

إيديتا للصناعات الغذائية تعلن نتائج الربع الأول من عام ٢٠١٥

إيرادات إيديتا تسجل ارتفاعاً ملحوظاً خلال الربع الأول، والشركة تواصل التوسع في شبكات التوزيع وإضافة طاقات إنتاجية جديدة في إطار توسعاتها المخططة

المؤشرات الرئيسية | الربع الأول من عام ٢٠١٥

الإيرادات ٥٢٨,٩ مليون جنيه نمو سنوي بمعدل ١٧,٣%	مجمّل الربح ٢٠٢,٦ مليون جنيه نمو سنوي بمعدل ٢٢,٨%
الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA) ١٠٥,٢ مليون جنيه نمو سنوي بمعدل ٠,٨%	صافي الربح بعد خصم الضرائب ٥٩,٥ مليون جنيه نمو سنوي بمعدل ٣,٢%

يستعرض هذا التقرير نتائج الشركة باستخدام المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS). ويمكن الاطلاع على المقارنات مقابل معايير المحاسبة المصرية عبر الاطلاع على قسم التسويات بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

نظرة سريعة | الربع الأول من عام ٢٠١٥

- طرح أسهم إيديتا بالبورصة المصرية، وبدء التداول على أسهم الشركة اعتباراً من ٢ أبريل ٢٠١٥.
- بلغت الإيرادات ٥٢٨,٩ مليون جنيه، وهو نمو بمعدل ١٧,٣% مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤.
- بلغ مجمّل الربح ٢٠٢,٦ مليون جنيه، وهو نمو بمعدل ٢٢,٨% مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤.
- بلغ هامش الربح الإجمالي ٣٨,٣%، مقابل ٣٦,٦% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤.
- بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA) ١٠٥,٢ مليون جنيه، مقابل ١٠٤,٣ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤، وبلغ هامش الأرباح التشغيلية ١٩,٩%، مقابل ٢٣,١% خلال نفس الفترة من العام الماضي.
- بلغ صافي الربح بعد خصم الضرائب ٥٩,٥ مليون جنيه، بزيادة سنوية ٣,٢%، وبلغ هامش صافي الربح ١١,٢% رغم ارتفاع نسبة ضرائب الشركات إلى ٣٠% اعتباراً من النصف الثاني من عام ٢٠١٤.



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

أعلنت اليوم شركة «إديتا للصناعات الغذائية» (كود البورصة المصرية EFID.CA وبورصة لندن EFIDq.L) – الرائدة بصناعة الأغذية الخفيفة في مصر وصاحبة أكبر حصة سوقية في أسواق الكرواسون والكيك المعبأ آليًا – عن النتائج المالية والتشغيلية للفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥، حيث بلغت الإيرادات ٥٢٨,٩ مليون جنيه، وبلغ صافي الربح بعد خصم الضرائب ٥٩,٥ مليون جنيه.

تتضمن المستجدات التشغيلية تنفيذ التوسعات المخططة في مصنع الشركة الكائن بمجمع المطور الصناعي بولاريس في مدينة ٦ أكتوبر (مصنع E07 | مبنى ب)، حيث قامت الشركة بتشغيل خط إنتاج جديد لتصنيع الكيك بطاقة إنتاجية تبلغ ٧٦٠٠ طن سنويًا (بدء التشغيل ٢٢ مارس ٢٠١٥)، إلى جانب تشغيل خط ثان لتصنيع كرواسون بطاقة إنتاجية ٧٢٠٠ طن سنويًا (بدء التشغيل ٣٠ مارس ٢٠١٥).

ورصدت الشركة كذلك ارتفاع الطاقة الإنتاجية بقطاع المقرمشات (بيك رولز) بنسبة ٢٥% مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤، وذلك في ضوء تحديث خط الإنتاج وتنمية قدرات التعبئة والتغليف عبر إضافة ماكينات جديدة.

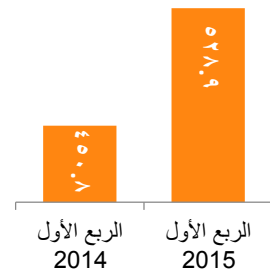
وقامت الشركة خلال الربع الأول أيضًا بإضافة مركزي توزيع جدد بمحافظة دمياط وسوهاج، ليصل بذلك إجمالي مراكز التوزيع إلى ١٨ مركز بمختلف أنحاء الجمهورية.

بدأت شركة إديتا تطبيق النسخة المطورة من نظام تخطيط الموارد البشرية، وهو نظام متكامل لإدارة الموارد ويضم وحدات فرعية لإدارة الأهداف والكوادر، وتخطيط تعاقب الموظفين، وسلسلة الارتقاء الوظيفي.

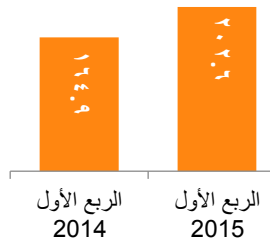
قامت شركة إديتا بعد انتهاء الربع الأول من عام ٢٠١٥ بإبرام اتفاقيتين مع شركة «هوستس براندز LLC»، تمتلك بمقتضاها العلامات الدولية «توينكيز» و«هوهوز» و«تايجر تيل» في ١٢ دولة إضافية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إلى جانب شراء حقوق التصنيع والمعرفة الفنية والتقنية على الساحة الإقليمية لعدد ١١ منتج آخر مملوك لشركة «هوستس براندز». وقامت الشركة بإطلاق منتجها الجديد "تودو" بنكهة البندق خلال مارس ٢٠١٥، ليرتفع إجمالي الوحدات البيعية (SKUs) إلى ٦٨ وحدة بنهاية الربع الأول من عام ٢٠١٥.

ومن ناحية أخرى قامت الشركة بإطلاق وتشغيل خط جديد لإنتاج الكرواسون اعتبارًا من ٢٢ أبريل ٢٠١٥ ليضيف ذلك طاقة إنتاجية جديدة بواقع ١٧,٢ ألف طن سنويًا.

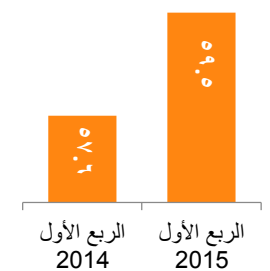
الإيرادات
(مليون جم)



مجموع الربح
(مليون جم)

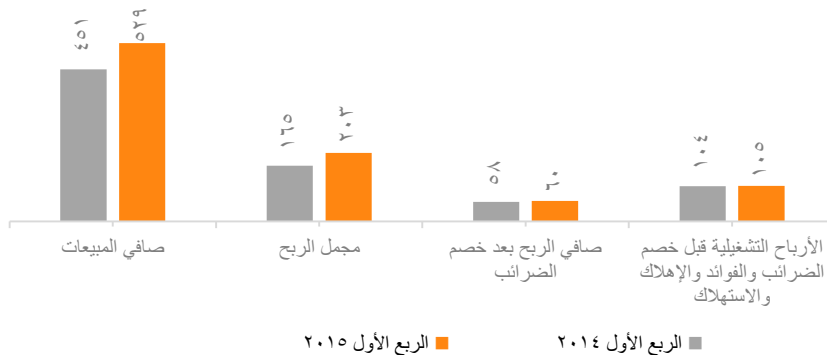


صافي الربح بعد خصم الضرائب
(مليون جم)

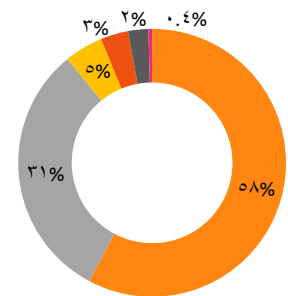


استعراض الأداء المالي | الربع الأول من عام ٢٠١٥

(مليون جم)



توزيع الإيرادات | الربع الأول ٢٠١٤



٢٦٠ مليون جم	الكيك
١٤١ مليون جم	الكرواسون
٢١ مليون جم	المقرمشات
١٥ مليون جم	الويفر
١١ مليون جم	الحلويات
٢ مليون جم	الصادرات

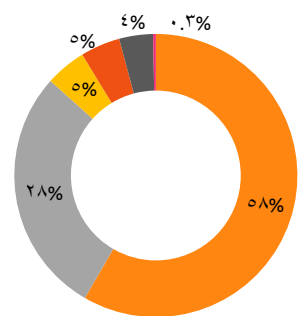
الإيرادات

بلغت الإيرادات ٥٢٩ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، وهو نمو سنوي بمعدل ١٧,٣% مقابل ٤٥١ مليون جنيه خلال نفس الفترة من العام السابق، علمًا بأن جميع منتجات الشركة ساهمت بنسب متفاوتة في نمو الإيرادات خلال الفترة الماضية.

بلغت إيرادات قطاع الكيك ٣٠٩ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، وهو نمو سنوي بمعدل ١٨,٥%. ويعكس ذلك ارتفاع الطاقة التشغيلية عبر وضع خطة إنتاجية أكثر كفاءة، ونمو مبيعات المنتجات الأعلى سعرًا، ومنها منتجات "تودو" و"جامبو هووز". وقد بلغ متوسط سعر الوحدات البيعية بشريحة الكيك ٠,٥٣ جنيه، وهو نمو بمعدل ٣,٩% مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤.

ارتفعت إيرادات قطاع الكرواسون بمعدل سنوي ٥,٧% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، علمًا بأن خطوط إنتاج الكرواسون تعمل هي الأخرى بكامل طاقتها الإنتاجية، وهو ما كان يمثل أبرز معوقات النمو في المرحلة الماضية، غير أن خطط الشركة أثمرت عن زيادة الطاقة الإنتاجية مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤. وقد بلغ متوسط سعر الوحدات البيعية بشريحة الكرواسون ٠,٨٧ جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ١,٢%. وبلغت مساهمة القطاع ٢٨,٣% من إجمالي إيرادات شركة إيديتا خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، مقابل ٣١,٤% خلال نفس الفترة من العام السابق.

توزيع الإيرادات | الربع الأول ٢٠١٥



٣٠٩ مليون جم	الكيك
١٥٠ مليون جم	الكرواسون
٢٥ مليون جم	المقرمشات
٢٤ مليون جم	الويفر
٢٠ مليون جم	الحلويات
٢ مليون جم	الصادرات

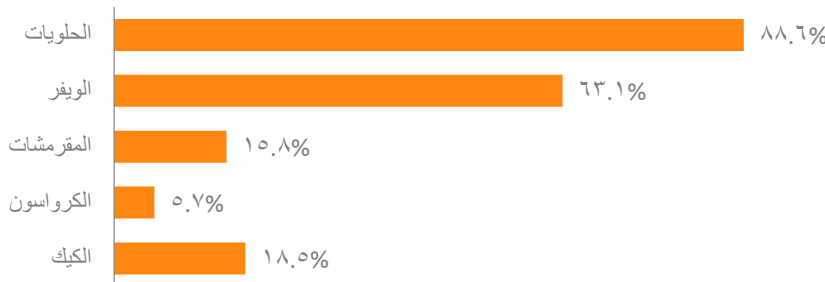


تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

وقد كانت مشكلة الطاقة الإنتاجية أبرز معوقات نمو إيرادات قطاعي الكيك والكرواسون خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، حيث بلغ متوسط الطاقة التشغيلية ١١٠% بمعظم خطوط الإنتاج، غير أن إدارة الشركة تتوقع تحسن أداء تلك القطاعات في ضوء افتتاح ٣ خطوط جديدة بنهاية الربع الأول ومطلع الربع الثاني من العام الجاري.

معدل نمو الإيرادات حسب القطاع | الربع الأول 2015



وأثمرت التحسينات المستمرة وزيادة الطاقة الإنتاجية بخطط إنتاج "بيك رولز" و"بيك ستيكس" عن ارتفاع إيرادات قطاع المقرمشات بمعدل سنوي ١٥,٨%، لتبلغ ٢٥ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، علمًا بأن خطي إنتاج "بيك رولز" و"بيك ستيكس" يعملان بمعدل طاقة تشغيلية ١١٠% و ١٠٥% على التوالي. وبلغت إيرادات قطاع بسكويت الويفر ٢٤ مليون جنيه خلال الربع الأول من العام الحالي، وهو نمو سنوي بمعدل ٦٣,١%.

تضاعفت إيرادات قطاع الحلويات لتبلغ ٢٠ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، ويمثل ذلك ٣,٩% من إجمالي إيرادات الشركة (٢,٤% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤)، وهو ما يعكس زيادة الطاقة التشغيلية بخطط الإنتاج مصحوبًا بارتفاع متوسط سعر الوحدات البيعية بمعدل سنوي ٣١% مقارنة بالربع الأول من العام الماضي ليبلغ ١,١ جنيه للوحدة.

وتجدر الإشارة أيضًا إلى ارتفاع متوسط سعر الوحدات البيعية لمحفظة منتجات الشركة بمعدل سنوي ١,٦% مقارنة بنفس الفترة من العام السابق، حيث بلغ ٠,٦٣ جنيه للوحدة بفضل الجهود المستمرة لتحسين تشكيلة منتجات الشركة مدعومًا بإطلاق وحدات بيعية أكبر حجمًا مع إلغاء المنتجات ذات الربحية الأقل.

تكلفة المبيعات

ارتفعت تكلفة المبيعات بمعدل سنوي ١٤,٢% لتبلغ ٣٢٦,٤ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥. وصاحب ذلك تحسن معدل تكلفة المبيعات إلى الإيرادات ليبلغ ٦١,٧% مقابل ٦٣,٤% خلال الربع الأول من العام الماضي، علمًا بأن نتائج الربع الأول من عام ٢٠١٤ لا تعكس ارتفاع أسعار الطاقة خلال النصف الثاني من عام ٢٠١٤ – الأمر الذي كان له تأثير طفيف على تكلفة المبيعات خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥.

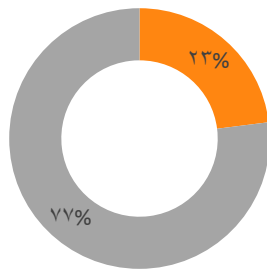
^١ المتوسط المرجح لطاقة التشغيل يحسب على أساس طاقة تشغيلية قصوى قدرها ٢٩٨ يوم بمعدل ٣ فترات عمل يوميًا تبلغ مدة كل منها ٨ ساعات (يمثل ذلك النشاط الإنتاجي على مدار الساعة باستثناء يومي الجمعة والسبت). أما الحالات التي تتجاوز فيها الطاقة التشغيلية ١٠٠% فتعني أن المنشآت الصناعية تعمل لأكثر من ٢٩٨ يومًا في السنة (أو ما يعادل عدد الأيام في كل ربع سنوي).



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

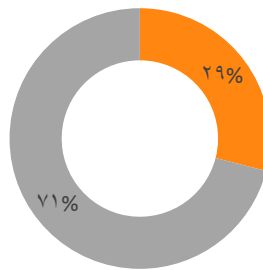
القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

الخامات الرئيسية (المستوردة مقابل المحلية)
الربع الأول ٢٠١٥



مستورد ■ محلي ■

الخامات الرئيسية (المستوردة مقابل المحلية)
الربع الأول ٢٠١٤



مستورد ■ محلي ■

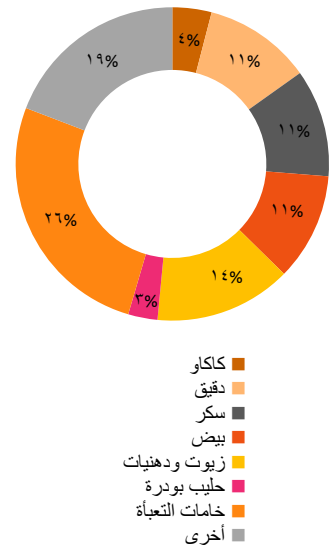
ويرجع الفضل في تحسن تكلفة المبيعات إلى إطلاق وحدات بيعية أكبر حجمًا ذات هامش ربح أفضل، مصحوبًا بجهود إدارة التوريدات للحصول على مدخلات الإنتاج ومواد التعبئة والتغليف بأسعار تنافسية، بالإضافة إلى الاعتماد على بعض الخامات الرئيسية محلية الصنع بدلاً من استيرادها من الخارج، حيث انخفضت نسبة الخامات المستوردة إلى ٢٣% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، مقابل ٢٩% خلال نفس الفترة من العام السابق. وقد نجحت إيديتا في تحسين تكلفة المبيعات عبر الاستفادة من عقود توريد الخامات الرئيسية بأسعار تنافسية من الموردين المحليين والدوليين، كما اتخذت الشركة تدابير جديدة لزيادة الكفاءة والفعالية بالعديد من قطاعات الشركة.

مجمّل الربح^٢

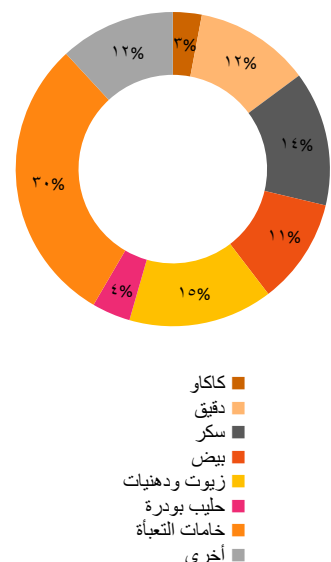
بلغ مجمّل الربح ٢٠٢,٦ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٢,٨%، مصحوبًا بوصول هامش الربح الإجمالي إلى ٣٨,٣% مقابل ٣٦,٦% خلال نفس الفترة من العام الماضي. ويرجع ذلك في الأساس إلى تحسن تشكيلة منتجات الشركة عبر إطلاق وحدات بيعية أكبر حجمًا ذات هامش ربح أفضل مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤.

وقد ارتفع هامش الربح بجميع القطاعات الإنتاجية للشركة بفضل تحسن معدلات الطاقة التشغيلية مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤، وكذلك تقديم منتجات جديدة بهامش ربح أفضل، فضلاً عن التغلب على التحديات الفنية التي واجهت قطاع الحلويات. وجدير بالذكر أن جهود الشركة الرامية إلى تأمين احتياجاتها من الخامات الرئيسية بأسعار تنافسية تجلت في ارتفاع تكلفة المبيعات بمعدل سنوي ١٠% فقط مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٤ مقابل زيادة المبيعات بنسبة ١٧,٣%.

توزيع الخامات الرئيسية
الربع الأول ٢٠١٤



توزيع الخامات الرئيسية
الربع الأول ٢٠١٥



^٢ يعكس مجمّل الربح كل من تكلفة المبيعات وتكلفة الخامات المستخدمة في اختبارات تشغيل خطوط الإنتاج الجديدة (٢٣٦ ألف جنيه) ونفقات التصنيع وتكلفة الإهلاكات.

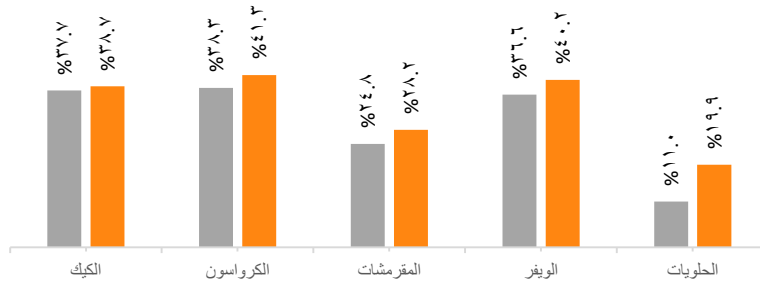
تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

استمرت شريحتي الكيك والكرواسون في التحسن خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، حيث بلغ هامش الربح الإجمالي بشريحة الكيك ٣٨,٧% وهي زيادة طفيفة مقابل ٣٧,٧% خلال نفس الفترة من العام السابق، بينما بلغ هامش الربح الإجمالي بشريحة الكرواسون ٤١,٣% مقابل ٣٨,٣% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤. وفيما يلي استعراض لهامش الربح الإجمالي بجميع القطاعات خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل الربع الأول من عام ٢٠١٤.



هامش الربح الإجمالي | الربع الأول من عام 2015

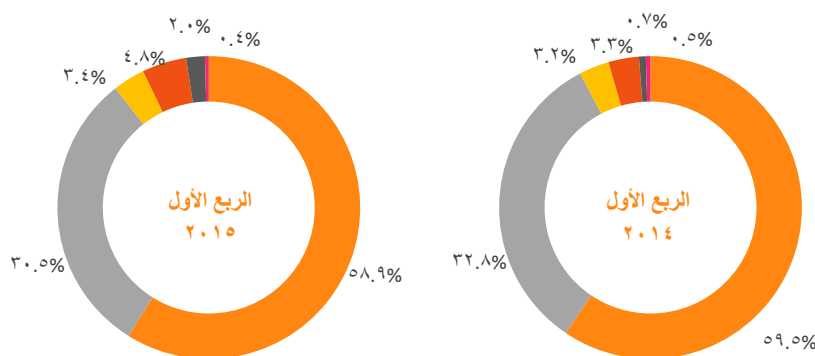


الربع الأول ٢٠١٥

الربع الأول ٢٠١٤

ومثلت قطاعات الكيك والكرواسون النصيب الأكبر من مجمل أرباح الشركة خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، رغم ارتفاع مساهمة القطاعات الأخرى على حسابها، حيث مثلت شريحتي الكيك والكرواسون ٨٩,٤% من مجمل أرباح الشركة (٨٦,٧% من إجمالي الإيرادات) مقابل ٩٢,٣% خلال نفس الفترة من العام السابق (٨٩,٢% من إجمالي الإيرادات). وفيما يلي تحليل مجمل الربح لكل قطاع خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل الربع الأول من عام ٢٠١٤

مساهمة القطاعات الإنتاجية في مجمل الربح



الكيك ■ الكرواسون ■ المقرمشات ■ الويفر ■ الحلويات ■ الصادرات



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

وتجدر الإشارة إلى أن تكلفة المبيعات تضمنت بعض النفقات المرتبطة بالعمليات الصناعية، ومنها أجور العاملين ومصروفات اختبارات التشغيل لثلاثة خطوط إنتاج جديدة (تم تشغيل اثنين منها أواخر الربع الأول من عام ٢٠١٥)، وكذلك المصروفات العمومية والإدارية، علمًا بأن إجمالي توزيعات أرباح العاملين بلغ ٢١,٨ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ١٧,٥ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤.

صافي الربح

بلغ صافي الربح بعد خصم الضرائب ٥٩,٥ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، وهو ارتفاع طفيف مقابل ٥٧,٦ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤، وبلغ هامش صافي الربح ١١,٢% مقابل ١٣,٥% خلال نفس الفترة من العام الماضي.

ويعكس ذلك ارتفاع الضرائب خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، حيث بلغت ٣٤,٥ مليون جنيه، مقابل ٢٥,٥ مليون جنيه خلال نفس الفترة من العام السابق.

الميزانية

ارتفع إجمالي الأصول إلى ١,٧ مليار جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، مقابل ١,٦ مليار جنيه بنهاية عام ٢٠١٤، وتعكس هذه الزيادة نمو الأصول الثابتة بالإضافة إلى التطورات المحققة بالمشروعات تحت التنفيذ، مثل التوسعات بمصنع E07، إلى جانب تشغيل ثلاثة خطوط إنتاج جديدة والتعاقد لإضافة وتشغيل خطي إنتاج بحلول الربع الأخير من العام الجاري. وبلغت الأصول العقارية والأصول الثابتة ٩٢٨,٨ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، مقابل ٨١٨,٤ مليون جنيه بنهاية عام ٢٠١٤، بينما انخفضت المشروعات تحت التنفيذ من ١٩٧,٤ مليون جنيه نهاية العام الماضي إلى ١٤٢,٩ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥.

تضمنت النفقات الرأسمالية خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مبالغ قدرها ٣٥,٤ مليون جنيه لإنشاء (مبنى ب) بمصنع E07، و ١٢,٩ مليون جنيه في صورة دفعات متبقية عن إضافة ثلاثة خطوط إنتاج جديدة، إلى جانب مصروفات الصيانة بقيمة ٢٤,٤ مليون جنيه. انخفضت النقدية وما في حكمها (بما في ذلك أذون الخزانة) إلى ٣١٨,٤ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، علمًا بأنها تمثل ١٨,٩% من إجمالي الميزانية.

بلغ مخزون الشركة ١٣٥,٧ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ١١٢,٥ مليون جنيه بنهاية عام ٢٠١٤، حيث تحرص الشركة على تأمين الخامات المباشرة لتغطية احتياجاتها لمدة ٠,٧٥ شهر من الإنتاج إلى جانب تخزين المنتجات النهائية لتغطية أنشطة التوريد لمدة ٣ أيام علي الأكثر. وارتفعت الأرصدة الدائنة من العمليات التجارية للشركة إلى ١٥,٥٦ مليون جنيه (مبيعات ١٠ أيام)، وهو ما يعكس سياسة الشركة لتحصيل أكثر من ٩٧% من قيمة المبيعات نقدًا. وارتفعت كذلك الأرصدة المدينة من العمليات التجارية لتبلغ ٨٩,٥ مليون جنيه وهو ما يعكس أنشطة المبيعات لمدة ٦٢ يومًا.

ارتفع الجزء المستحق على الالتزامات طويلة الأجل لتبلغ ١٣٦,٧ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ١٢٥,٢ مليون جنيه بنهاية العام الماضي، بينما انخفضت قيمة القروض طويلة الأجل إلى ١٩٦,٣ مليون جنيه، في ضوء التزام الشركة بسداد الأقساط في أوقاتها المحددة.

بلغ إجمالي حقوق الملكية ٨٨٢,٥ مليون جنيه بنهاية الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ٨٢٣,٨ مليون جنيه بنهاية عام ٢٠١٤.



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

التسوية بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية

تتمثل أبرز الاختلافات بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية في أسلوب حساب الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك، حيث يتم معاملة المكاسب والخسائر الناتجة عن فروق أسعار الصرف بطرق مختلفة، وكذلك توزيع أرباح العاملين التي يتم حسابها ضمن مصروفات الشركة باستخدام المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، بينما يتم حسابها ضمن توزيعات الأرباح عند اتباع معايير المحاسبة المصرية، وبالتالي لا يمكن إدراجها ضمن بنود قائمة الدخل. وقد بلغت أرباح العاملين ٢١,٨ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ١٧,٥ مليون جنيه خلال نفس الفترة من العام السابق.

وفيما يلي مقارنة بين القوائم المالية للربع الأول من عام ٢٠١٥ باستخدام معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.



ألف جنيه مصري الربع الأول ٢٠١٥	(معايير المحاسبة المصرية)	إعادة تبويب	(المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية)
صافي المبيعات	٥٢٨,٩٠٢		٥٢٨,٩٠٢
تكلفة المبيعات (بخلاف النفقات الصناعية)	٢٥٩,١٥٩		٢٥٩,١٥٩
النفقات الصناعية	٥٨,٧٨٤	٨,٤٠٦	٦٧,١٨٩
إجمالي تكلفة الإنتاج	٣١٧,٩٤٣		٣٢٦,٣٤٨
مجموع الربح	٢١٠,٩٥٩	(٨,٤٠٦)	٢٠٢,٥٥٣
هامش الربح الإجمالي	٣٩,٩%		٣٨,٣%
مصروفات البيع والتوزيع	٣٩,٨٨٨	٥,٩١٣	٤٥,٨٠٠
مصروفات الدعاية والتسويق	١٩,٦٤٤	٠	١٩,٦٤٤
مصروفات إدارية وعمومية	٣٤,٩٠٤	٧,٥١٣	٤٢,٤١٧
مصروفات تشغيلية أخرى*	٨,٠٥١		٨,٠٥١
أرباح النشاط	١٠٨,٤٧٢	(٢١,٨٣١)	٨٦,٦٤٢
هامش أرباح النشاط	٢٠,٥%		١٦,٤%
مخصصات	١,٢٥٠		١,٢٥٠
صافي الفائدة	(١,٩٧٩)		(١,٩٧٩)
(أرباح) / مصروفات أخرى**	(٦,٦٣٠)		(٦,٦٣٠)
الأرباح قبل خصم الضرائب	١١٥,٨٣٢	(٢١,٨٣١)	٩٤,٠٠١
ضرائب الدخل	٣٤,٥٣٦		٣٤,٥٣٦
صافي الربح بعد خصم الضرائب	٨١,٢٩٥	(٢١,٨٣١)	٥٩,٤٦٥
هامش صافي الربح	١٥,٤%		١١,٢%
الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA)	١٣١,٨٤١	(٢٦,٦٥٢)	١٠٥,١٨٨
هامش الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك	٢٤,٩%		١٩,٩%

* يشمل تكلفة إهلاك الأصول ومنفوعات حقوق الامتياز

** تتضمن (أرباح) / مصروفات أخرى، وعائد بيع الأصول الثابتة، و(أرباح) / خسائر فروق أسعار العملات الأجنبية



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

أبرز مستجدات الأسواق التي تتنافس بها الشركة

رصدت إيديتا نمو جميع القطاعات التي تعمل بها بسوق الأغذية الخفيفة خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقارنة بنفس الفترة من العام السابق. وفيما يلي نبذة سريعة من تقرير وكالة نيلسون لمعدلات نمو القطاعات الرئيسية، والتي تغطي شهري يناير وفبراير فقط لأن تلك التقرير تصدر كل شهرين.

قطاعات محددة بسوق الأغذية الخفيفة في مصر خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥

معدل النمو السنوي المركب (٢٠١٢-٢٠١٤)*	حجم السوق (مليون جم)*	
٧,٤%	١,٠٧٣	التسالي المالحة**
٦,٩%	٢٧٥	الكيك
٥,٩%	٢٧٥	الويفر
٢٢,٤%	١١٧	الكرواسون

* حجم السوق يعكس شهري يناير وفبراير ٢٠١٥
** تمثل المقرمشات ٤,٢% من سوق التسالي المالحة

رصدت الشركة انخفاضًا طفيفًا بحصتها السوقية في سوق الكيك والكرواسون مقارنة بمعدلات عام ٢٠١٤، حيث بلغت ٦٤% و ٦٦% على التوالي، ويرجع ذلك إلى التحديات المرتبطة بتنمية الطاقة الإنتاجية، إلا أن الشركة نجحت في استعادة حصتها السوقية في ضوء إضافة ثلاثة خطوط إنتاج جديدة بنهاية الربع الأول من عام ٢٠١٥. ومن جانب آخر رصدت الشركة نمو حصتها بسوق بسكويت الويفر إلى ٧,٦% لتحتل بذلك المركز الرابع اعتبارًا من نهاية عام ٢٠١٤. وتجدر الإشارة إلى نمو مبيعات الحلويات بشكل ملحوظ مقارنة بنفس الفترة من العام السابق، إلا أن الحصة السوقية للشركة تعكس نتائج عام ٢٠١٤ نظرًا لقيام الشركة بشراء البرامج المتخصصة في قياس حجم السوق وحساب الحصة السوقية للشركة على أساس سنوي.

وفيما يلي عرض للحصة السوقية للشركة بقطاعات سوق الأغذية الخفيفة خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥.



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

المكانة التنافسية لشركة إيديتا للصناعات الغذائية

الترتيب في السوق	الحصة السوقية المطلقة	الحصة السوقية النسبية ١	متوسط السعر (جم / دولار ٢)	العلامات التجارية	الوعي بالعلامة التجارية ٣
#1	%٦٤	مرة ١٤,٥	٠,١٢ / ٠,٨٦		%١٠٠
#1	%٦٦	مرة ٢,٩٦	٠,١٥ / ١,٠٩		%١٠٠
#2	%٣٠	مرة ٠,٤	٠,١٤ / ١,٠٠		%٨٣
#4	%٨	مرة ٠,٣	٠,١٤ / ١,٠٠		%٩٠
#3	%٨	مرة ٠,٤	٠,٢٤ / ١,٨		--

٩١% من إيرادات الربع الأول من عام ٢٠١٥

المصدر: AC Nielsen Retail Audit, IPSOS

[١] الحصة السوقية النسبية تمثل محصلة قسمة حصة شركة إيديتا على حصة أقرب منافسيها في السوق. الحصة السوقية بقطاع الحلويات تمثل نهاية عام ٢٠١٤.

[٢] الدولار = ٧,٥٨ جنيه مصر وفقًا لسعلا الصرف في ٣١ مارس ٢٠١٥ (Bloomberg)

[٣] المصدر: مركز IPSOS -- مؤشر الوعي العام بالعلامة التجارية يهدف إلى قياس مدى دراية الجمهور بالعلامات المختلفة من خلال إجراء الاستطلاعات الرأي المنظمة والتلقائية.

أبرز مستجدات القطاعات التشغيلية

قطاع التسويق

تقوم شركة إيديتا للصناعات الغذائية بتصنيع العديد من المنتجات، يمثل كل منها شريحة سوقية بعينها دون أي تداخل بين العلامات التجارية. وقد ركزت الشركة منذ نشأتها على تصنيع المنتجات عالية الجودة سعياً لترسيخ مكانة كل منها بالسوق. ومن ثم بدأت إدارة التسويق الترويج لشركة إيديتا بين المستهلكين عبر الربط بين اسم الشركة ومنتجاتها الأكثر رواجاً في الأسواق، سعياً لتعزيز ثقة العملاء في العلامات التي تطرحها الشركة أو تعزز طرحها في المستقبل.

وقامت الشركة بإطلاق حملة ترويجية خلال شهر أبريل ٢٠١٥ من خلال الإعلانات الخارجية ووسائل الإعلام الإلكتروني والتلفزيون، إلى جانب استخدام الملصقات الإعلان على شاحنات الشركة، حيث حققت الحملة التسويقية نجاحاً ملحوظاً ولاقت انطباقاً إيجابياً في السوق بين مختلف فئات المستهلكين.

وقد عكست حملة الدعاية قيم الشركة من الإيجابية والتفاؤل وتحقيق النمو، وذلك تحت شعار "ورا كل باب في إيديتا بنحضر للعالم حاجة جديدة ... إيديتا نص الدنيا الحلو"

وعلى صعيد الوعي الاستهلاكي بالعلامات التجارية للشركة، بلغ الوعي بعلامة "مولتو" ١٠٠% وبلغ معدل الولاء للعلامة التجارية ٩٩%، علماً بأن الشركة تقوم بترويج علامة "مولتو" من



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

خلال حملات التسويق الشاملة (التلفزيون والإعلانات الخارجية والإعلانات عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وقريبًا بواسطة ستاند المنتجات الخاص بالشركة في منافذ البيع). كما بلغ الوعي (التلقائي) بعلامة "تودو" ٦٨% وهو نمو سنوي بمعدل الضعف تقريبًا مقارنة بمعدلات الربع الأول من العام السابق، مدعومًا بثقة العملاء في منتجات الكيك الأخرى، وتحديدًا علامات "هوهوز" و"توينكيز"، علمًا بأن الوعي (التلقائي) بهذه العلامات انخفض بصورة طفيفة خلال نفس الفترة. وأثمر نجاح علامة "تودو" بشكل ملحوظ عن وصول الوعي العام بمنتجات الكيك إلى ١٠٠% مصحوبًا بارتفاع الولاء للعلامات التجارية من ٩٤% إلى ٩٦% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥. وارتفع أيضًا الوعي بمنتجات الويفر "فريسكا" إلى ٤٩% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ١٠% خلال نفس الفترة من العام السابق.

ارتفع الوعي (التلقائي) لعلامة "بيك رولز" إلى ٢٤% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ من ٨% خلال نفس الفترة من العام السابق، مصحوبًا بارتفاع الوعي (التلقائي) لعلامة "بيك ستيكس" إلى ١٩% من ٤%، في حين انخفض الوعي العام لعلامة "بيك رولز" وعلامة "بيك ستيكس" من ٩٢% إلى ٨٧% ومن ٨٨% إلى ٧٨% على التوالي، فيما يعكس جهود الشركة لتنمية شريحة محددة من جمهور العملاء عبر استخدام طرق الترويج غير التقليدية التي تركز على وسائل الاتصالات المباشرة والإعلام الرقمي.

وارتفع متوسط السعر الاستهلاكي بمختلف قطاعات الشركة من ٠,٧٨ جنيه للوحدة البيعية خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤ إلى ٠,٨٣ جنيه للوحدة البيعية خلال الربع الأول من العام الجاري، وهو ما يعكس تركيز إدارة البحث والتطوير على تنفيذ استراتيجية الشركة بكفاءة، حيث قامت الإدارة بإلغاء ٥ وحدات بيعية (ثلاث وحدات بيعية لعلامة "تودو"، و"ميني مولتو" ٦ قطع، و"ميدي مولتو") مع ترتيب وإطلاق ٦ وحدات جديدة أكبر حجمًا (نوعين من "تودو"، ونوعين من بسكويت الويفر، ونوعين من منتجات الحلويات).

متوسط السعر الاستهلاكي للوحدة البيعية

جم	الربع الأول ٢٠١٤	الربع الأول ٢٠١٥	التغيير
الكيك	٠,٦٦	٠,٨٦	٣٠,٣%
الكرواسون	١,٠٨	١,٠٩	٠,٩%
المقرمشات	١,٠٠	١,٠٠	-
الويفر	١,٠٠	١,٠٠	-
الحلويات	١,٠٥	١,٨٠	٧١,٤%
متوسط إيديتا	٠,٧٨	٠,٨٣	٦,٤%



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

قطاع المبيعات والتوزيع

بلغت مبيعات الجملة ٣٢٥ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، وهو نمو سنوي بمعدل ٨% مقارنة بنفس الفترة من العام السابق، ومثلت تلك المبيعات ٥٩% من إجمالي إيرادات الشركة مقابل ٦٤% خلال الربع الأول من العام السابق (تمثل حاليًا ٥٨,٦% من المبيعات المحلية مقابل ٦٣,٦% خلال نفس الفترة من العام السابق).

ومن جانب آخر بلغت مبيعات الشركة باستخدام وسائل التجارة التقليدية والتجزئة ١٧٧ مليون جنيه خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٥% مقارنة بنفس الفترة من العام السابق، ومثلت هذه المبيعات ٣٢% من إجمالي إيرادات الشركة صعودًا من ٢٨% خلال الربع الأول من العام السابق.

قامت شركة إيديتا بتصدير منتجاتها إلى ١١ دولة في الشرق الأوسط وأفريقيا، حيث مثلت الأنشطة التصديرية ٦,٢% من إجمالي الإيرادات مقابل ٥,٩% خلال نفس الفترة من العام السابق. ومثلت أكبر خمسة أسواق تصديرية ٨٥% من إجمالي مبيعات التصدير.

ويرجع نمو مبيعات الجملة خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ إلى ارتفاع حجم الشحنات الموردة وقيمة الفاتورة لكل تاجر، بينما ينعكس نمو مبيعات التجزئة في ارتفاع حجم الشحنات الموردة وكذلك زيادة عدد تجار التجزئة خلال الفترة.

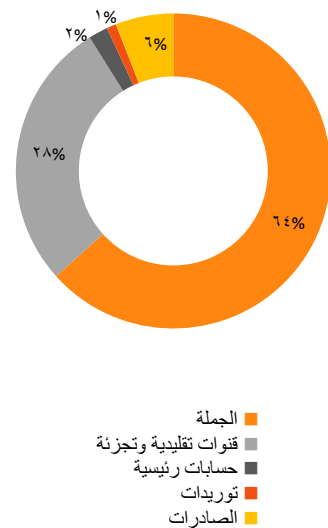
ومن جهة أخرى قامت الشركة بافتتاح مركزين للتوزيع خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، في إطار استراتيجية تنمية قنوات البيع بالتجزئة، إلى جانب العمل على افتتاح ثلاثة مراكز أخرى خلال الربع الثاني. وبلغ عدد مندوبي المبيعات ٤٧٩ موظف خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقابل ٤٤٦ موظف خلال نفس الفترة من العام السابق، مصحوبًا بارتفاع عدد شاحنات التوزيع من ٤٧١ شاحنة خلال الربع الأول من عام ٢٠١٤ إلى ٥٣١ شاحنة خلال الربع الأول من العام الجاري.

قطاع العمليات الصناعية

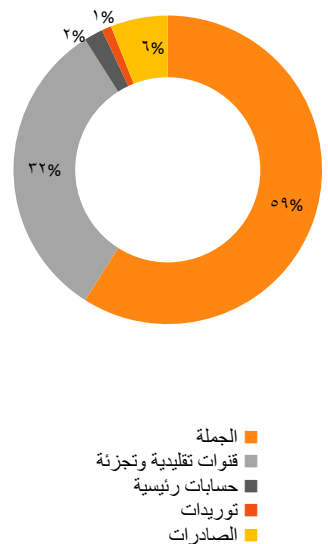
تركزت جهود إدارة العمليات خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ وامتدادًا لمطلع الربع الثاني من عام ٢٠١٥ على تشغيل ثلاثة خطوط إنتاج جديدة دون التأثير بتأخير التوسعات المخططة بمصنع E07، حيث نجحت الشركة في تشغيل خط إنتاج الكيك، والذي بدء بإنتاج "توينكيز" بطاقة ٧٢٠٠ طن سنويًا اعتبارًا من ٢٢ مارس ٢٠١٥، وقامت أيضًا بتشغيل خط ثان لإنتاج الكرواسون بطاقة ٧٦٠٠ طن سنويًا اعتبارًا من ٣٠ مارس ٢٠١٥. وأعقب ذلك إطلاق الخط الثالث لإنتاج الكرواسون بطاقة إنتاجية ١٧,٢ ألف طن سنويًا اعتبارًا من ٢٢ أبريل ٢٠١٥.

ويرجع الفضل في زيادة الطاقة الإنتاجية خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقارنة بنفس الفترة من العام السابق إلى إطلاق خطوط الإنتاج الجديدة بالإضافة إلى التحسينات المستمرة بالخطوط الأخرى، مع العمل على تعزيز كفاءة الخطط الإنتاجية بجميع القطاعات وتحديثًا للمقرمشات وبسكويت الويفر والحلويات، حيث نجحت الشركة في زيادة الطاقة الإنتاجية بمعدلات ٢٥% و ١٠% و ٥٧% على التوالي مقارنة بالربع الأول من العام السابق.

توزيع الإيرادات حسب قنوات التوزيع (الربع الأول ٢٠١٤)



توزيع الإيرادات حسب قنوات التوزيع (الربع الأول ٢٠١٥)



تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣١ مارس ٢٠١٥

القاهرة في ١٣ مايو ٢٠١٥

رصدت الشركة نمو إجمالي حجم الإنتاج (بالطن) بمعدل سنوي ٤٢% خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقارنة بالربع الأول من العام السابق، وهو ما يتوافق مع زيادة عدد العبوات المصنعة بمعدل سنوي ٢٨,٣% في ضوء تركيز الشركة على إنتاج وحدات بيعية أكبر حجمًا مثل الكرواسون، بينما ارتفع عدد العبوات بسكويت الويفر بمعدل سنوي يصل إلى ١٠٠% خلال الربع الأول من العام الجاري.

قطاع الإمداد والتوريد

ركزت إدارة الإمدادات والتوريد على متابعة حركة أسعار السلع والخامات في الأسواق المحلية والعالمية، ونجحت في التعاقد على الخامات المباشرة الرئيسية بأسعار تقل بمتوسط يتراوح بين ٥% و ٧% عن الأسعار المعتادة. وقد شهدت الفترة الأخيرة ارتفاع الأسعار العالمية للكافو بمعدل يقرب من ٢٥%، إلى جانب ارتفاع أسعار السكر المحلي في ضوء تركيز الحكومة المصرية على دعم مصانع تكرير السكر من خلال تطبيق سياسة الضرائب الجديدة على السكر المستورد. وتستبعد الإدارة تأثير تكاليف الشركة بارتفاع الأسعار، حيث تم تأمين احتياجات إيديتا من أغلب الخامات المباشرة من خلال التعاقدات مع مختلف الموردين حتى نهاية العام الجاري.

تحسنت أعمال التخطيط بشكل ملحوظ خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ مقارنة بنفس الفترة من العام السابق، وهو ما أثمر عن تحسن الطاقة الإنتاجية اليومية وارتفاع معدلات الطاقة التشغيلية بخطط الإنتاج، فضلاً عن تأمين احتياجات الشركة من مخزون الخامات المباشرة بما يكفيها لمدة ٠,٧٥ شهر إلى جانب تخزين منتجاتها النهائية لتغطية متطلبات التوريد لمدة ٣ أيام.

وتضمنت أبرز تطورات الأنشطة اللوجيستية خلال الربع الأول من عام ٢٠١٥ نجاح الإدارة في الاستعانة بمصادر خارجية (أطراف أخرى) لنقل جميع السلع الجاهزة من المصنع إلى مراكز التوزيع، فيما يعكس استراتيجية الشركة للاستعانة بمصادر خارجية لتنفيذ عملياتها غير الرئيسية.

أحداث جوهرية بعد نهاية الربع الأول من عام ٢٠١٥

قامت شركة إيديتا للصناعات الغذائية في ١٦ أبريل ٢٠١٥ بإبرام اتفاقيتين مع شركة «هوستس براندز LLC» تمتلك بمقتضاها العلامات الدولية «توينكيز» و«هوهوز» و«تايجر تيل» في ١٢ دولة إضافية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تتضمن المغرب والجزائر وتونس وسوريا ولبنان والعراق والبحرين وعمان والإمارات والكويت وقطر والسعودية، إلى جانب شراء حقوق التصنيع والمعرفة الفنية والتقنية على الساحة الإقليمية لعدد ١١ منتج آخر من منتجات شركة «هوستس براندز» علمًا بأن شركة «إيديتا» لن تمتلك العلامات الخاصة بتلك المنتجات الجديدة.

وتعد الصفقة بمثابة انطلاقة طموحة لاستراتيجية الشركة الهادفة إلى تعظيم المبيعات الإقليمية لعلامات «توينكيز» و«هوهوز» و«تايجر تيل» في بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فضلاً عن تعظيم حصتها في سوق الكيك عبر تقديم المنتجات الجديدة إلى السوق المحلي، إلى جانب توجيه الإنتاج المحلي لأسواق التصدير.

وفي سياق متصل قامت الإدارة التنفيذية للشركة، بعد الحصول على موافقة مجلس الإدارة، بترتيب قرض متوسط الأجل مع بنك كريدي أجريكول مصر بقيمة ١٧٠ مليون جنيه لمدة ٧ سنوات (بما في ذلك فترة سماح). وستستخدم الشركة هذا القرض في تمويل شراء ٢ من خطوط الإنتاج الجديدة المقرر بدء تشغيلها بنهاية العام الجاري.



للاستعلام والتواصل

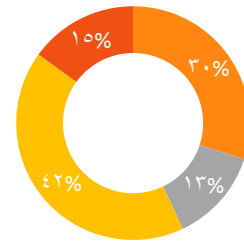
الأستاذة / دينا السنباطي

رئيس علاقات المستثمرين وشئون الشركات

| موبايل: ٢٠١٢ ٢ ٢١٨ ٧٠٥٢ | Dina.sonbaty@edita.com.eg

تليفون: ٢٠٢ ٣٨٥١ ٦٤٦٤

هيكل المساهمين اعتبارًا من
الربع الأول من عام 2015



أسهم حرة التداول
إكسودير ليمبنت
بركو ليمبنت
أفريكا سامبا بي في

شركة إيديتا للصناعات الغذائية

تأسست شركة «إيديتا للصناعات الغذائية» عام ١٩٩٦، وهي شركة رائدة في قطاع الصناعات الغذائية المعبأة الجبّا بالمسوق المصري. تتخصص شركة «إيديتا» في إنتاج وتصنيع وتسويق وتوزيع المخبوزات، بما في ذلك الكيك والكرواسون والرقائق المخبوزة (المصنعة من الدقيق) وبسكويت الويفر وكذلك الحلويات الجافة والطوفي والجبلي والكراميل، حيث تضم محفظة الشركة عددًا من العلامات التجارية المحلية الرائجة مثل «مولتو» و«تودو» و«بيك رولز» و«بيك ستيكس» و«فريسكا» و«ميميكس»، كما تمتلك عددًا من العلامات التجارية الدولية ومنها «توينكيز» و«هوهوز» و«تايجر تيل» في مصر و ١٥ دولية أخرى بالمنطقة، وتمتلك كذلك حقوق التصنيع والمعرفة الفنية والتقنية على الساحة الإقليمية لباقة إضافية من منتجات شركة «هوستس براندز» الدولية. وتحظى شركة «إيديتا» بأكبر حصة سوقية في أسواق الكيك والكرواسون المعبأ الجبّا، وتحل المركز الثاني في سوق الرقائق والمقرمشات المخبوزة مع تعظيم حصتها في شرائح بسكويت الويفر والحلويات. وخلال الربع الأول من عام ٢٠١٥، توزعت مبيعات الشركة بواقع ٩٤% تقريبًا للسوق المحلي مع توجيه قربة ٦% المتبقية لأسواق التصدير في أكثر من ١١ دولة وعلى الأخص الدول العربية المجاورة. لمزيد من المعلومات يرجى زيارة الموقع الإلكتروني ir.edita.com.eg

شاهد الحملة الاعلانية لشركة إيديتا

التصريحات التطلعية:

يحتوى هذا البيان على تصريحات تطلعية. التصريح التطلعي هو أي تصريح لا يتصل بوقائع او احداث تاريخية، و يمكن التعرف عليه عن طريق استخدام مثل العبارات والكلمات الاتية "وفقا للتقديرات"، "تهدف"، "مرتبب"، "تقدر"، "تتحمل"، "تعتقد"، "قد"، "التقديرات"، "تفترض"، "توقعات"، "تعتزم"، "ترى"، "تخطط"، "ممكن"، "منوقع"، "مشروعات"، "ينبغي"، "على علم"، "سوف"، او في كل حالة، ما ينفيها او تعبيرات اخرى مماثلة التي تهدف الى التعرف على التصريح باعتباره تطلعي. هذا ينطبق، على وجه الخصوص، إلى التصريحات التي تتضمن معلومات عن النتائج المالية المستقبلية او الخطط او التوقعات بشأن الأعمال التجارية والإدارة، والنمو أو الربحية والظروف الاقتصادية والتنظيمية العامة في المستقبل وغيرها من المسائل التي تؤثر على شركة إيديتا للصناعات الغذائية ش.م.م. ("الشركة").

التصريحات التطلعية تعكس وجهات النظر الحالية لإدارة الشركة ("الإدارة") على احداث مستقبلية، والتي تقوم على افتراضات الإدارة وتنبؤي على مخاطر معروفة وغير معروفة، ومجهولة وغيرها من العوامل التي قد تؤثر على ان تكون نتائج الشركة الفعلية او اداءها او انجازاتها مختلفا اختلافا ماديا عن أي نتائج في المستقبل، او عن أداء الشركة أو انجازاتها الواردة في هذه التصريحات التطلعية صراحة أو ضمنا. قد يتسبب تحقق أو عدم تحقق هذا الافتراض في اختلاف الحالة المالية الفعلية للشركة أو نتائج عملياتها اختلافا جوهريا عن هذه التصريحات التطلعية، أو عدم توافق التوقعات سواء كانت صريحة أو ضمنية.

تخضع أعمال الشركة لعدد من المخاطر والشكوك التي قد تتسبب في اختلاف التصريح التطلعي أو التقدير أو التنبؤ اختلافا ماديا عن التصريحات التطلعية الواردة في هذا البيان سواء صراحة أو ضمنا. المعلومات والآراء والتصريحات التطلعية الواردة في هذا البيان تعبر فقط عن وقت صدور هذا البيان وتخضع للتغيير دون إخطار. ولا تتعهد الشركة بأي التزام فيما يخص مراجعة أو تحديث أو تأكيد أو الاعلان عن أي تعديلات على أي من التصريحات التطلعية لتعكس الأحداث التي تتم أو الظروف التي تنشأ فيما يتعلق بضمون هذا البيان.

