

## مجموعة أغذية تعلن عن نتائج 9 أشهر 2024: نمو قوي وثابت في الإيرادات والأرباح عبر جميع القطاعات

- ارتفاع صافي إيرادات المجموعة بنسبة +10.3% على أساس سنوي ليصل إلى 3.6 مليار درهم مع نمو في جميع القطاعات الأربع.
- ارتفاع صافي إيرادات المجموعة قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بنسبة +15.5% على أساس سنوي؛ الهاشم عند 14.9% (+68 نقطة أساس).
- ارتفاع صافي ربح المجموعة بنسبة +24.0% على أساس سنوي؛ الهاشم عند 7.1% (78+ نقطة أساس).
- الحفاظ على التوجيهات للعام بأكمله: نمو الإيرادات بنسبة 10-12%，نمو هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء +60-40٪ أساس، نمو هامش صافي الربح +30-50 نقطة أساس.

**أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 6 نوفمبر 2024 -** أعلنت مجموعة أغذية ش.م.ع ("أغذية" أو "المجموعة")، إحدى شركات الأغذية والمشروبات الرائدة في المنطقة، اليوم عن نتائجها المالية للأشهر التسعة الأولى من عام 2024، مما يمثل فترة من النمو القوي في جميع قطاعات أعمالها. إن الأداء القوي لمجموعة أغذية يمكنها من تلبية توجهاتها السنوية، حيث تجاوزت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء للمجموعة وصافي ربح المجموعة نمواً في الإيرادات نتيجة للكفاءات التشغيلية وإدارة التكاليف المنضبطة.

### أبرز النتائج المالية للتسعة أشهر الأولى من عام 2024

ارتفعت صافي إيرادات المجموعة بنسبة +10.3% على أساس سنوي إلى 3.6 مليار درهم إماراتي، مدفوعاً بنسبة 8.5% من النمو بالحجم و1.8% من التسويير. وقد تم تعزيز هذا الأداء من خلال التحولات الاستراتيجية في المحفظة نحو قطاعات ذات نمو أعلى والابتكارات المهمة، والتي شكلت 57% من إجمالي نمو المجموعة. ارتفعت إيرادات المجموعة، المعدلة للتاثير السلبي لأنخفاض قيمة العملة في مصر (264.5 مليون درهم إماراتي)، بنسبة 18.4% على أساس سنوي. وعلى الرغم من تأثير الصرف الأجنبي، حققت أعمال مجموعة أغذية المصرية مجتمعة نمواً في الإيرادات بنسبة 10.6% على أساس سنوي بالدرهم الإماراتي خلال الفترة المشمولة بالتقدير.

- سجلت الوجبات الخفيفة نمواً في الإيرادات بنسبة 14.2% على أساس سنوي، مدفوعة في المقام الأول بالأداء القوي لفئة القهوة. واصلت "أبو عوف" اكتساب حصة من حيث الحجم والقيمة في سوق القهوة ذات العلامات التجارية الفاخرة في مصر. وقد تم دعم نمو العلامة التجارية من خلال توسيع سلسلة البيع بالتجزئة الخاصة بها، مع افتتاح 49 متجرًا جديداً في الأندية الرياضية والجامعات والمجمعات السكنية. تأثر أداء "الفوعة" في الربع الثالث من عام 2024 بتأخير حصاد التمور عن المتوقع. عادة، يبدأ موسم حصاد التمور في دولة الإمارات العربية المتحدة في منتصف أغسطس ويستمر حتى منتصف نوفمبر. ومع ذلك، وبسبب انماط الطقس هذا العام، فقد تأخر موعد الحصاد مع انخفاض الحجم الإجمالي. على أساس تسعة أشهر، حققت "الفوعة" نمواً كبيراً في القيمة عبر قنوات البيع بالتجزئة، سواء على المستوى المحلي أو في الأسواق الدولية الرئيسية.

- سجل قطاع البروتين والأغذية المجمدة نمواً متواضعاً بنسبة 1.1% على أساس سنوي في الإيرادات، متأثراً في المقام الأول بانخفاض قيمة العملة في مصر. ومع ذلك، عند تعديله وفقاً للتغيرات العملة، شهد القطاع نمواً قوياً بنسبة 21.0%. في مصر، ساعدت استراتيجية التسويير المتوازنة لمجموعة أغذية ومزيج المنتجات المواتي عبر القنوات المحلية في التخفيف من التحديات الاقتصادية الكلية، مما أظهر قوة قيمة العلامة التجارية. في الأردن، شكلت تحديات السوق تحدياً للأعمال المحلية. وفي انتظار بدء تشغيل منشأة البروتين الجديدة في المملكة العربية السعودية مؤخراً، ركزت مجموعة أغذية على زيادة مبيعات التصدير من الأردن إلى الأسواق الإقليمية الأخرى، مما أدى إلى زيادة مبيعات التصدير بنسبة 20.9% على أساس سنوي (باستثناء المملكة العربية السعودية). كما تعمل منشأة البروتين المحمد التي أطلقها مجموعة أغذية مؤخراً في المملكة العربية السعودية على زيادة أحجام إنتاجها تدريجياً مع حصولها على المواقف المختلفة الازمة لتوريد المنتجات إلى مطاعم الخدمة السريعة المحلية وخدمات التموين.

- حقق قطاع المياه والأغذية زيادة في الإيرادات بنسبة 5.8% على أساس سنوي، مع احتفاظ مياه العين المعبأة بمكانتها الرائدة في السوق. وكان هذا النمو مدفوعاً بزيادة بنسبة 9.6% على أساس سنوي في عائدات المياه في الإمارات، والتي تعزى إلى حد كبير إلى التميز والابتكار، بما في ذلك النمو الكبير في المياه المعبأة في زجاجات. وشهد قطاع التوصيل إلى المنازل والمكاتب نمواً ملحوظاً بنسبة 9.4% على أساس سنوي، في حين ارتفعت إيرادات الأعمال الدولية بنسبة 4.0%， مع مساهمات ملحوظة من عُمان والكويت. وفي الربع الثالث من عام 2024، أكملت "أغذية" إغلاق شركة "Yoplait" للأطابق التي كانت تعاني من خسائر في دولة الإمارات العربية المتحدة. وفي حين أن هذا له تأثير سلبي طفيف على نمو إيرادات القطاع، فإنه سيسمح لمجموعة أغذية بالتركيز على الأعمال الأساسية وتحسين الربحية الإجمالية لقطاع المياه والأغذية. وتواصل مجموعة أغذية

<sup>1</sup> تقرير الأهداف التوجيهية متوسط سعر الصرف للسنة المالية حتى 40 دولار أمريكي/جنيه مصرى (انخفاض بنسبة 20%)، وعدم إجراء المزيد من عمليات الاستحواذ، ومعدل التمويل المضمون لليلة واحدة (SOFR) لأجل 3 أشهر 5.5%， وعدم حدوث تدهور كبير في الأوضاع الجيوسياسية

استكشاف فرص جديدة في قطاع الأغذية يمكنها الاستفادة من شبكة التوزيع الواسعة في جميع أنحاء دولة الإمارات العربية المتحدة. وتماشياً مع ذلك، وقعت مجموعة أغذية اتفاقية توزيع جديدة في الرابع الثالث من عام 2024، لتصبح الموزع الحصري للأرز الأسترالي تحت العلامة التجارية "SunRice" في الإمارات.

- حق قطاع الأعمال الزراعية زيادة في الإيرادات بنسبة 18.3% على أساس سنوي، مع نمو بنسبة 4.6% باستثناء عملية لمرة واحدة في الرابع الأول من عام 2024. وكان هذا النمو مدفوعاً في المقام الأول بنمو حجم الأعلاف الحيوانية حيث قمنا بتوسيع أعمالنا تحت برنامج الأعلاف المركبة لهيئة أبوظبي للزراعة والسلامة الغذائية (ADAFSA). تستمر مبيعات الأعلاف من خلال تطبيق "Agrivita" في تحقيق أداء جيد على قاعدة مستخدمين متามية، مما يوفر للمستخدمين النهائيين راحة إضافية ويعزز ميزتنا التنافسية.

تفوق نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإطفاء<sup>2</sup> على الإيرادات، حيث ارتفع بنسبة 15.5% على أساس سنوي إلى 537.4 مليون درهم إماراتي، مما يعكس نمواً قوياً في الربحية عبر جميع القطاعات، مدفوعاً بالتركيز على حماية الأرباح في مصر ومبادرات الكفاءة على مستوى المجموعة. ونتيجة لذلك، توسع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإطفاء للمجموعة بمقدار 68 نقطة أساس على أساس سنوي، ليصل إلى 14.9%. وبعد تعديل التأثير السلبي لانخفاض قيمة الجنيه المصري، والذي بلغ 56.8 مليون درهم إماراتي، كان نمو الأرباح قبل افوائد والاستهلاك والإطفاء ليكون أكبر عند 27.8% على أساس سنوي، مع توسيع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإطفاء بمقدار 112 نقطة أساس إلى 15.3%.

- نمت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء لقطاع الوجبات الخفيفة بنسبة 25.8% على أساس سنوي في الأشهر التسعة الأولى من عام 2024، متداولاً نمواً في الإيرادات نتيجةً لتطبيق عدمة مبادرات منها ابتكار المنتجات، والتميز، ومبادرات المشتريات الاستراتيجية في فئة القهوة. وقد أدى ذلك إلى توسيع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بمقدار 163 نقطة أساس حيث حافظ القطاع على ربحية قوية بسبب تركيزه على عروض المنتجات الفاخرة واستراتيجيات إدارة التكاليف.

شهد قطاع البروتين والأغذية المجمدة زيادة بنسبة 13.6% على أساس سنوي في الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء متداولاً بذلك نمواً في الإيرادات بشكل كبير. وقد تحقق هذا التحسن في الربحية على الرغم من تقلب تكاليف المدخلات وتحديات العملة في مصر، فضلاً عن التحديات الجيوسياسية الخارجية التي تؤثر على الأردن. وقد أدى تركيز مجموعة أغذية على تحسين الإنتاجية وإدارة التكاليف المنضبطة إلى دفع توسيع الربحية، مع زيادة هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء للقطاع بمقدار 137 نقطة أساس خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2024.

- نما صافي الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء لقطاع المياه والأغذية بنسبة 14.1% على أساس سنوي، مدعوماً بالتركيز المستمر على إدارة المزيرج والتسعير، والتحكم المنضبط في التكاليف، والمشتريات، وتحسين الكفاءة عبر شبكة التوريد لدينا. وأسفرت هذه المبادرات عن توسيع بمقدار 114 نقطة أساس في هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء لهذا القطاع. وجاء الأداء الملحوظ من المياه المعيبة في الإمارات EBITDA + 35.9% على أساس سنوي). أدى قرارنا بالخروج من أعمال Yoplait للأليان الخاسرة إلى شطب أصول لمرة واحدة بقيمة 10 ملايين درهم إماراتي، مما أثر سلباً على الربحية خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2024. ومع ذلك، من المتوقع أن يؤدي هذا القرار الاستراتيجي إلى توفير سنوي قدره 5 ملايين درهم إماراتي في المستقبل.

- سجل قطاع الأعمال الزراعية نمواً بنسبة 40.5% على أساس سنوي في الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء ، متداولاً نمواً في الإيرادات. وكان هذا الأداء القوي مدفوعاً بالتركيز المستمر على مزيج المنتجات وجودتها، كما ساهم استخدام العالي للمصنع وإنتاجية التكلفة في توسيع الهامش.

ارتفع صافي ربح المجموعة بنسبة 24.0% على أساس سنوي إلى 254.9 مليون درهم إماراتي خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2024، مما يدل على مرنة المجموعة في التعامل مع بيئة اقتصادية كثيرة صعبة. ارتفع هامش صافي الربح بمقدار 78 نقطة أساس ليصل إلى 7.1%， على الرغم من مواجهة تحديات كبيرة في أسعار الصرف، وخاصة من انخفاض قيمة العملة في مصر، وتطبيق ضريبة الدخل في الإمارات.

**الميزانية العمومية القوية:** تظل الميزانية العمومية لمجموعة أغذية قوية مع وجود نقد وما يعادله بقيمة 0.6 مليار درهم إماراتي وإجمالي

<sup>2</sup> تعديل أرقام الربع الأول من عام 2023: تم تعديل أرقام الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) المعلن عنها للقطاعات المماثلة من العام الماضي بالنسبة لتكاليف المكتب الرئيسي وفقاً لسياسة التحويلي الجديدة السارية في الربع الأول من عام 2024 لتنواع مع قانون ضريبة الشركات الجديد في دولة الإمارات العربية المتحدة. الهدف هو ضمان إمكانية المقارنة بحسب المثل LFL لأداء القطاع المصرح عنه. يتعلق التعديل فقط بمنهجية التخصيص ولا يؤثر على إجمالي الأداء المالي للمجموعة

سيولة بقيمة 2.0 مليار درهم إماراتي. وتبلغ نسبة صافي الدين إلى الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء للمجموعة 1.4 ضعفًا، ويبلغ صافي الدين 1.1 مليار درهم إماراتي.

**الحفاظ على التوجيهات للعام بأكمله<sup>3</sup>:** بناءً على الزخم القوي في جميع أنحاء أعمال مجموعة أغذية وعلى الرغم من الرياح المعاكسة المستمرة للعملة التي تؤثر على عمليات المجموعة في مصر، تتوقع مجموعة أغذية نمو الإيرادات للعام بأكمله 2024 بنسبة تراوح بين 10% و12%， مع زيادة بنسبة 50-60 نقطة أساس في هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء وزيادة بنسبة 30 نقطة أساس في هامش صافي الربح للمجموعة.

### أبرز النقاط الاستراتيجية

تقدم قوي على مدار العام في توسيع قدرات المجموعة وكفاءاتها لضمان النمو المستقبلي للمجموعة

- الاستفادة من منصة مجموعة أغذية المصرية:** واصلت مجموعة أغذية تنفيذ استراتيجيةها لتحويل مصر إلى مركز للتصدير - حيث ارتفعت عائدات التصدير من مصر إلى 73.2 مليون درهم إماراتي، مسجلة نمواً قويًا بنسبة 31.5٪ على أساس سنوي. "أبو عوف"، المحرك الرئيسي لهذا النجاح، وسعت بشكل كبير من حضورها في مجال التجزئة منذ استحواذها. خلال هذه الفترة، افتتحت 49 متجرًا جديداً، تقع في موقع استراتيجية في الأندية الرياضية والجامعات والمجمعات السكنية الجديدة، مما عزز مكانتها في السوق وعزز إمكانية الوصول إلى العلامة التجارية عبر شرائح المستهلكين المتنوعة.

- الاستثمار في الابتكار:** بعد الابتكار عنصراً أساسياً في هدف مجموعة أغذية في أن تصبح شركة رائدة في مجال الأغذية والمشروبات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ويقود هذه الجهود فريق الابتكار المركزي المخصص للمجموعة، والذي يضم التعاون السلس عبر وحدات الأعمال والبحث والتطوير والابتكار الخارجي. وبشكل مثير للإعجاب فإن 57٪ من نمو مجموعة أغذية في الأشهر التسعة الأولى من عام 2024 كان مدفوعاً بالابتكار (باستثناء عملية لمرة واحدة في الربع الأول).

- الوجبات الخفيفة:** وسعت "أبو عوف" عروض القهوة الخاصة بها بإضافة عبوات القهوة الفورية وحجب الإسبريسو لتتوسيع محفظة القهوة الخاصة بها مع تنويع مجموعة الوجبات الخفيفة الخاصة بها بإضافة الفشار بنكهة لذذة، والمقرمشات، والفول السوداني المعطر، وألواح البروتين، وألواح المكسرات. قدمت شركة **Date Crown** مجموعة من التمور العضوية.

- البروتين والأغذية المجمدة:** أطلقت "نبيل" برج لحم البقر والدجاج الفاخر في الأردن ومجموعة جديدة من البطاطس المجمدة في الإمارات العربية المتحدة.

- الأعمال الزراعية:** قدمت منتجين جديدين من الدقيق المتخصص والمصمم لتلبية احتياجات العملاء المحددة وأطلقت مزيج الألبان **Agrivita** لدعم الطلب المتزايد على منتجات تحسين التغذية الحيوانية بين المزارعين في الإمارات العربية المتحدة.

- تقدّم أجندة الاستدامة للمجموعة:** تواصل مجموعة أغذية تحقيق خطوات كبيرة في أجندة الاستدامة الخاصة بها. خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2024، حققت المجموعة انخفاضاً بنسبة 9.7٪ على أساس سنوي في انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، مما يؤكد التزامها بالمسؤولية البيئية. كما تم تكريم جهود مجموعة أغذية في حفل توزيع "جوائز الخليج للاستدامة" المرموق، حيث حصلت المجموعة على الجائزة الذهبية لأفضل منتج مستدام والجائزة البرونزية لأفضل ممارسة للاقتصاد الدائري. تسلط هذه الجوائز الضوء على ريادة مجموعة أغذية في الاستدامة، ولا سيما كأول شركة مقرها الإمارات تقدم عبوات مياه العين المصنوعة من **PET** بنسبة 100٪ وتغلق حلقة إعادة التدوير في الإمارات من خلال مبادرة الاقتصاد الدائري اللانهائي.

- تسريع خارطة الطريق الرقمية:** تحقق المجموعة خطوات كبيرة في رحلة التحول الرقمي التي استمرت خمس سنوات، مع التركيز على تحسين تجربة العملاء وتعزيز أسسها التجارية. تتطور مجموعة أغذية إلى مؤسسة تعتمد على البيانات وتحافظ على علاقات قوية مع عملائها مع ضمان العمليات الرقمية الآمنة والموثوقة. والجدير بالذكر أنها أطلقت بوابة العملاء **B2B** الجديدة، والتي تعمل على تبسيط كيفية قيام عملاء **HORECA** بطلب المنتجات. ويشهد تطبيق التوصيل إلى المنازل والمكاتب تحسناً مستمراً، حيث يوفر الآن تجربة أفضل للمستخدم وأكثر تطوراً. كما نشرت المجموعة أول نموذج من نوعه للتعرف على صور التمور بالذكاء الاصطناعي بالتعاون مع جامعة محمد بن زايد للذكاء الاصطناعي (**MBZUAI**) ودعم من **Next50**. يمكن لهذا النموذج الذي تحديد وتصنيف الأنواع الرئيسية من التمور التي تستلمها من المزارعين الذين يشكرون شبكة التوريد المحلية الخاصة بها، وذلك بالبناء على الخبرة الواسعة لفريق مجموعة أغذية باعتبارها أكبر معالج للتمور في العالم. سيتطور هذا

<sup>3</sup> تفترض الأهداف التوجيهية متوسط سعر الصرف للسنة المالية حتى 40 دولار أمريكي/جنيه مصرى (انخفاض بنسبة 20٪)، وعدم إجراء المزيد من عمليات الاستحواذ، ومعدل التمويل المضمون لليلة واحدة (**SOFR**) لأجل 3 أشهر 5.5٪، وعدم حدوث تدهور كبير في الأوضاع الجيوسياسية

النموذج الفريد للذكاء الاصطناعي باستمرار، ويعمل كأساس لتطبيق الذكاء الاصطناعي والأتمتة عبر سلسلة قيمة مجموعة أغذية.

علق خليفة سلطان السويدي، رئيس مجلس إدارة مجموعة أغذية، قائلًا: "يعكس الأداء القوي لمجموعة أغذية حتى الآن قوة محفظتنا المتعددة ومبادرات النمو الاستراتيجية، حتى في خضم التحديات العالمية مثل تقلبات العملة والضغوط التضخمية. إن قدرتنا على المرازنة بين الابتكار والكافحة التشغيلية والاستدامة تضمننا في وضع جيد للنavigating على تحديات الاقتصاد الكلي مع الاستمرار في تقديم قيمة طويلة الأجل لأصحاب المصلحة لدينا. وتسلط هذه النتائج الضوء على مرونتنا وتركيزنا الاستراتيجي على دفع القيمة المستدامة عبر محفظتنا المتعددة. وبينما نتطلع إلى المستقبل، يظل تركيزنا منصبًا على تسريع النمو في جميع أنحاء المنطقة وتعزيز ريادتنا في الأسواق الرئيسية".

وعلى آن سميث، الرئيس التنفيذي لمجموعة أغذية، قائلًا: "إننا نحقق خطوات كبيرة في حماية أعمالنا الأساسية، والاستفادة من عمليات الدمج والاستحواذ ذات القيمة المضافة، والاستثمار في الابتكار والقدرات. ونُظهر نتائجنا في الأشهر التسعة الأولى من عام 2024 مرونة مجموعة أغذية التشغيلية وتركيزها الدؤوب على تنفيذ استراتيجيتنا. لقد حققنا نمواً قوياً في الإيرادات وتوسعاً في الربحية عبر جميع القطاعات، حيث كان 5.7% من نمونا مدفوعاً بالابتكار. وعلى الرغم من التحديات الخارجية، وخاصة في مصر، فقد حافظنا على تحسن قوي في الهاشم من خلال مكاسب الكفاءة وإدارة التكاليف الحكيمية. لقد أظهرت فرقنا تركيزاً ومبرونة ملحوظين، مما أدى إلى تعزيز النمو المستدام من خلال الاستثمارات الاستراتيجية في علاماتنا التجارية وموظفيها، والاستفادة من التأثير، وتعزيز الكفاءة التشغيلية. وأنا فخور بشكل خاص بتقدمنا في أجندنا الحوكمة البيئية والاجتماعية والحكوكية المؤسسية ESG الخاصة بنا، والتي تدعمها حوكمة قوية وثقافة موحدة حول الاستدامة".

نتائج المجموعة للتسعة أشهر الأولى من العام 2024 متاحة على موقع المجموعة الإلكتروني [www.agthia.com](http://www.agthia.com) وعلى [www.adx.ae](http://www.adx.ae)

#### -النهاية-

#### نبأ عن مجموعة "أغذية":

تعد مجموعة "أغذية" ثل.م.ع التي تتخذ من أبوظبي مقراً لها، شركة رائدة في مجال إنتاج الأغذية والمشروبات، وتتدرج المجموعة التي تأسست في عام 2004 في سوق أبوظبي للأوراق المالية تحت اسم "أغذية". وتعود "أغذية" شركة تابعة لـ "القاضية" (ADQ)، إحدى أكبر الشركات القابضة على مستوى المنطقة والتي تمتلك محفظة واسعة من الشركات الكبرى العاملة في قطاعات رئيسية ضمن اقتصاد إمارة أبوظبي المتنوع. وتمثل المجموعة أصولاً في كل من دولة الإمارات العربية المتحدة، والمملكة العربية السعودية، والكويت، وسلطنة عمان، ومصر، وتركيا، والأردن. وتعمل المجموعة على تشغيل محفظة عالمية من الشركات المتكاملة، والتي توفر باقة متنوعة من المواد الغذائية والمشروبات المبتكرة ذات الجودة العالية، وتتوفر المجموعة منتجاتها للمستحلكين في الإمارات العربية المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي وتركيا والشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية وأسيا. وتوظف المجموعة أكثر من 12,000 موظف، يضطّلعون بمسؤولية تصنيع وتوزيع وتسويقي مجموعة متنوعة من المنتجات في القطاعات التالية: المياه والأغذية (مياه العين، والبيان، و المياه الطبيعية "العين"، وفس، أغذية العين ومنتجات العين التجارية)، الوجبات الخفيفة (تمور الفرع، ومخضر و حلويات الفصل، و"بي.إم.بي"، وأبورعوف)، اللحوم والمنتجات المميزة والمجمدة (النبيذ للصناعات الغذائية، أطباب، والحضرورات المحمدة من العين)، الأعمال الزراعية (المطاحن الكبرى، وأجريفينتا).

لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة [www.agthia.com](http://www.agthia.com) أو مراسلتنا عبر البريد الإلكتروني على [corpcoms@agthia.com](mailto:corpcoms@agthia.com) أو مراسلتنا عبر البريد الإلكتروني على [www.adx.ae](mailto:www.adx.ae) للاستفسارات واللقاءات الإعلامية برجاء التواصل مع:

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