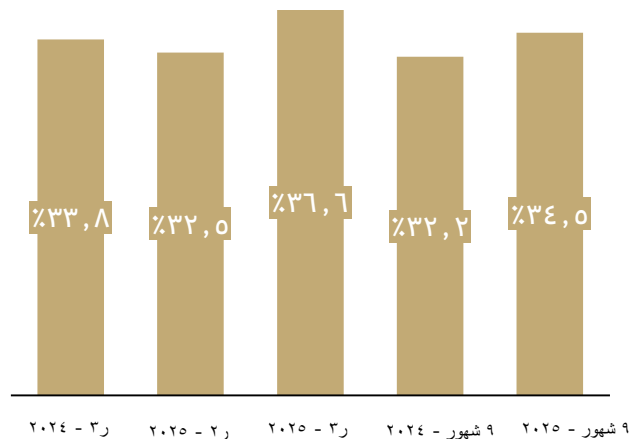
هامش ربح البلاط (%)



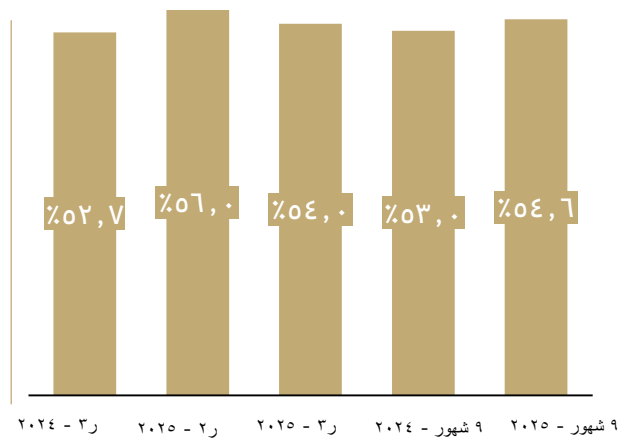
ملاحظات الإدارة

- انخفض هامش الربح الإجمالي في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥ بمقدار ٧٠ نقاط أساس سنوياً ليصل إلى ٤٠,٥٪، ويعزى ذلك بشكل أساسي إلى ضغوط التسعير في أسواق الهند وبنغلاديش نتيجة ارتفاع المنافسة، ومع ذلك، فقد تحسن هامش الربح الإجمالي لفترة التسعة أشهر الأولى من العام ٢٠٢٥ بمقدار ٢٠ نقطة أساس سنوياً لتصل إلى ٤٠,٣٪.
- انخفض هامش ربح البلاط في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥ بمقدار ١٠٠ نقطة أساس مقارنة بالربع الثالث من عام ٢٠٢٤ ليصل إلى ٤١,٦٪، بسبب ضغوط التسعير في أسواق الهند وبنغلاديش نتيجة ارتفاع المنافسة.
- تحسن هامش ربح الأدوات الصحية في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥ بمقدار ٢٨٠ نقطة أساس سنوياً ليصل إلى ٣٦,٦٪ ويعود ذلك أساساً إلى كفاءة التشغيل، وتحسن مزيج المنتجات، وزيادة المبيعات في السوق الإماراتي.
- تحسن هامش ربح أدوات المائدة في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥ بمقدار ١٢٠ نقطة أساس سنوياً لتصل إلى ٥٤,٠٪، بدعم مبيعات قطاع الطيران.
- انخفض هامش ربح الخلطات بمقدار ٦٠٠ نقطة أساس سنوياً ليصل إلى ٢٢,٣٪ تد هكفني هكههكه لك هكهنل ٢٠٢٥، نتيجة انخفاض الهوامش في السوق الأوروبية بسبب أنشطة التحول الجارية في أوروبا.

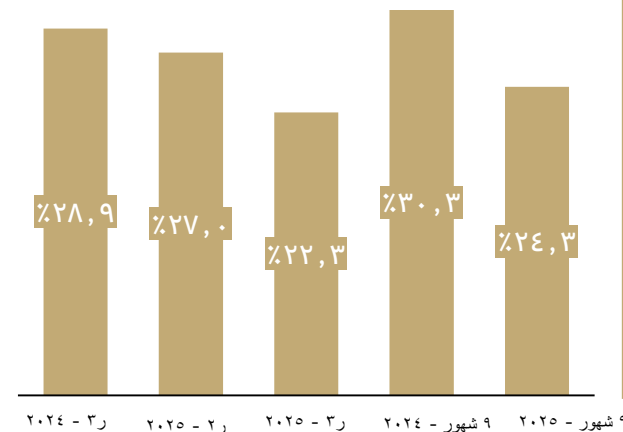
هامش ربح الأدوات الصحية (%)



هامش ربح أدوات المائدة (%)



هامش ربح الخلطات (%)

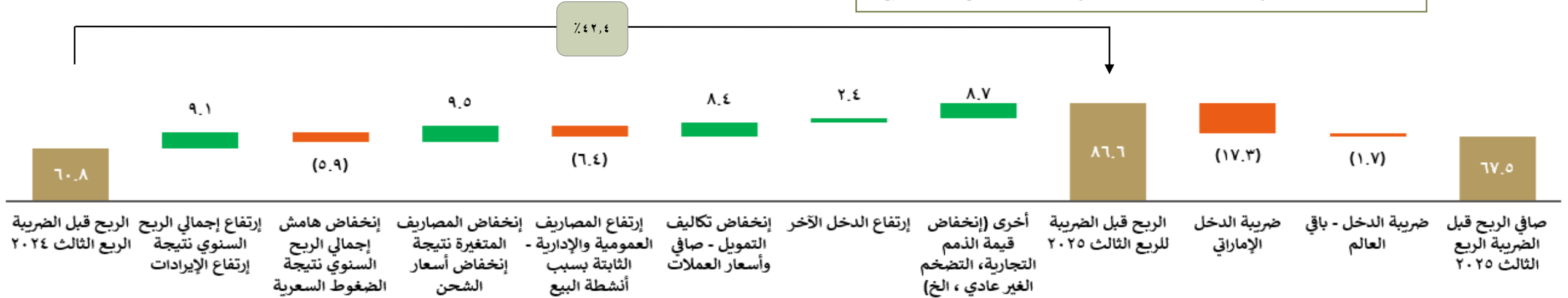


جسر الربحية

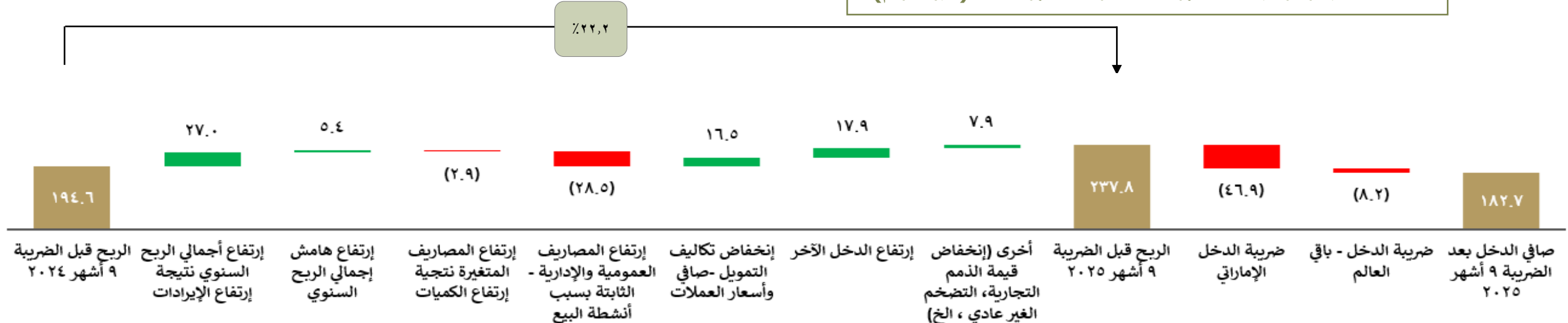
النتائج المالية للربع الثالث / التسعة أشهر ٢٠٢٥

RAK
CERAMICS

جسر الربحية - الربع الثالث ٢٠٢٥ مقارنة بالربع الثالث ٢٠٢٤ (مليون درهم)



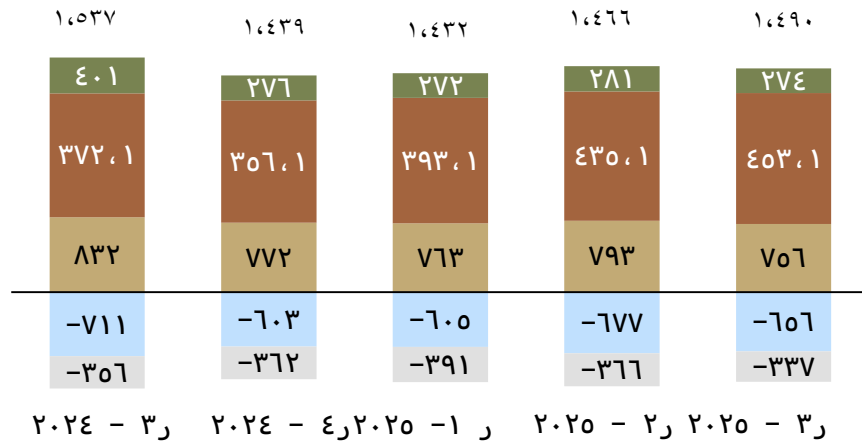
جسر الربحية - ٩ أشهر ٢٠٢٥ مقارنة ٩ أشهر ٢٠٢٤ (مليون درهم)



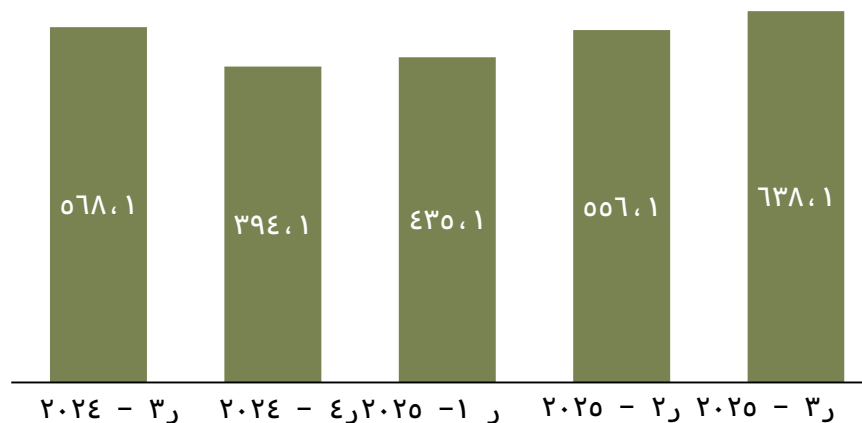
أبرز نتائج الميزانية العمومية

دوران الرأس المال العامل (أيام)

الذمم الدائنة الأخرى الذمم المدينة الأخرى الذمم التجارية المدينة
المخزون الذمم التجارية الدائنة

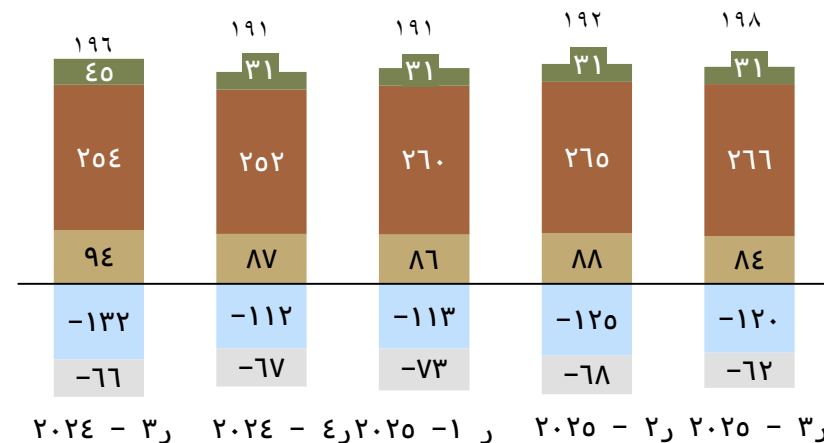


صافي الدين (مليون درهم)

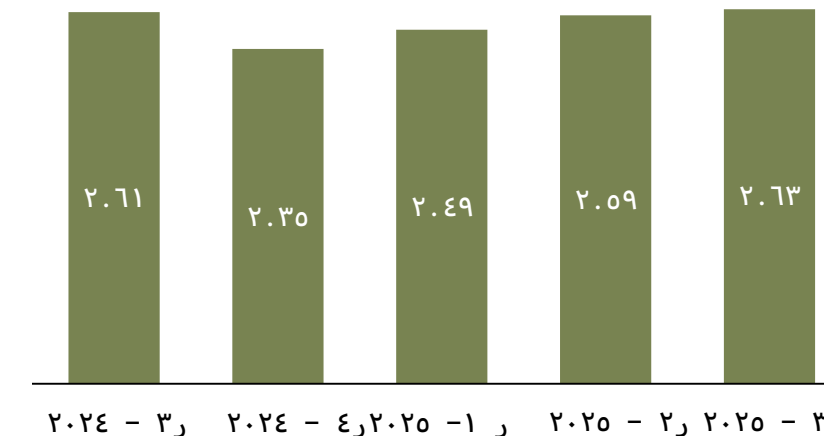


الرأس المال العامل (أيام)

الذمم الدائنة الأخرى الذمم المدينة الأخرى الذمم التجارية المدينة
المخزون الذمم التجارية الدائنة



صافي الدين إلى الأرباح قبل إحتساب الفوائد، الضرائب الإهلاك وإطفاء الدين (مرة)



ملاحظات الإدارة

- ارتفع رأس المال العامل الإجمالي بمقدار ٢٣ مليون درهم ليصل إلى ١,٤٩ مليار درهم في الربع الثالث من العام ٢٠٢٥ مقارنة بشهر يونيو ٢٠٢٥.
- انخفضت الذمم التجارية من ٨٨ يوماً في الربع الثاني من عام ٢٠٢٥ إلى ٨٤ يوماً في الربع الثالث من اعم ٢٠٢٥ نتيجة لتطبيق رقابة ائتمانية صارمة.
- انخفضت أيام المخزون من ٢٦٥ يوماً إلى ٢٦٦ يوماً على أساس ربع سنوي، وذلك بسبب زيادة مخزون المنتجات النهائية.
- انخفضت الذمم الدائنة التجارية من ٦٨ يوماً في الربع الثاني من عام ٢٠٢٥ إلى ٦٢ يوماً في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥، ويرجع ذلك أساساً إلى مدفوعات النفقات الرأسمالية.
- ارتفع صافي الدين بمقدار ٨٢,٧ مليون درهم ليصل إلى ١,٦٤ مليار درهم مقارنة بشهر يونيو ٢٠٢٥، نتيجة لسداد ضريبة الشركات في دولة الإمارات (٣١,٤ مليون درهم عن عام ٢٠٢٤)، وارتفاع النفقات الرأسمالية ورأس المال العامل، كما ارتفعت نسبة صافي الدين إلى الأرباح قبل الفوائد، الضرائب، الإهلاك وإطفاء الدين من ٢,٥٩ مرة في يونيو ٢٠٢٥ إلى ٢,٦٣ مرة في سبتمبر ٢٠٢٥.
- بلغت النفقات الرأسمالية خلال التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠٢٥ نحو ٢١٥,٦ مليون درهم، منها ما يقارب ١٣٤ مليون درهم مخصصة لتحديث مصانع إنتاج البلاط الكبير الحجم. وتم تعديل التوجيه المالية للنفقات الرأسمالية لعام ٢٠٢٥ ليصل إلى ٣٠٠ مليون درهم.

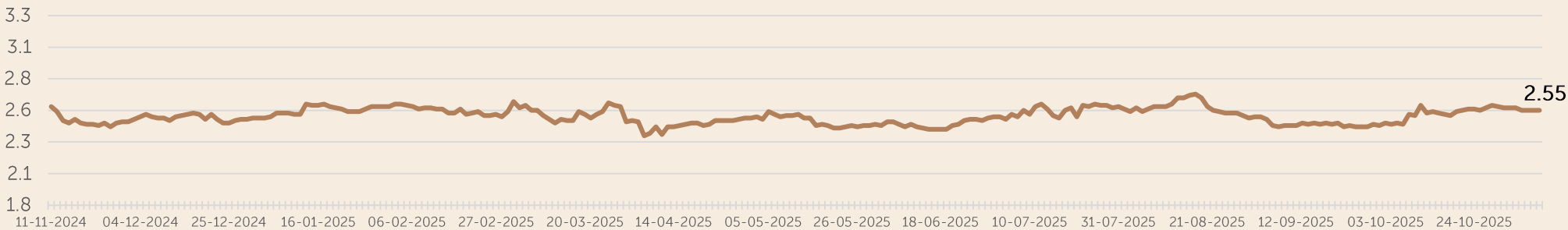
تحديث سعر السهم

المتحدث: برامود كومار تشاند
الرئيس المالي للمجموعة



أداء سعر سهم شركة سيراميك رأس الخيمة (درهم إماراتي)

RAK CERAMICS (RAKCEC) SHARE PRICE PERFORMANCE (AED)



	AED
WAP	2.50
52 week high	2.68
52 week low	2.35

As of 12th Nov 2025

CURRENT VALUATION (AED M)

	12/11/2025	31/12/2024
	Amount	Amount
Share price	2.55	2.49
Number of shares (in Mn)	994	994
Market Cap	2,534	2,475
Net debt	1,638	1,394
Minorities	85	95
Enterprise Value	4,257	3,965

LTM TRADING MULTIPLES

	Multiple	
	12/11/2025	31/12/2024
EV / Sales	1.31	1.23
EV / EBITDA	6.94	6.69
P / E	10.92	11.51
P / B	1.18	1.14

~ AED 2.5 Bn

Market Cap (~)

*Net debt and minorities as of 30th September 2025

الكلمة الختامية

المتحدث: عبدالله مسعد
الرئيس التنفيذي للمجموعة



أولويات العام ٢٠٢٥



المحافظة على الحصة السوقية

الحفاظ على المنافسة الصحية في جميع الأسواق والقطاعات الأساسية على الرغم من التحديات المتزايدة



تحول كلودي

تحويل كلودي إلى علامة تجارية عالمية عالية الجودة في مجال الحفريات، لتكمل عروض أدوات الصحية التي تقدمها شركة سيراميك رأس الخيمة، وبناء على التأزر المحدد وخطة التكامل لتحسين الأداء



التوسع في تجارة التجزئة والوعي بالعلامة التجارية

التركيز على تعزيز حضور التجزئة وخلق الوعي بالعلامة التجارية في الأسواق المستهدفة من خلال فتح صالة عرض جديدة وتجديد المنافذ الحالية ونشر التجارة الإلكترونية في أسواق إضافية



إدارة الأعمال، العمليات والمخاطر

تحسين العمليات وتعزيز الكفاءة والتخفيف من المخاطر المتزايدة بشكل نشط وتحسين الأداء النهائي في جميع الشركات التابعة



التسارع الرقمي

تحسين نموذج التشغيل من خلال ممارسة المرونة والرقمنة لتمكين التحليلات المحسنة وقدرات اتخاذ القرار القائمة على البيانات



نمو القدرات الإنتاجية

ترشيد البصمة وزيادة القدرة في جميع الأعمال الأساسية من خلال إضافة المصانع والتحسينات بالإضافة إلى التوسعات الجديدة



التنوع التشغيلي

استكشاف وتنويع الأسواق الجديدة من حيث المبيعات والتوريد والتصنيع المحتمل



تحفيز الاستدامة

تحديد وتنفيذ استراتيجية الاستدامة التي تتضمن مبادرات الحوكمة البيئية والمجتمعية في هوية شركة سيراميك رأس الخيمة وفي جميع العمليات

أسئلة وأجوبة



الملحق

أبرز النتائج المالية

النتائج المالية للربع الثالث / التسعة أشهر ٢٠٢٥

RAK
CERAMICS

البيان	المقارنة الربعية					المقارنة السنوية		
	الربع الثالث ٢٠٢٤		الربع الثاني ٢٠٢٥		الربع الثالث ٢٠٢٥		٩ أشهر ٢٠٢٤	
	المبلغ (مليون درهم)	المبلغ (مليون درهم)	المبلغ (مليون درهم)	النمو السنوي	النمو الربعي	المبلغ (مليون درهم)	النمو السنوي	المبلغ (مليون درهم)
الإيرادات	٨٠٢٤٥	٨٢٦٤٨	٨٢٤٤٩	٪٢٤٨	٪٠٤٢-	٢٤٣٦١.٢	٪٢٤٨	٢٤٤٢٨.٢
هامش الربح (%)	٪٤١٤٢	٪٤٠٤٦	٪٤٠٤٥	٪٠٤٧-	٪٠٤١-	٪٤٠٤٠	٪٠٤٢	٪٤٠٤٣
الأرباح قبل إحتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء	١٤٦٤٢	١٦٠٤٨	١٦٧٤٧	٪١٤٤٧	٪٤٤٢	٤٣٤٤٢	٪٦٤٩	٤٦٤٤١
الربح قبل الضريبة	٦٠٤٨	٨٦٤٧	٨٦٤٦	٪٤٢٤٤	٪٠٤١-	١٩٤٤٦	٪٢٢٤٢	٢٣٧٤٨
الربح بعد الضريبة	٥٥٤٩	٦٦٤٤	*٦٧٤٥	٪٢٠٤٧	٪١٤٧	١٦٩٤٩	٪٧٤٦	*١٨٢٤٨
التنقيحات الرأس مالية	٣٥٤٢	٥٩٤٦	٥٩٤٤	٪٦٨٤٧	٪٠٤٤-	١٣٢٤٥	٪٦٢٤٧	٢١٥٤٦
صافي الدين	١٤٥٦٨.٤	١٤٥٥٥.٦	١٤٦٣٨.٣	٪٤٤٥	٪٥٤٣	١٤٥٦٨.٤	٪٤٤٥	١٤٦٣٨.٣
صافي الدين إلى الأرباح قبل الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء	٢٤٦١ مرة	٢٤٥٩ مرة	٢٤٦٣ مرة			٢٤٦١ مرة		٢٤٦٣ مرة

* تأثير ضريبة الشركات في دولة الإمارات بلغ ١٧,٣ مليون درهم في الربع الثالث من عام ٢٠٢٥ مقارنة بـ ٩,٠ مليون درهم في نفس الربع من العام الماضي، في حين بلغ خلال التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠٢٥ نحو ٤٦,٩ مليون درهم مقابل ٢٣,٠ مليون درهم خلال الفترة نفسها من العام السابق.

الأرباح قبل احتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك وإطفاء الدين

البيان	المقارنة الربعية			المقارنة السنوية	
	الربع الثالث ٢٠٢٤	الربع الثاني ٢٠٢٥	الربع الثالث ٢٠٢٥	٩ أشهر ٢٠٢٤	٩ أشهر ٢٠٢٥
	المبلغ (مليون درهم)	المبلغ (مليون درهم)	المبلغ (مليون درهم)	المبلغ (مليون درهم)	المبلغ (مليون درهم)
صافي الربح / الخسارة بعد الضريبة	٥٥,٩	٦٦,٤	٦٧,٦	١٦٩,٩	١٨٢,٧
الضريبة	٤,٩	٢٠,٣	١٩,١	٢٤,٧	٥٥,١
صافي الفائدة	٢٩,٧	٢٣,٧	٢٤,٧	٨٤,٧	٧١,٤
الإهلاك والإطفاء	٥٣,٢	٥٣,٨	٥٨,٢	١٥٣,٦	١٦٣,٩
عوائد بيع الأصول / شطب أعمال تحت التنفيذ	٢,٤	(٣,٤)	(١,٨)	١,٣	(٩,١)
الأرباح قبل احتساب الفوائد، الضرائب، الإهلاك والإطفاء	١٤٦,٢	١٦٠,٨	١٦٧,٧	٤٣٤,٢	٤٦٤,١

شكرا لكم

RAK

CERAMICS

CONTACT US

If you have any questions or require further information, please visit corporate.rakceramics.com or contact investor relations team at ir@rakceramics.com