

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 الأربعة
- ارتفاع صافي إيرادات المجموعة قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والإطفاء بنسبة +15.5% على أساس سنوي؛ الهامش عند 14.9% (+68 نقطة أساس)
- ارتفاع صافي ربح المجموعة بنسبة +24.0% على أساس سنوي؛ الهامش عند 7.1% (+78 نقطة أساس)
- الحفاظ على التوجيهات للعام بأكمله¹: نمو الإيرادات بنسبة 10%-12%، نمو هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والإهلاك والإطفاء +40-60 نقطة 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 والإهلاك والإطفاء للمجموعة وصافي ربح المجموعة نمو 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 التسعير. 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 للتأثير السلبي لانخفاض 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 بالتقرير.

- **سجلت الوجبات الخفيفة نمواً في الإيرادات بنسبة 14.2% على أساس سنوي، مدفوعة في المقام الأول بالأداء القوي لفئة القهوة.** واصلت "أبر عوف" اكتساب حصة من حيث الحجم والقيمة في سوق القهوة ذات العلامات التجارية الفاخرة في مصر. وقد تم دعم نمو العلامة التجارية من خلال توسع سلسلة البيع بالتجزئة الخاصة بها، مع افتتاح 49 متجرًا جديدًا في الأندية الرياضية والجامعات والمجمعات السكنية. تأثر أداء "الفوعة" في الربع الثالث من عام 2024 بتأخر حصاد التمور عن المتوقع. عادة، يبدأ موسم حصاد التمور في دولة الإمارات العربية المتحدة في منتصف أغسطس ويستمر حتى منتصف نوفمبر. ومع ذلك، وبسبب أنماط 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 لتأثيرات العملة، شهد القطاع نمواً قوياً بنسبة 21.0%. في مصر، ساعدت استراتيجية التسعير 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 المجدد التي أطلقتها مجموعة أغذية مؤخراً في المملكة العربية السعودية على زيادة أحجام إنتاجها تدريجياً مع حصولها على الموافقات المختلفة اللازمة 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" للألبان 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

¹ تفترض الأهداف التوجيهية متوسط سعر الصرف للسنة المالية حتى 40 دولار أمريكي/جنيه مصري (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 الجبوسياسية

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 الربع الثالث من عام 2024، لتصبح الموزع الحصري للأرز الأسترالي تحت العلامة التجارية "SunRice" في الإمارات.

- **حقق قطاع الأعمال الزراعية** زيادة في الإيرادات بنسبة 18.3% على أساس سنوي، مع نمو بنسبة 4.6% باستثناء عملية لمرة واحدة في الربع 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). تستثمر مبيعات الأعلاف من خلال تطبيق "Agrivita" في تحقيق أداء جيد على قاعدة مستخدمين متنامية، مما يوفر للمستخدمين النهائيين راحة إضافية ويعزز ميزتنا التنافسية.

تفوق نمو الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء² 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 والاستهلاك 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 الفوائد والاستهلاك والإطفاء ليكون أكبر عند 27.8% على أساس سنوي، مع توسع هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بمقدار 112 نقطة أساس إلى 15.3%.

- **نمت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء لنقطاع الوجبات الخفيفة** بنسبة 25.8% على أساس سنوي في الأشهر التسعة الأولى من عام 2024، متجاوزة نمو الإيرادات نتيجةً لتطبيق عدة مبادرات منها ابتكار المنتجات، والتميز، ومبادرات المشتريات الاستراتيجية في فئة القهوة. وقد أدى ذلك إلى توسع 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 متجاوزاً بذلك نمو 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 توسع 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 المزيغ والتسعير، والتحكم المنضبط في التكاليف، والمشتريات، وتحسين الكفاءة عبر شبكة التوريد لدينا. وأسفرت هذه المبادرات عن توسع بمقدار 114 نقطة أساس في هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء لهذا القطاع. وجاء الأداء الملحوظ من المياه المعبأة في الإمارات (EBITDA + 35.9% على أساس سنوي). أدى قرارنا بالخروج من أعمال Yoplait للألبان 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، متجاوزاً نمو الإيرادات. وكان هذا الأداء القوي مدفوعاً بالتركيز المستمر على مزيغ المنتجات وجودتها، كما ساهم الاستخدام 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 مرونة المجموعة في التعامل مع بيئة اقتصادية كلية 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

² تعديل أرقام الربع الأول من عام 2023: تم تعديل أرقام الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) المعلن عنها للقطاعات للفترة المماثلة من العام الماضي بالنسبة لتكاليف المكتب الرئيسي وفقاً لسياسة التسعير التحويلي الجديدة السارية في الربع الأول من عام 2024 لتتوافق 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 ضعفاً، ويبلغ صافي الدين 1.1 مليار درهم إماراتي.

الحفاظ على التوجهات للعام بأكمله³: 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 تتراوح بين 10% و12%، مع زيادة بنسبة 40-60 نقطة أساس في هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء وزيادة بنسبة 30-50 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 استراتيجيتها لتحويل مصر إلى مركز للتصدير - حيث ارتفعت عائدات التصدير من مصر إلى 73.2 مليون درهم إماراتي، مسجلة نمواً قوياً 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 جديدًا، تقع في مواقع 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:** يعد الابتكار عنصرًا أساسيًا 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 يضمن 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 وحبوب الإسبريسو لتنوع محفظة القهوة الخاصة بها مع تنوع مجموعة الوجبات الخفيفة الخاصة بها بإضافة الفشار بنكهة لذينة، والمقرمشات، والفول السوداني المغطى، وألواح البروتين، وألواح المكسرات. قدمت شركة **Date Crown** مجموعة من التمور العضوية.

○ **البروتين والأغذية المجمدة:** أطلقت "نبيل" برجر 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.

■ **تقدم 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" المرموقة، حيث حصلت المجموعة على الجائزة الذهبية لأفضل منتج مستدام والجائزة البرونزية لأفضل ممارسة للاقتصاد الدائري. تسلط هذه الجوائز الضوء على قيادة مجموعة أغذية في الاستدامة، ولا سيما كأول شركة مقرها الإمارات تقدم عبوات مياه العين المصنوعة من **rPET** 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 الذكي تحديد وتصنيف الأنواع الرئيسية من التمور التي تستلمها من المزارعين الذين يشكلون شبكة التوريد المحلية الخاصة بها، وذلك بالبناء على الخبرة الواسعة لفريق مجموعة أغذية باعتبارها أكبر معالج للتمور في العالم. سيتطور هذا

³ تفترض الأهداف التوجيهية متوسط سعر الصرف للسنة المالية حتى 40 دولار أمريكي/جنيه مصري (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، قائلاً: "يعكس الأداء القوي لمجموعة أغذية حتى الآن قوة محفظتنا المتنوعة ومبادرات النمو الاستراتيجية، حتى في خضم التحديات العالمية مثل تقلبات العملة والضغوط التضخمية. إن قدرتنا على الموازنة بين الابتكار والكفاءة التشغيلية والاستدامة تضمننا في وضع جيد للتغلب 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 المتنوعة. وبينما نتطلع إلى المستقبل، يظل تركيزنا منصّباً على تسريع النمو في جميع أنحاء المنطقة وتعزيز ريادتنا في الأسواق الرئيسية".

وعلق آلان سميث، الرئيس التنفيذي لمجموعة أغذية، قائلاً: "إننا نحقق خطوات كبيرة في حماية أعمالنا الأساسية، والاستفادة من عمليات الدمج والاستحواذ ذات القيمة المضافة، والاستثمار في الابتكار والقدرات. وتُظهر نتائجنا في الأشهر التسعة الأولى من عام 2024 مرونة مجموعة أغذية التشغيلية وتركيزها الدؤوب على تنفيذ استراتيجيتنا. لقد حققنا نمواً قوياً في الإيرادات وتوسّعاً في الربحية عبر جميع القطاعات، حيث كان 57٪ من نمونا مدفوعاً بالابتكار. وعلى الرغم من التحديات الخارجية، وخاصة في مصر، فقد حافظنا على تحسن قوي في الهامش من خلال مكاسب الكفاءة وإدارة التكاليف الحكيمة. لقد أظهرت فرقنا تركيزاً ومرونة ملحوظين، مما أدى إلى تعزيز النمو المستدام من خلال الاستثمارات الاستراتيجية في علامتنا التجارية وموظفينا، والاستفادة من التأخر، وتعزيز الكفاءة التشغيلية. وأنا فخور بشكل خاص بتقدمنا في أجندة الحوكمة البيئية والاجتماعية والحوكمة 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 وعلى www.adx.ae

-النهاية-

نبذة عن مجموعة "أغذية":

تعدّ مجموعة "أغذية" ش.م.ع التي تتخذ من أبوظبي مقراً لها؛ شركة رائدة في مجال إنتاج الأغذية والمشروبات. وتندرج المجموعة التي تأسست في عام 2004 في سوق أبوظبي للأوراق المالية تحت اسم "أغذية". وتعدّ "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 البناييع الطبيعية "البين"، وفوس، أغذية العين ومنتجات العين التجارية)؛ **الوجبات الخفيفة** (تمور الفوعة، ومخبز وحلويات الفيصل، و"بي.إم.بي"، وأبوعوف)؛ **اللحوم والمنتجات المبردة والمجمدة** (النبيل للصناعات الغذائية، أطياب، والخضروات المجمدة من العين)؛ **الأعمال الزراعية** (المطاحن الكبرى، وأجريفينا).

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