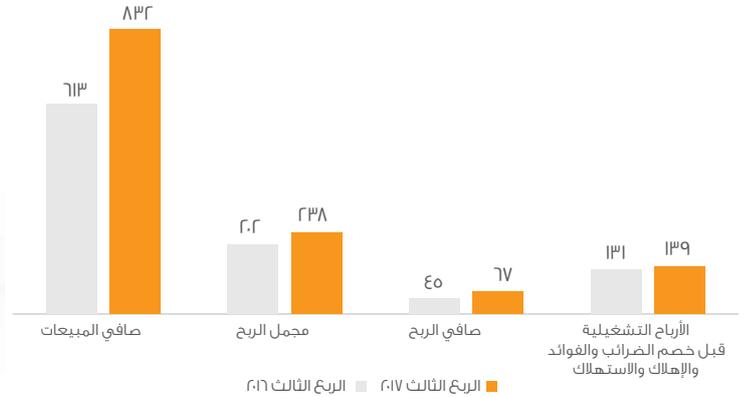


**إيديتا للصناعات الغذائية تعلن نتائج الفترة المالية المنتهية في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧**  
ارتفاع حجم مبيعات مقارنة بالربع الثاني يعكس سرعة استجابة المستهلكين لاستراتيجية تنوع الفئات السعرية، وهو ما أثمر عن نمو الإيرادات بمعدل سنوي ٣٦٪ لتبلغ ٨٣٢ مليون جنيه خلال الربع الثالث من ٢٠١٧، وارتفاع صافي الربح بمعدل سنوي ٤٧٪.

### أبرز المؤشرات المالية | الربع الثالث ٢٠١٧

<p><b>مجمّل الربح</b></p> <p>٢٣٨,١ مليون جنيه نمو سنوي ١٨,٠٪ ▲</p>	<p><b>الإيرادات</b></p> <p>٨٣٢,٢ مليون جنيه نمو سنوي ٣٥,٨٪ ▲</p>
<p><b>صافي الربح</b></p> <p>٦٦,٧ مليون جنيه نمو سنوي ٤٧,٤٪ ▲</p>	<p><b>الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA)</b></p> <p>١٣٩,٤ مليون جنيه نمو سنوي ٦,٦٪ ▲</p>

### مؤشرات الأداء المالي | الربع الثالث ٢٠١٧ (مليون جم)



التغيير (%)	٩ أشهر ٢٠١٧	٩ أشهر ٢٠١٦	التغيير (%)	الربع الثالث ٢٠١٧	الربع الثالث ٢٠١٦	ملخص قائمة الدخل (مليون جم)
٪٢٤,١	٢,٠٨٦,٣	١,٦٨١,٣	٪٣٥,٨	٨٣٢,٢	٦١٣,٠	الإيرادات
٪٥,٧	٦٤٤,٥	٦٠٩,٥	٪١٨,٠	٢٣٨,١	٢٠١,٧	مجمّل الربح
٪٣٠,٩	٪٣٦,٣	٪٣٦,٣	٪٢٨,٦	٪٣٢,٩	٪٣٢,٩	هامش الربح الإجمالي
٪١٩,٠-	٢٧٦,٨	٣٤١,٩	٪٦,٦	١٣٩,٤	١٣٠,٨	الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك
٪١٣,٣	٪٢٠,٣	٪٢٠,٣	٪١٦,٨	٪٢١,٣	٪٢١,٣	هامش الأرباح التشغيلية
٪١١,٨-	١٠٥,٤	١١٩,٥	٪٤٧,٤	٦٦,٧	٤٥,٣	صافي الربح
٪٥,١	٪٧,١	٪٧,١	٪٨,٠	٪٧,٤	٪٧,٤	هامش صافي الربح

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

## نُبذة عن نتائج الفترة المالية المنتهية في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧

أعلنت اليوم شركة إيديتا للصناعات الغذائية (كود البورصة المصرية EFID.CA، وبورصة لندن EFID.L) – الرائدة بصناعة الأغذية الخفيفة المعبأة آلياً في مصر – عن نتائجها المالية والتشغيلية للفترة المالية المنتهية في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧، حيث بلغت الإيرادات ٨٣٢,٢ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٥,٨٪. ونتج عن ذلك نمو صافي الربح بمعدل سنوي ٤٧,٤٪ ليبلغ ٦٦,٧ مليون جنيه نفس الفترة.

وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، بلغت الإيرادات ٢,١ مليار جنيه تقريباً، بزيادة سنوية قدرها ٢٤,١٪، وبلغ صافي الربح ١٠٥,٤ مليون جنيه خلال نفس الفترة.

تعكس نتائج الربع الثالث كفاءة نموذج أعمال الشركة وسرعة استجابتها لتحولات المشهد الاقتصادي خلال الفترة الماضية، وهو ما يتجلى في قدرتها على تجاوز الضغوط التضخمية غير المسبوقة على خلفية برنامج الإصلاحات الهيكلية الذي تتبناه الحكومة المصرية. وقد نجحت إيديتا في تجاوز التحديات الصعبة بفضل التطبيق المبكر لخطة زيادة الأسعار مع التركيز على تحقيق التكافؤ الأمتل بين الفئات السعرية المتنوعة بباقة المنتجات، وهو ما أثمر عن تنمية الإيرادات بمعدلات مستقرة وكذلك دعم الحصة السوقية للشركة من خلال تنويع باقة المنتجات بغرض تعظيم الاستفادة من القطاعات التشغيلية الرئيسية عبر طرح المزيد من المنتجات الابتكارية وأيضاً خدمة قاعدة شاسعة من المستهلكين تضم جميع شرائح السوق وفئات المجتمع.

وترى الإدارة أن المردود الإيجابي لاستراتيجية النمو التي تتبناها إيديتا يعكس بوضوح في المقارنة بين مؤشرات الأداء المالي والتشغيلي لقطاعات الشركة على أساس ربع سنوي، حيث حققت جميعها معدلات نمو قوية خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، علماً بأن زيادات الأسعار كانت هي الدافع الرئيسي لنمو إيرادات الربع الثالث، وذلك في ضوء زيادة متوسط أسعار البيع بنسبة ٥٩,٧٪ مقارنة بنفس الفترة من عام ٢٠١٦. ومن جانب آخر شهد حجم المبيعات نمواً بنسبة ٤١,٠٪ مقارنة بالربع الثاني من العام الجاري، وهو ما تعتبره الإدارة مؤشراً إيجابياً عن مدى استجابة السوق لهيكل الأسعار الجديدة، مصحوباً بمردود إطلاق مجموعة جديدة من المنتجات الابتكارية ذات الفئات السعرية التنافسية.

وتجدر الإشارة إلى أن شركة إيديتا نجحت في تنمية حصتها السوقية بجميع القطاعات التشغيلية، حيث بلغت حصتها السوقية ٥٧,٢٪ في قطاع الكيك، و٤٥,٩٪ في قطاع المقرمشات، و١٠,٦٪ في قطاع الويفر، بينما حافظت على صدارتها في قطاع الحلويات بحصة سوقية ١٧,٨٪، وحافظت على حصتها بسوق الكرواسون عند ٦٠,٤٪، وذلك وفقاً لأحدث البيانات والإحصاءات السوقية منذ بداية العام حتى نهاية أغسطس ٢٠١٧.

كما أحرزت الشركة تطورات ملحوظة في خطة التوسعات على الساحة الإقليمية، حيث ارتفعت مبيعات التصدير بمعدل سنوي ١٠١,٩٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، بينما ارتفعت بنسبة ٩١,٦٪ مقارنة بالربع السابق.

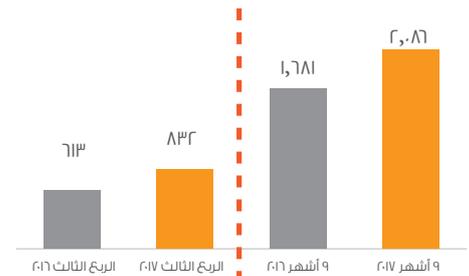
وقد بلغت إيرادات قطاع الكيك ٤٣٥,٥ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٤٣,٤٪، حيث ساهمت زيادة متوسط الأسعار بنسبة ٦٠,٠٪ في تعويض تراجع حجم المبيعات مقارنة بالعام الماضي. وقد بدأ حجم المبيعات في التعافي بشكل ملحوظ ليبلغ معدل التراجع السنوي ٢٠,٤٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ٣٤,١٪ خلال الربع الثاني. أما على أساس ربع سنوي، فقد سجل حجم المبيعات نمواً بنسبة ٣١,٧٪ خلال الربع الثالث من ٢٠١٧ مقارنة بالربع الثاني من نفس العام. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت إيرادات قطاع الكيك ١,١ مليار جنيه وهو نمو سنوي بمعدل ٣٢,٩٪.

وبلغت إيرادات قطاع الكرواسون ٢٧٨,٩ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٢,٤٪، حيث يعكس ذلك زيادة أسعار البيع بمعدل سنوي ٥١,٩٪ مما ساهم في تعويض تراجع حجم المبيعات بنسبة ٣١,٧٪ خلال نفس الفترة، علماً بأن حجم المبيعات خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧ ارتفع بنسبة ٧٧,٨٪ مقارنة بالربع السابق. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت الإيرادات ٥٨٢,٤ مليون جنيه ودون تغيير ملحوظ عن العام الماضي.

وواصل قطاع الويفر أداءه المتميز خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، حيث بلغت الإيرادات ٣٩,١ مليون جنيه بزيادة سنوية ١٢١,٨٪. ويعكس ذلك زيادة متوسط الأسعار بنسبة ١٣٠,٦٪ مصحوباً بنمو حجم المبيعات بمعدل سنوي ٢٠,٩٪. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ تضاعفت الإيرادات لتبلغ ١٢٠,٦ مليون جنيه.



الإيرادات  
(مليون جم)



مجمّل الربح  
(مليون جم، الهامش ٪)



وبلغت إيرادات قطاع المقرمشات ٤٤,٨ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٠,٠٪. ويعكس ذلك المردود الإيجابي لزيادة متوسط الأسعار بنسبة ١٠,٨٪، وهو ما ساهم أيضًا في تعويض تراجع حجم المبيعات بمعدل سنوي ٢١,٦٪ خلال نفس الفترة، علمًا بأن حجم المبيعات ارتفع بنسبة ٣٢,١٪ مقارنةً بالربع الثاني من العام الجاري. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، بلغت الإيرادات ١٥٢,١ مليون جنيه بزيادة سنوية ٢٩,٢٪. ومن ناحية أخرى بلغت إيرادات قطاع الحلويات ٣٣,٣ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٥٣,٣٪. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت إيرادات قطاع الحلويات ١١٠,٩ مليون جنيه، بزيادة سنوية ٦٠,٩٪.

وبلغت تكلفة المبيعات ٥٩٤,١ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٤٤,٥٪ تماشيًا مع نمو الإيرادات خلال الفترة ولكنه يعكس بشكل أساسي أثر الضغوط التضخمية المخيمة على المشهد الاقتصادي في مصر منذ مطلع العام الجاري، حيث أدى تعويم الجنيه خلال نوفمبر ٢٠١٦ إلى الزيادة الملحوظة بتكلفة الخامات المباشرة. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت تكلفة المبيعات ١,٤٤ مليار جنيه، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٣٤,٥٪ مقابل ١,٠٧ مليار جنيه خلال نفس الفترة من العام الماضي.

وبلغ مجمل الربح ٢٣٨,١ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٨,٠٪. وقد عكفت الشركة على تطبيق تدابير خفض المصروفات من أجل احتواء زيادة تكلفة المبيعات خلال الربع الثالث، وبالتالي وصل هامش الربح الإجمالي إلى ٢٨,٦٪ مقابل ٣٢,٩٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٦٤٤,٥ مليون جنيه، بزيادة سنوية ٥,٧٪، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٠,٩٪ خلال نفس الفترة.

ومن جانب آخر بلغت المصروفات العمومية والإدارية ١١٧,٩ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٢,٦٪، ويمثل ذلك ١٤,٢٪ من إجمالي الإيرادات. جدير بالذكر أن مصروفات البيع والتوزيع استحوذت على نصيب الأسد من إجمالي المصروفات العمومية والإدارية، بحصة ٤٩,٤٪. وقد شهدت مصروفات البيع والتوزيع ارتفاعًا سنويًا بمعدل ٢٣,٩٪ ورغم ذلك تراجعت نسبتها من إجمالي الإيرادات لتسجل ٧,٠٪ مقابل ٧,٧٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦. ومن جانب آخر مثلت مصروفات الدعاية والتسويق ١,٣٪ من إجمالي الإيرادات خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧ مقابل ٠,٩٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي، وبلغت حصتها ٥,٦٪ من إجمالي الإيرادات خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ مقابل ٤,١٪ خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٦.

وبلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ١٣٩,٤ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٦,٦٪. وبلغ هامش الأرباح التشغيلية ١٦,٨٪ مقابل ٢١,٣٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ٢٧٦,٨ مليون جنيه، وهو انخفاض سنوي بنسبة ١٩,٠٪، وبلغ هامش الأرباح التشغيلية ١٣,٣٪ خلال نفس الفترة.

وعلى هذه الخلفية نجحت إيديتا في تنمية صافي الربح بمعدل ٤٧,٤٪ ليبلغ ٦٦,٧ مليون جنيه في نهاية الربع الثالث من عام ٢٠١٧. وخلال أول ٩ أشهر من العام الجاري بلغ صافي الربح ١٠٥,٤ مليون جنيه، مقابل ١١٩,٥ مليون جنيه خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦.

وعلى الصعيد التشغيلي افتتحت إيديتا خلال يوليو ٢٠١٧ مصنعها الجديد «E٠٨» مع تشغيل أول خطوط الإنتاج بالمصنع للتوسع في تصنيع منتجات الويفر. وقد ساهم المصنع الجديد في تنمية باقة المنتجات الحالية بتشكيلة إضافية من العوات والنكهات الجديدة، فضلاً عن كونه يضمن للشركة توافر الطاقات الإنتاجية اللازمة لإطلاق المزيد من المنتجات الابتكارية المميزة خلال الفترة المقبلة بهدف تعظيم الاستفادة من القطاعات التشغيلية الرئيسية.

ويعتمد المصنع الجديد على أحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا التصنيع فضلاً عن تبني أفضل المعايير الدولية للجودة والسلامة الغذائية. ومن المتوقع عند اكتمال المصنع أن يضم حوالي ١١ خط إنتاج على إجمالي مساحة بنائية ٣٦ ألف متر مربع. ومن المقرر أن تضم المرحلة الأولى من المصنع ٥ خطوط إنتاج على مساحة بنائية ٢٢ ألف متر مربع، حيث تزامن بدء تشغيل خط الإنتاج الجديد مع إطلاق منتجي ويفر تحت علامة فريسكا، وهما «فريسكا بايتس» و«فريسكا فينجرز».



وفي أكتوبر ٢٠١٧ أعلنت إيديتا عن بدء التشغيل التجاري لثاني خطوط الإنتاج داخل مصنع «E٠٨»، حيث بدأ النشاط الإنتاجي على الخط الجديد مع إطلاق باقة جديدة من منتجات الدونات المغطى بالشوكولاتة تحت علامة «تودو». ويمثل «تودو دونات» أحدث إضافة لباقة المنتجات الجديدة والابتكارية التي تحرص إيديتا على إطلاقها بصفة مستمرة من أجل توظيف مقومات النمو الفريدة التي يتسم بها سوق الأغذية الخفيفة في مصر، علماً بأنه أول منتج من نوعه معبأ آلياً في السوق المصري. وقد تم إطلاق «تودو دونات» في حجمين مختلفين، على أن يتم إضافة عبوات ونكهات وأحجام جديدة لهذا المنتج الجديد خلال الأشهر المقبلة.

### رؤية استراتيجية

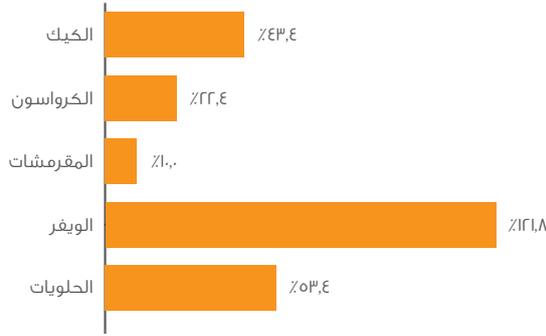
تعكف إيديتا على مواصلة البناء على الإنجازات المحققة خلال الفترة الماضية في ضوء تعافي حجم المبيعات بفضل سلامة الاستراتيجية التي تتبناها الإدارة. وتتطلع الإدارة خلال الفترة القادمة إلى مواصلة العمل على تنمية حجم المبيعات من خلال استحداث وتقديم المنتجات الابتكارية المميزة سعياً لإثعاش الطلب وتعظيم الاستفادة من القطاعات الإنتاجية الرئيسية عبر إطلاق المزيد من المنتجات الابتكارية بهدف تنمية الحصص السوقية للشركة من خلال تنوع باقة المنتجات وتحقيق التكافؤ الأمثل بين الفئات السعرية المتنوعة، وبالتالي تلبية احتياجات قاعدة شاسعة من المستهلكين تضم جميع شرائح السوق وفئات المجتمع.

وتضع الإدارة على رأس أولوياتها تعظيم مؤشرات الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف، في إطار مساعيها الرامية إلى تعظيم معدلات الربحية على المدى البعيد. كما تركز الشركة على التوسع في الأسواق الجديدة التي تتسم بتوافر القاعدة الاستهلاكية الضخمة وتحظى بفرص النمو الواعدة، سعياً لتنمية الإيرادات بالعملة الأجنبية وترسيخ مكانة الشركة في أسواق الأغذية الخفيفة المعبأة آلياً.

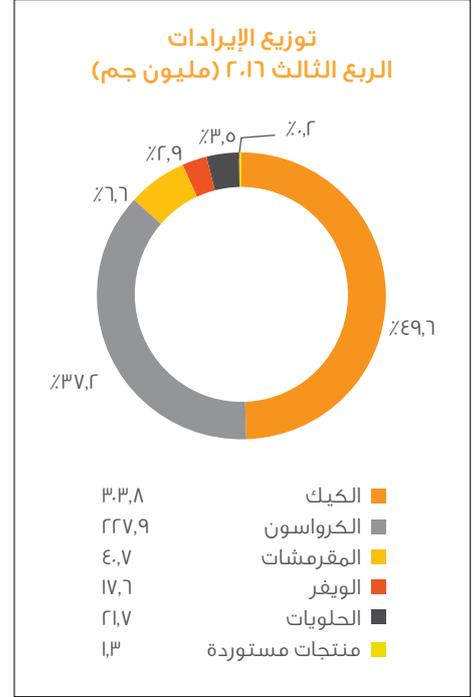
وبالتوازي مع توسعاتها الإقليمية وإطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة، تواصل الشركة تركيزها على تعظيم الاستفادة من شبكة التوزيع سعياً لاستحداث قنوات جديدة لتنمية الإيرادات، وذلك بالإضافة إلى توظيف قوة العلامة التجارية للشركة وترسيخ صدارتها بأسواق الأغذية الخفيفة المعبأة آلياً، بهدف تنمية حصصها السوقية ودراسة سبل تنوع الإيرادات ولاسيما بالعملة الأجنبية. تلك المحاور تمثل الأساس الداعم لاستراتيجية النمو التي تتبناها الشركة بهدف تعظيم العائد الاستثماري للمساهمين على المدى البعيد.



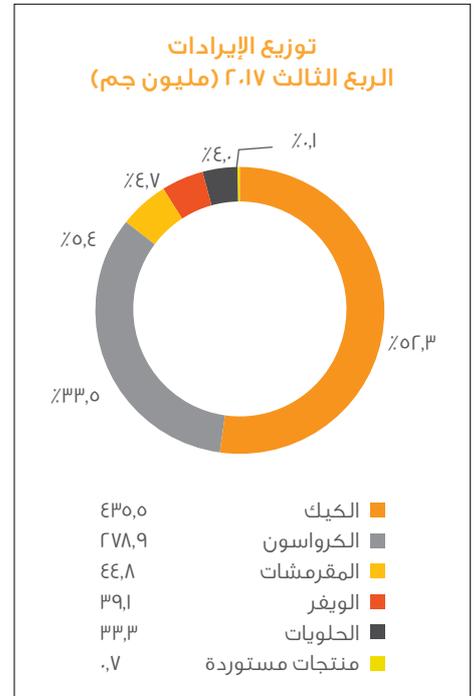
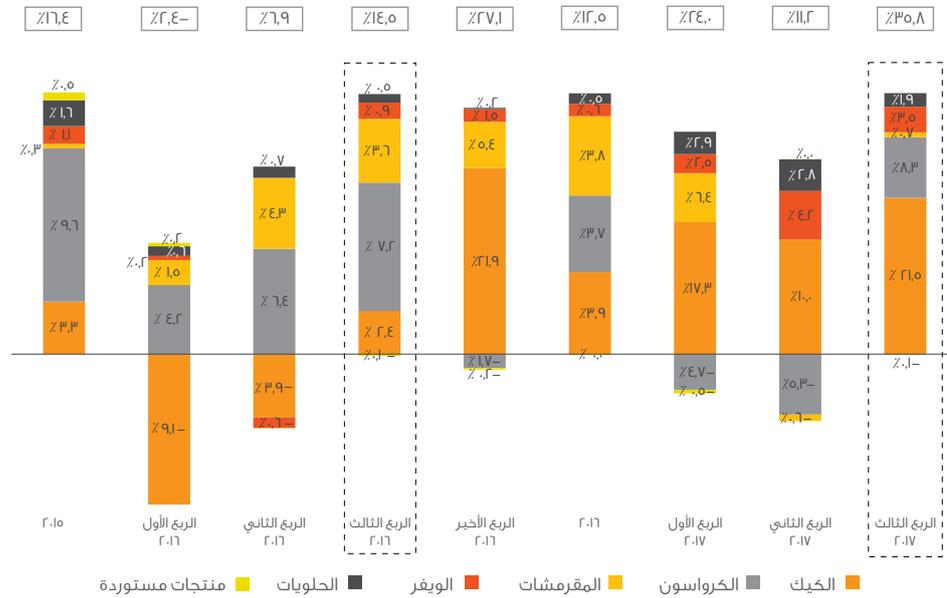
## نظرة عامة على أداء القطاعات التشغيلية معدل نمو الإيرادات | الربع الثالث ٢٠١٧



احتل قطاع الكيك صدارة إيرادات الشركة خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، حيث بلغت مساهمته ٦٠٪ من معدل نمو الإيرادات المجمع، ويليه قطاع الكرواسون بنسبة ٢٣٪ تقريباً، ثم الويفر بنسبة ١٠٪ تقريباً. وقد شهدت إيرادات قطاع الكيك نمواً سنوياً بمعدل ٤٣،٤٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧. وارتفعت أيضاً إيرادات الكرواسون بنسبة ٢٢،٤٪ خلال نفس الفترة مصحوباً بنمو حجم المبيعات بمعدل ٧٧،٨٪ مقارنة بالربع السابق. كما ارتفعت إيرادات قطاع الويفر بمعدل ١٢١،٨٪ في ضوء زيادة الأسعار وكذلك نمو حجم المبيعات، وصاحب ذلك نمو إيرادات قطاع المقرمشات بنسبة ١٠،٠٪ تقريباً وقطاع الحلويات بنسبة ٥٣،٤٪ خلال نفس الفترة. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، ارتفعت الإيرادات المجمع بمعدل سنوي ٢٤،١٪، وهو ما يعكس قوة الأداء التشغيلي لقطاع الكيك الذي استحوذ منفرداً على ٦٨٪ من إجمالي الإيرادات خلال نفس الفترة.



## مساهمة القطاعات التشغيلية في إجمالي الإيرادات



## تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧

القاهرة في ١٢ نوفمبر ٢٠١٧

يعكس نمو الإيرادات زيادة متوسط أسعار البيع بمعدل سنوي ٥٩,٧٪ خلال الربع الثالث. وتجدر الإشارة إلى انخفاض حجم المبيعات بمعدل سنوي ٢٤,٣٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، غير أنه يعد تحسناً ملحوظاً عن الانخفاض البالغ ٤٠,١٪ خلال الربع الثاني و ٣٧,٣٪ خلال الربع الأول من نفس العام. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، بلغ حجم المبيعات ٥٢,٧ ألف طن، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٣,٥٪، وصاحب ذلك ارتفاع متوسط أسعار البيع بنسبة ٧٥,١٪ خلال نفس الفترة.

### متوسط أسعار المصنع

جم	الربع الثالث ٢٠١٦	الربع الثالث ٢٠١٧	التغيير (%)	٩ أشهر ٢٠١٦	٩ أشهر ٢٠١٧	التغيير (%)
الكيك	٠,٧٥	١,١٩	٪٦٠,٠	٠,٧١	١,٢٧	٪٧٩,٣
الكرواسون	٠,٩٣	١,٤١	٪٥١,٩	٠,٩٢	١,٥١	٪٦٣,٩
المقرمشات	٠,٨١	١,٦٨	٪١٠٨,١	٠,٨٢	١,٧٠	٪١٠٧,٥
الويفر	٠,٧٧	١,٧٧	٪١٣٠,٦	٠,٧٦	١,٦٣	٪١١٤,٦
الحلويات	١,٧٠	٢,٠٠	٪١٧,٤	١,٥٦	٢,٠٥	٪٣١,٥
متوسط إيديتا	٠,٨٣	١,٣٣	٪٥٩,٧	٠,٨٠	١,٤١	٪٧٥,١

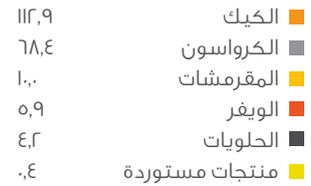
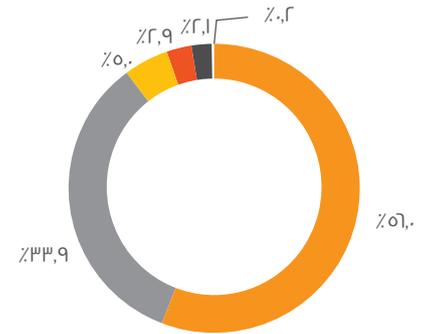
### توزيع الإيرادات وحجم المبيعات

	الربع الثالث ٢٠١٧			الربع الثالث ٢٠١٦		
	حجم المبيعات (ألف طن)	عدد العبوات (مليون)	صافي المبيعات (مليون جم)	حجم المبيعات (ألف طن)	عدد العبوات (مليون)	صافي المبيعات (مليون جم)
الكيك	١١,٠	٣٦٥	٤٣٥	١٣,٨	٤٠٧	٣٠٤
الكرواسون	٧,٩	١٩٨	٢٧٩	١١,٥	٢٤٦	٢٢٨
المقرمشات	١,٤	٢٧	٤٥	١,٧	٥١	٤١
الويفر	٠,٨	٢٢	٣٩	٠,٦	٢٣	١٨
الحلويات	٠,٧	١٧	٣٣	١,٠	١٣	٢٢
منتجات مستوردة	-	٠	١	-	-	١
<b>الإجمالي</b>	<b>٢١,٧</b>	<b>٦٢٨</b>	<b>٨٣٢</b>	<b>٢٨,٧</b>	<b>٧٣٩</b>	<b>٦١٣</b>

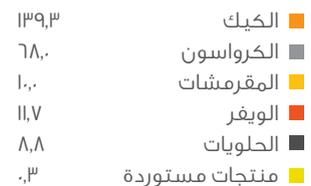
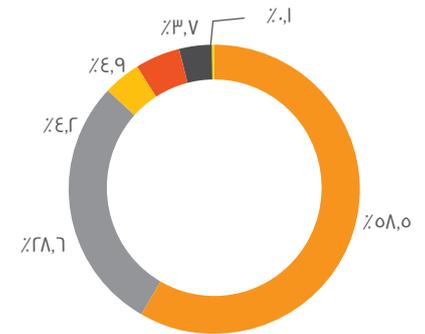
	٩ أشهر ٢٠١٧			٩ أشهر ٢٠١٦		
	حجم المبيعات (ألف طن)	عدد العبوات (مليون)	صافي المبيعات (مليون جم)	حجم المبيعات (ألف طن)	عدد العبوات (مليون)	صافي المبيعات (مليون جم)
الكيك	٢٨,١	٨٧٨	١,١١٧	٣٩,٢	١,١٨٥	٨٤١
الكرواسون	١٦,٣	٣٨٦	٥٨٢	٢٩,٨	٦٣٥	٥٨٥
المقرمشات	٣,٦	٩٠	١٥٢	٥,٠	١٤٤	١١٨
الويفر	٢,٢	٧٤	١٢١	٢,٣	٨٣	٦٣
الحلويات	٢,٥	٥٤	١١١	٣,١	٤٤	٦٩
منتجات مستوردة	-	٠	٣	-	-	٦
<b>الإجمالي</b>	<b>٥٢,٧</b>	<b>١,٤٨٢</b>	<b>٢,٠٨٦</b>	<b>٧٩,٢</b>	<b>٢,٠٩١</b>	<b>١,٦٨١</b>

بلغ مجمل الربح ٢٣٨,١ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٨,٠٪، ووصل هامش الربح الإجمالي إلى ٢٨,٦٪ خلال نفس الفترة. ويرجع يرجع ذلك بصفة رئيسية إلى ارتفاع مجمل الربح لقطاع الكيك بمعدل سنوي ٢٣,٤٪ خلال الربع الثالث، حيث ساهم قطاع الكيك منفرداً بنسبة ٧٣,٠٪ من مجمل نمو أرباح الشركة خلال نفس الفترة. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٦٤٤,٥ مليون جنيه بزيادة سنوية ٥,٧٪، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٠,٩٪ خلال نفس الفترة.

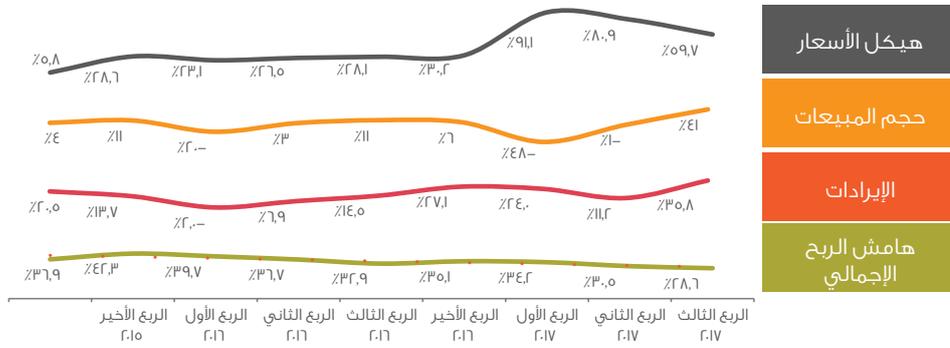
### توزيع مجمل الربح حسب القطاع الربع الثالث ٢٠١٦ (مليون جم)



### توزيع مجمل الربح حسب القطاع الربع الثالث ٢٠١٧ (مليون جم)



## حركة المؤشرات الرئيسية



## الكيك

استحوذ قطاع الكيك على نصيب الأسد من إيرادات الشركة خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، حيث بلغت مساهمته ٤٣٥,٥ مليون جنيه أو ما يعادل ٥٢,٣٪ من إجمالي الإيرادات، وهو نمو سنوي بمعدل ٤٣,٤٪ بفضل زيادة متوسط أسعار الوحدات البيعية بنسبة ٦٠,٠٪ ليبلغ ١,٢ جنيه للعبوة. وبلغ حجم المبيعات ١١,٠ ألف طن خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بمعدل ٢٠,٤٪ ولكنه تحسن بنسبة ٣١,٧٪ مقارنة بالربع السابق - وهو أول تعافي لحجم المبيعات منذ زيادات الأسعار خلال ديسمبر ٢٠١٦. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت إيرادات قطاع الكيك ١,١ مليار جنيه تقريباً بزيادة سنوية ٣٢,٩٪، ويعكس ذلك زيادة متوسط الأسعار بنسبة ٧٩,٣٪.

وتسعى الشركة إلى تنمية المبيعات إلى معدلاتها السابقة عبر مواصلة إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة باستخدام وفورات الطاقة الإنتاجية، إلى جانب العمل على خدمة جميع فئات المستهلكين بفضل تنوع الفئات السعرية لمنتجاتها. وقد واصلت إيديتا احتلال مرتبة الصدارة بسوق الكيك، حيث نجحت في الحفاظ على حصتها السوقية عند ٥٧,٢٪ حتى نهاية أغسطس ٢٠١٧.

وبلغ مجمل الربح بقطاع الكيك ١٣٩,٣ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٣,٤٪ ويعادل ذلك ٥٨,٥٪ من مجمل أرباح الشركة خلال نفس الفترة. وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٢,٠٪ مقابل ٣٧,٢٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٣٨٣,٩ مليون جنيه، بزيادة سنوية ١٢,٧٪، وصاحب ذلك وصول هامش الربح الإجمالي إلى ٣٤,٤٪ خلال نفس الفترة.

## الكرواسون

بلغت إيرادات قطاع الكرواسون ٢٧٨,٩ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٢,٤٪ بعد التراجع بنسبة ١٥٪ تقريباً خلال النصف الأول من العام الجاري. ويعكس نمو الإيرادات زيادة أسعار البيع بمعدل سنوي ٥١,٩٪، فضلاً عن نمو حجم المبيعات بنسبة ٧٧,٨٪ مقارنة بالربع السابق. وقد بلغ حجم المبيعات ٧,٩ ألف طن خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧ مقابل ١١,٥ ألف طن خلال نفس الفترة من العام الماضي. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت الإيرادات ٥٨٢,٤ مليون جنيه ودون تغيير ملحوظ عن العام الماضي.

وقد نجحت الشركة في الحفاظ على حصتها بسوق الكرواسون عند ٦٠,٤٪ خلال أغسطس ٢٠١٧.

بلغ مجمل أرباح قطاع الكرواسون ٦٨,٠ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض طفيف مقابل ٦٨,٤ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦. ويمثل ذلك ٢٨,٦٪ من مجمل أرباح الشركة خلال الربع الثالث، مقابل ١٨,٢٪ خلال الربع السابق. وبلغ هامش الربح الإجمالي ٢٤,٤٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو تحسن بواقع ٣ نقاط مئوية مقابل ٢١,٦٪ خلال الربع الثاني من العام الجاري بفضل زيادة معدلات الطاقة التشغيلية، ولكنه انخفض عن ٣٠٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦، وهو ما يعكس تأثير تعويم الجنيه على زيادة أسعار الخامات المستوردة. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ١٤٢,٠ مليون جنيه، وهو انخفاض سنوي بمعدل ٢٥,٣٪، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٢٤,٤٪ خلال نفس الفترة.

### المقرمشات

مثل قطاع المقرمشات ٥,٤٪ من إجمالي الإيرادات خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧ مقابل ٦,٦٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي. وقد بلغت إيرادات قطاع المقرمشات ٤٤,٨ مليون جنيه خلال الربع الثالث، وهو نمو سنوي بمعدل ١٠,٠٪ وتحسن ملحوظ عن الانخفاض البالغ ٦,٩٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧. ويعكس نمو الإيرادات المردود الإيجابي لزيادة متوسط الأسعار بنسبة ١٠٨,١٪. وقد بلغ حجم المبيعات ١,٤ ألف طن خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو تحسن بنسبة ٣٢,١٪ مقارنة بالربع السابق، ولكنه انخفض سنوي بمعدل ٢١,٦٪. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، بلغت الإيرادات ١٥٢,١ مليون جنيه بزيادة سنوية ٢٩,٢٪. وقد نجحت الشركة في تنمية حصتها بسوق المقرمشات لتبلغ ٤٥,٩٪ حتى أغسطس ٢٠١٧، مقابل ٤١,٠٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦.



وبلغ مجمل الربح ١٠,٠ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧ دون تغيير ملحوظ عن العام الماضي. وانخفض هامش الربح الإجمالي إلى ٢٢,٢٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧ مقابل ٢٤,٥٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦، ولكنه ارتفع بواقع ٥,٥ نقطة مئوية مقارنة بالربع السابق. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٣٧,٢ مليون جنيه بزيادة سنوية ٩,٩٪، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٢٤,٥٪ خلال نفس الفترة.

### الويفر

واصل قطاع الويفر أداءه المتميز خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، حيث بلغت الإيرادات ٣٩,١ مليون جنيه بزيادة سنوية ١٢١,٨٪. ويعكس ذلك زيادة متوسط الأسعار بنسبة ١٣٠,٦٪ مصحوبًا بنمو حجم المبيعات بمعدل سنوي ٢٠,٩٪ ليبلغ ٠,٨ ألف طن. كما يعكس نمو الإيرادات المردود الإيجابي للحملة التسويقية التي أطلقتها الشركة بنهاية الربع الأول من عام ٢٠١٧ لتحديث علامة فريسكا، بالإضافة إلى مردود إطلاق منتجي فريسكا فينجرز وفريسكا بايتس، مما ساهم في دعم أداء القطاع. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ تضاعفت الإيرادات لتبلغ ١٢٠,٦ مليون جنيه، مقابل ٦٢,٩ مليون جنيه خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وقد ارتفعت حصة الشركة بسوق الويفر لتبلغ ١٠,٦٪ خلال أغسطس ٢٠١٧، مقابل ٧,٨٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي.

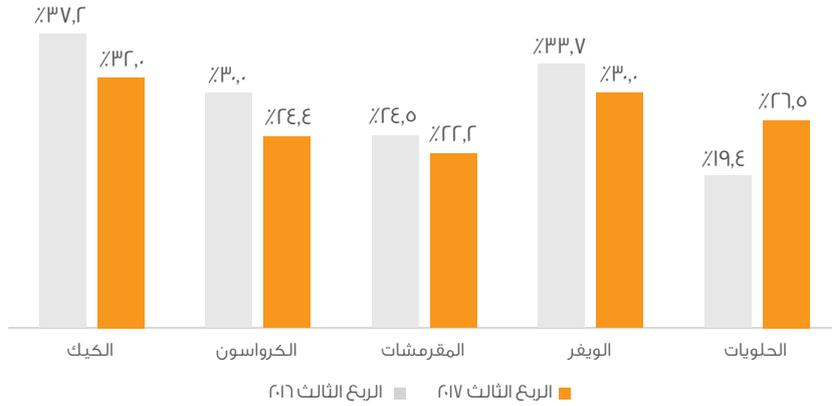
وبلغ مجمل أرباح قطاع الويفر ١١,٧ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٩٨,٠٪. وارتفعت مساهمة القطاع إلى ٤,٩٪ من مجمل أرباح الشركة خلال الربع الثالث مقابل ٢,٩٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٠,٠٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ٣٣,٧٪ خلال العام الماضي. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ ارتفع مجمل الربح بمعدل سنوي ٧٣,٥٪ ليبلغ ٤٣,٦ مليون جنيه، بينما انخفض هامش الربح الإجمالي إلى ٣٦,٢٪ مقابل ٣٩,٩٪ خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٦.

### الحلويات

بلغت إيرادات قطاع الحلويات ٣٣,٣ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٥٣,٤٪ بفضل زيادة متوسط أسعار البيع بنسبة ١٠٦,٤٪ خلال نفس الفترة. وارتفعت مساهمة القطاع إلى ٤,٠٪ من إجمالي الإيرادات خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ٣,٥٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت الإيرادات ١١٠,٩ مليون جنيه، بزيادة سنوية ٦٠,٩٪. وتواصل الشركة ترسيخ ريادتها بسوق الحلويات، حيث ارتفعت حصتها السوقية إلى ١٧,٨٪ خلال أغسطس ٢٠١٧ مقابل ١٢,٢٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي.

وبلغ مجمل الربح ٨,٨ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي ملحوظ بمعدل ١٠٩,٤٪، وارتفع هامش الربح الإجمالي بأكثر من ٧ نقاط مئوية ليبلغ ٢٦,٥٪ خلال نفس الفترة. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٣٦,٨ مليون جنيه بزيادة سنوية ١٠٥,٩٪، وصاحب ذلك نمو هامش الربح الإجمالي إلى ٣٣,١٪ مقابل ٢٥,٩٪ خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٦.

### هامش الربح الإجمالي



### تكلفة المبيعات<sup>١</sup>

بلغت تكلفة المبيعات ٥٩٤,١ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٤٤,٥٪ تماشيًا مع نمو الإيرادات خلال الفترة ولكنه يعكس بشكل أساسي أثر الضغوط التضخمية المخيمة على المشهد الاقتصادي منذ مطلع العام. كما أدى تراجع قيمة الجنيه المصري إلى زيادة تكلفة الخامات المستوردة وكذلك تكلفة مدخلات الإنتاج المحلية التي يدخل في تصنيعها بعض الخامات المستوردة. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت تكلفة المبيعات ١,٤٤ مليار جنيه، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٣٤,٥٪ مقابل ١,٠٧ مليار جنيه خلال نفس الفترة من العام الماضي.

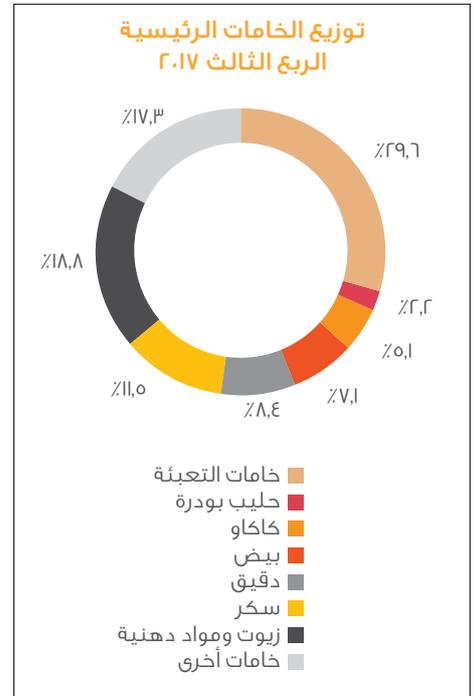
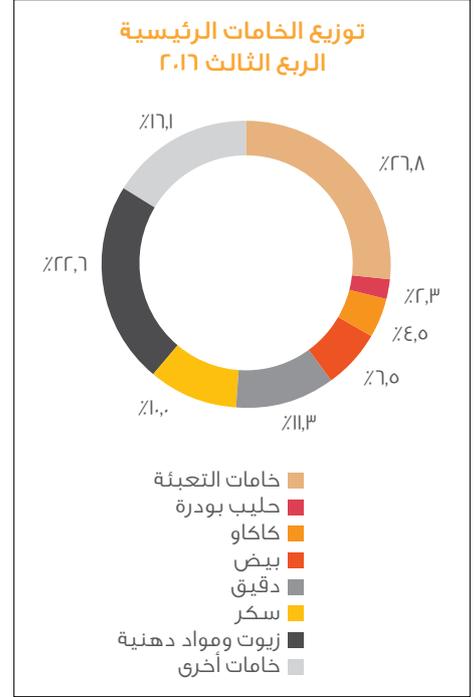
وقد بلغت تكلفة الخامات المباشرة ٤٧٩,٨ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٥٠,٠٪، علمًا بأن الخامات المباشرة تعد المساهم الرئيسي في تكلفة المبيعات بحصة ٨٠,٨٪. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت تكلفة الخامات المباشرة ١,١٣ مليار جنيه بزيادة سنوية ٣٩,٤٪.

وبلغت مصروفات الأنشطة الصناعية ٩٥,٠ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٧,٩٪، علمًا بأن مصروفات الأنشطة الصناعية تعد ثاني أكبر مساهم في تكلفة المبيعات بنسبة ١٦,٠٪. وقد تراجعت نسبة مصروفات الأنشطة الصناعية إلى الإيرادات لتبلغ ١١,٤٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ١٢,١٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي، حيث يعكس ذلك مرونة الشركة في احتواء التغيرات التي تطرأ من وقت لآخر على معدلات الطاقة التشغيلية بخطوط الإنتاج. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت مصروفات الأنشطة الصناعية ٢٥٢,٣ مليون جنيه بزيادة سنوية ٢٠,٤٪، غير أن نسبة مصروفات الأنشطة الصناعية تراجعت إلى ١٢,١٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ١٢,٥٪ خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٦.

### مصروفات تشغيلية أخرى<sup>٢</sup>

تتقسم المصروفات التشغيلية الأخرى إلى ثلاثة مجموعات رئيسية، وهي مصروفات البيع والتوزيع ومصروفات الدعاية والتسويق والمصروفات العمومية والإدارية. وقد بلغ إجمالي المصروفات التشغيلية الأخرى ١١٧,٩ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٢,٦٪، ويمثل ذلك ١٤,٢٪ من إجمالي الإيرادات ودون تغيير عن العام الماضي. وخلال أول تسعة أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت المصروفات التشغيلية الأخرى ٤٢٦,٥ مليون جنيه بزيادة سنوية ٣٣,٥٪.

بلغت مصروفات البيع والتوزيع ٥٨,٣ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٢٣,٩٪. ويمثل ذلك ٤٩,٤٪ من إجمالي المصروفات التشغيلية الأخرى، وبما يعادل ٧,٠٪ من إجمالي إيرادات الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ٧,٧٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت مصروفات البيع والتوزيع ١٦٦,٠ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٤,٥٪ نظرًا للزيادة الدورية في أجور ورواتب الموظفين وكذلك بدلات غلاء المعيشة لتعويض الأثر الناجم عن ارتفاع معدلات التضخم.



(٢) تقسيم المبيعات والمصاريف الإدارية والعمومية مستمد من المعلومات الواردة من إدارة الشركة لضمان الدقة في حساب مصروفات إيدبنا وكيفية انعكاس ذلك على عملياتها.

(١) تقسيم القطاعات مستمد من تقرير إدارة الشركة.

وبلغت المصروفات العمومية والإدارية ٤٨,٦ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٢,٨٪. ويمثل ذلك ٥,٨٪ من إجمالي الإيرادات (٦,٠٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦)، علماً بأن المصروفات العمومية والإدارية كانت ثاني أكبر مساهم في إجمالي المصروفات التشغيلية الأخرى بنسبة ٤١,٢٪. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت المصروفات العمومية والإدارية ١٤٤,٥ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٤,٢٪ مقابل ١١٦,٣ مليون جنيه خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦.

بلغت مصروفات الدعاية والتسويق ١١,٠ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧. وقد مثلت مصروفات الدعاية والتسويق ١,٣٪ من إجمالي الإيرادات خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ٠,٩٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦، غير أنه تراجع ملحوظ مقابل ٩,١٪ خلال الربع السابق منفرداً حيث قامت الإدارة بتوجيه أغلب نفقات الدعاية والتسويق لعام ٢٠١٧ خلال النصف الأول من العام لترويج المنتجات الجديدة عبر الحملات الإعلانية المكثفة، وتتوقع الإدارة أن يتراجع معدل الإنفاق على الدعاية والتسويق خلال الأشهر المتبقية من العام الجاري. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت مصروفات الدعاية والتسويق ١١٦,٠ مليون جنيه، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٦٦,٤٪، ومثلت ٥,٦٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٤,١٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي.

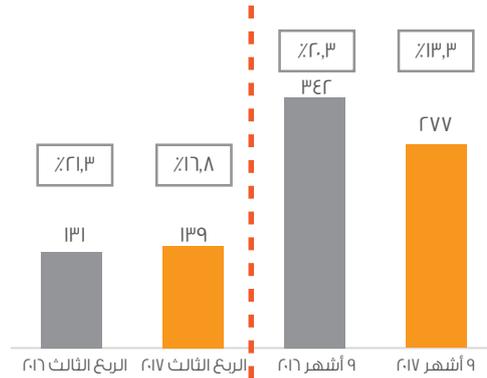


وعلى هذه الخلفية بلغت أرباح النشاط ١٠٥,٠ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، بزيادة سنوية ١٠,٧٪، غير أنها تراجعت بمعدل سنوي ٢٤,٩٪ خلال أول ٩ أشهر من العام لتبلغ ١٨٩,١ مليون جنيه.

### الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك

بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ١٣٩,٤ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٦,٦٪. وبلغ هامش الأرباح التشغيلية ١٦,٨٪ مقابل ٢١,٣٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. ويعكس نمو الأرباح التشغيلية انخفاض نسبة المصروفات التشغيلية من إجمالي الإيرادات نظراً لتراجع مصروفات الدعاية والتسويق إلى معدلاتها الطبيعية. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ٢٧٦,٨ مليون جنيه، وهو انخفاض سنوي بنسبة ١٩,٠٪، ونتج عن ذلك تراجع هامش الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك إلى ١٣,٣٪ مقابل ٢٠,٣٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي.

### معدل نمو الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (مليون جم / الهامش %)



### صافي الربح

بلغ صافي الربح ٦٦,٧ مليون جنيه خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٤٧,٤٪، رغم ارتفاع مصروفات الفائدة بمعدل سنوي ١١٠,٢٪ لتبلغ ٢٩,٥ مليون جنيه متأثراً بالزيادات بالمتتالية بأسعار الفائدة البنكية منذ تعويم الجنيه خلال نوفمبر ٢٠١٦. ويعكس نمو صافي الربح مردود التعافي الملحوظ بحجم المبيعات على أساس ربع سنوي إلى جانب زيادة الكفاءة التشغيلية بجميع قطاعات الشركة. وعلى هذه الخلفية ارتفع هامش صافي الربح إلى ٨,٠٪ مقابل ٧,٤٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ انخفض صافي الربح بمعدل سنوي ١١,٨٪ ليبلغ ١٠٥,٤ مليون جنيه، في حين بلغ هامش صافي الربح ٥,١٪ خلال نفس الفترة.



وفيما يلي مقارنة بين القوائم المالية خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ باستخدام معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

مليون جنيه مصري	معايير المحاسبة المصرية ٩ أشهر ٢٠١٧	إعادة تبويب المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية ٩ أشهر ٢٠١٧
صافي المبيعات	٢,٠٨٦,٣	٢,٠٨٦,٣
تكلفة المبيعات (بخلاف مصروفات الأنشطة الصناعية)	١,١٨٦,٣	١,١٨٦,٣
مصروفات الأنشطة الصناعية	٢٤٢,٩	٦,٧
إجمالي تكلفة المبيعات	١,٤٢٩,١	١,٤٣٥,٨
مجموع الربح	٦٥٤,٠	٦٤٧,٣
هامش الربح الإجمالي	٣١,٣%	٣١,٠%
مصروفات البيع والتوزيع	١٥٩,٩	١١,٢
مصروفات الدعاية والتسويق	١١٦,٠	-
مصروفات عمومية وإدارية	١٣٦,٥	٥,٧
مصروفات تشغيلية أخرى	٢٨,٩	-
أرباح النشاط	٢١٢,٨	(٢٣,٦)
هامش أرباح النشاط	١٠,٢%	٩,١%
الأرباح قبل خصم الضرائب	١٥٣,٧	(٢٣,٦)
ضرائب الدخل	٢٤,٧	-
صافي الربح خصم الضرائب	١٢٩,٠	(٢٣,٦)
هامش صافي الربح بعد خصم الضرائب	٦,٢%	٥,١%
الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA)	٢٨٩,٥	(١٢,٧)
هامش الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك	١٣,٩%	١٣,٣%



## أبرز مستجدات الأسواق التي تنافس بها الشركة

احتفظ قطاع الأغذية الخفيفة المصري بمرونته في مواجهة التحديات الاقتصادية الراهنة وعلى رأسها ارتفاع معدلات التضخم لمستويات غير مسبوقه وتأثير ذلك على القوة الشرائية للمستهلكين. وقد أظهرت أحدث الإحصاءات التي أجرتها وكالة نيلسون لأبحاث التسويق خلال أغسطس ٢٠١٧ نمو حجم سوق الأغذية الخفيفة المصري بمعدل سنوي ١٣,١% ليبلغ ١٠,٦ مليار جنيه، مقابل ٩,٤ مليار جنيه خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. ويعكس ذلك سياسات إعادة التسعير من جانب جميع اللاعبين في السوق.

بلغ حجم سوق الكيك ١,٦ مليار جنيه بنهاية أغسطس ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٧,٠%. وواصلت الشركة احتلال مرتبة الصدارة بسوق الكيك، حيث بلغت حصتها السوقية ٥٧,٢% بفضل التزامها بإطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة في هذا القطاع الحيوي.

وارتفع حجم سوق الكرواسون المعبأ آلياً بمعدل سنوي ٥,٣% ليبلغ ٧٣٥ مليون جنيه خلال أول ٨ أشهر من عام ٢٠١٧ (مقابل ٦٩٨ مليون جنيه بنهاية نفس الفترة من عام ٢٠١٦). وقد انخفضت الحصة السوقية للشركة إلى ٦٠,٤% بنهاية أغسطس ٢٠١٧ مقابل ٧٢,٦% خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦، غير أنها لا تزال عند مستويات مستقرة مقارنة بشهر أبريل ٢٠١٧. وتتوقع الشركة نمو حصتها بسوق الكرواسون خلال الفترة المقبلة، في ضوء نمو حجم المبيعات بنسبة ٧٧,٨% مقارنة بالربع السابق، وذلك بعد تراجعها بشكل ملحوظ إثر قيام الشركة بتمرير زيادتين متتاليتين في الأسعار أواخر عام ٢٠١٦.

ومتثل سوق المقرمشات الشريحة الأسرع نموًا بقطاع الأغذية الخفيفة المصري، حيث بلغ حجمه ٤٧٠ مليون جنيه بنهاية أغسطس ٢٠١٧ بزيادة سنوية ٦٦,١٪، علمًا بأن شريحة المقرمشات تمثل ٧,٣٪ فقط من سوق التسالي المالحة. وقد ارتفعت الحصة السوقية للشركة بهذا القطاع إلى ٤٥,٩٪ خلال أغسطس ٢٠١٧ مقابل ٤١,٠٪ خلال أغسطس ٢٠١٦، وذلك بالتزامن مع مضاعفة الطاقة الإنتاجية لقطاع المقرمشات.

بلغ حجم سوق الويفر ١,٣٧ مليار جنيه بنهاية أغسطس ٢٠١٧، بزيادة سنوية ٨,٨٪. وارتفعت حصة الشركة بسوق الويفر إلى ١٠,٦٪ خلال أغسطس ٢٠١٧ مقابل ٧,٨٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. ومن جانب آخر تراجع حجم سوق الحلويات بمعدل سنوي ٥,٤٪ ليبلغ ٤٠٣ مليون جنيه بنهاية أغسطس ٢٠١٧، وذلك نظرًا لخروج أحد اللاعبين الرئيسيين في سوق الحلويات على نحو مؤقت، غير أن الشركة رصدت نمو حصتها السوقية بهذا القطاع إلى ١٧,٨٪ مقابل ١٢,٢٪ خلال أغسطس ٢٠١٦.



### قطاعات مختارة بسوق الأغذية الخفيفة في مصر

القطاع	٨ أشهر ٢٠١٦ (مليون جم)	٨ أشهر ٢٠١٧ (مليون جم)	التغيير %
الكيك	١,٢٩٣	١,٦٤٢	٢٧,٠٪
الكرواسون	٦٩٨	٧٣٥	٥,٣٪
التسالي المالحة	٥,٦٩٣	٦,٤٥٠	١٣,٣٪
المقرمشات*	٢٨٣	٤٧٠	٦٦,١٪
الويفر	١,٢٥٩	١,٣٧٠	٨,٨٪
الحلويات	٤٢٦	٤٠٣	-٥,٤٪
إجمالي حجم السوق	٩,٣٦٩	١٠,٦٠٠	١٣,١٪

\* تمثل المقرمشات حوالي ٧,٣٪ من سوق التسالي المالحة  
المصدر: AC Nielsen Retail Audits

العلامات	متوسط السعر (جم / دولار)	الحصة السوقية ٨ أشهر ٢٠١٧	الحصة السوقية ٨ أشهر ٢٠١٦	الترتيب في السوق	المنتجات
	٠,٠٩ / ١,٦٠	٥٧,٢٪	٥٧,٦٪	١#	الكيك
	٠,١١ / ١,٨٦	٦٠,٤٪	٧٢,٦٪	١#	الكرواسون
	٠,١٢ / ٢,١٢	٤٥,٩٪	٤١,٠٪	٢#	المقرمشات
	٠,١٢ / ٢,٠٧	١٠,٦٪	٧,٨٪	٣#	الويفر
	٠,٢٢ / ٣,٩١	١٧,٨٪	١٢,٢٪	١#	الحلويات

من ٨٧٪  
إيرادات  
الربع الثالث  
٢٠١٧

المصدر: تقرير AC Nielsen Retail Audit، IPSOS أغسطس ٢٠١٧  
١. الدولار = ١٧,٧٠ جنيه مصري، وفقًا لسعر الصرف في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧ (البنك المركزي المصري).

## قطاع التسويق

ركزت استراتيجية التسويق خلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ على إطلاق حملات الدعاية المكثفة بهدف دعم وترويج المنتجات ركزت استراتيجية التسويق خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ على تنمية معدلات الطلب على المنتجات الجديدة مع ضمان نجاح استراتيجية زيادة الأسعار التي تتبناها الشركة. وتتبلور محاور خطة التسويق التي تتبناها الشركة في تنمية الطلب من جانب التجار والموزعين، وكذلك تنفيذ الأنشطة والحملات الموجهة لزيادة وعي المستهلكين بمنتجات الشركة، بالإضافة إلى إطلاق مجموعة من حملات التسويق على شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من قنوات الدعاية والإعلان التقليدية. وقد انعكس مردود هذه الاستراتيجية في تعزيز العلامة التجارية للشركة وسط استجابة المستهلكين لهيكل الأسعار الجديدة وتأقلمهم مع معالم الواقع الاقتصادي الجديد.

وقد ركزت جهود التسويق خلال الفترة الماضية على دعم وترويج المنتجات الجديدة ومن بينها منتج فريسكا بايتس، وذلك بعد إطلاق حملة تحديث العلامة التجارية لمنتجات فريسكا، والتي أثمرت عن إطلاق منتج فريسكا فينجرز وتقديم نكهات وعبوات جديدة من منتجات فريسكا.

وفي إطار التزام إيديتا بتقديم المنتجات الابتكارية الجديدة لتنمية حجم الطلب وترسيخ ريادتها بقطاع الأغذية الخفيفة المصري، قامت الشركة خلال أكتوبر ٢٠١٧ بإطلاق منتج تودو دونات، وهو أول منتج معبأ ألياً من نوعه في السوق المصري، حيث يتوفر المنتج المعطى بالشوكولاتة في حجمين مختلفين، علماً بأنه سيتم تقديم نكهات إضافية من منتج تودو دونات خلال الأشهر المقبلة.

وتواصل إيديتا نجاحها في إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة التي تلاقي استحسان جمهور المستهلكين بفضل القدرات الهائلة التي يتميز بها قطاع البحث والتطوير باعتباره الركيزة الأساسية لاستراتيجية التسويق التي تتبناها الشركة، والتي تتبلور أهدافها في إطلاق المنتجات الجديدة بالتوازي مع التوسع في أسواق جديدة تحظى بإمكانات نمو واعدة.

## متوسط أسعار الوحدات البيعية

التغيير %	٩ أشهر ٢٠١٧	٩ أشهر ٢٠١٦	
٨٤,٦%	١,٦٨	٠,٩١	الكيك
٦٩,٥%	٢,٠٠	١,١٨	الكرواسون
١٠٢,٩%	٢,١٣	١,٠٥	المقرمشات
١٠٠,٠%	٢,٠٠	١,٠٠	الويفر
٣١,٥%	٣,٩٧	٣,٠٢	الحلويات
٨٢,٧%	١,٩٠	١,٠٤	إجمالي

## قطاع المبيعات والتوزيع

تضع إيديتا على رأس أولوياتها تعظيم الاستفادة من منظومة التوزيع وتحسين كفاءتها عبر تنمية إيرادات البيع بالتجزئة والقنوات التقليدية من أجل الاقتراب قدر المستطاع من السوق ومعرفة التوجهات السائدة، إلى جانب العمل على تنوع الفئات السعرية لمنتجات الشركة بهدف ملائمة احتياجات الشرائح السوقية المختلفة وفقاً للتوزيع الجغرافي وشرائح الدخل لمختلف فئات المستهلكين. وقد بلغ عدد المنافذ التي تعامل بها الشركة بصورة مباشرة ٦٦,٨٥١ مركز بنهاية سبتمبر ٢٠١٧، حيث تقوم الشركة بخدومتهم من خلال ٢١ مركز توزيع و ٥٩٨ شاحنة توزيع، فضلاً عن ١٥٩٧ موظف بفريق المبيعات.

وقد بلغت مبيعات الجملة ١,٠٨ مليار جنيه خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ (٤٥٥,٨ مليون جنيه خلال الربع الثالث ٢٠١٧)، وهو نمو سنوي بمعدل ١٥,٥٪، ويمثل ذلك ٥١,٩٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٥٥,٨٪ خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٦. وبلغت مبيعات التجزئة ٧٦٤,٠ مليون جنيه خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ (٢٧٨,٧ مليون جنيه خلال الربع الثالث ٢٠١٧)، بزيادة سنوية قدرها ٣١,٤٪، وصاحب ذلك ارتفاع مساهمة منافذ التجزئة إلى ٣٦,٦٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٣٤,٦٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وبلغت إيرادات الحسابات الرئيسية ٦٣,٢ مليون جنيه خلال أول

(٣) توزيع الإيرادات حسب قنوات البيع يعكس مجمل المبيعات.

٩ أشهر من عام ٢٠١٧ (٢٢,٥ مليون جنيه خلال الربع الثالث ٢٠١٧)، وهو نمو بمعدل سنوي ٧٢,٨٪، علماً بأن مساهمة التوريدات والحسابات الرئيسية ارتفعت إلى ٤,٢٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٣,٢٪ خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٦.

ومن ناحية أخرى، ارتفعت إيرادات التصدير بمعدل سنوي ٤١,٣٪ لتبلغ ١٥١,٧ مليون جنيه خلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، وهو ما يمثل ٧,٣٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٦,٤٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وخلال الربع الثالث منفرداً سجلت إيرادات التصدير قفزة قوية بمعدل سنوي ١٠١,٩٪ لتبلغ ٦٨,٩ مليون جنيه، حيث مثلت ٨,٣٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٥,٦٪ خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٦.

### قطاع الإمداد والتوريد

تضع إدارة التوريد على رأس أولوياتها تعظيم الكفاءة التشغيلية وتعزيز هيكل التكاليف بجميع القطاعات، وذلك عبر توظيف علاقتها الوطيدة مع قاعدة واسعة ومتنوعة من الموردين في تأمين احتياجات الشركة من الخامات بأسعار تنافسية. وتسعى الإدارة حالياً إلى تقليل الاعتماد على مكونات ومدخلات الإنتاج المستوردة الأخرى بهدف تقليص الاعتماد على العملة الصعبة، وذلك بعد نجاح إدارة البحث والتطوير في تأمين احتياجات الشركة من الدقيق المحلي.

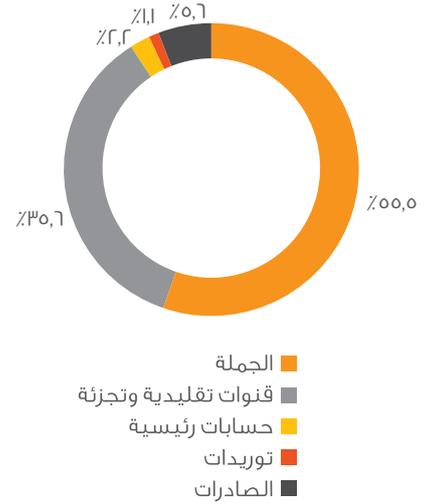
وقد مثلت الخامات المستوردة ٢٠,٠٪ من إجمالي تكاليف الخامات المباشرة خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، مقابل ٢٥٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي. وخلال أول ٩ أشهر من عام ٢٠١٧ مثلت الخامات المستوردة ٢١٪ من إجمالي تكاليف الخامات المباشرة، وهو تحسن ملحوظ مقابل ٢٦٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. ولا تزال المواد الخام تحتل نصيب الأسد من الخامات المباشرة، حيث مثلت منفردة ٧٠,٤٪ من إجمالي تكلفة الخامات المباشرة خلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، في حين مثلت خامات التعبئة والتغليف نسبة ٢٩,٦٪ المتبقية.

### العمليات الصناعية

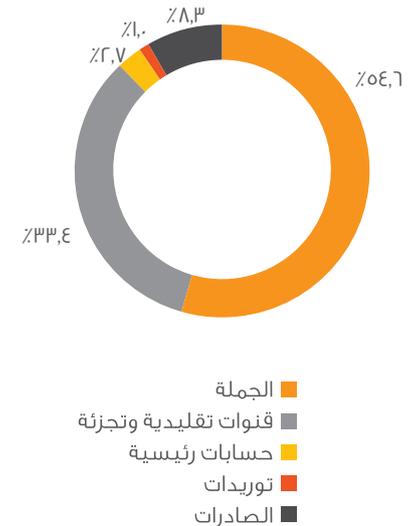
شهد الربع الثالث من عام ٢٠١٧ افتتاح مصنع E٠٨ الجديد مع تشغيل أول خط الإنتاج للتوسع في أسواق الويفر خلال يوليو ٢٠١٧، حيث تم تقديم منتجين جديدين من الويفر وهما فريسكا فينجرز وفريسكا بايتس. وفي أكتوبر ٢٠١٧ بدأت إيديتا التشغيل التجاري لثاني خطوط الإنتاج داخل مصنع «E٠٨»، حيث بدأ النشاط الإنتاجي على الخط الجديد مع إطلاق باقة جديدة من منتجات الدونات المغطى بالشوكولاتة تحت علامة «تودو». ويمثل «تودو دونات» أحدث إضافة لباقة المنتجات الجديدة، علماً بأنه أول منتج من نوعه معبأ آلياً في السوق المصري. وتجدر الإشارة إلى أن خط الإنتاج الجديد يحظى بطاقة إنتاجية ٤,٩ ألف طن سنوياً. ويقوم الخط الجديد بإنتاج وحدتين بيعيتين من علامة تودو دونات، علماً بأنه من المقرر تقديم وحدتين إضافيتين خلال الأشهر المقبلة.

وسوف يعزز المصنع الجديد من قدرة الشركة على التوسع بباقة المنتجات عبر تقديم وحدات بيعية جديدة من تشكيلة المنتجات الحالية. كما تعكف الشركة على توظيف الخبرات الهائلة التي يتميز بها قطاع البحث والتطوير مع توظيف مركز البحث والتطوير التابع للشركة في إطلاق المنتجات الابتكارية المتنوعة، في إطار استراتيجية إيديتا لتقديم منتجات جديدة كلياً بقطاع الأغذية الخفيفة المعبأة آلياً.

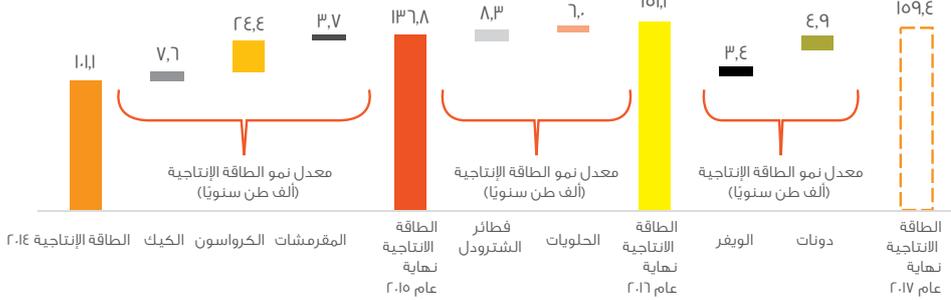
### توزيع الإيرادات حسب قنوات التوزيع الربع الثالث ٢٠١٦



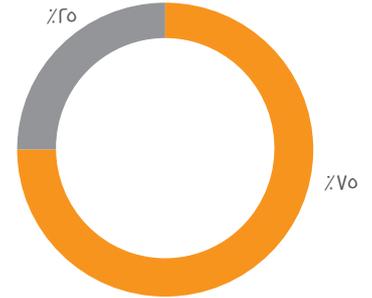
### توزيع الإيرادات حسب قنوات التوزيع الربع الثالث ٢٠١٧



### معدل نمو الطاقة الإنتاجية خلال الفترة من عام ٢٠١٤ - ٢٠١٧



### الخامات المباشرة الربع الثالث ٢٠١٦



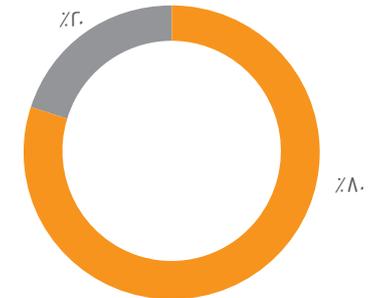
### الموارد البشرية

تحرص الشركة على الارتقاء بفريق العمل الذي يضم ٥٧٠٨ موظف، وهو ما ينعكس في اقتصار معدل دوران العمالة والموظفين على ١,٤٪ خلال أو ٩ أشهر من عام ٢٠١٧، حيث يعد ذلك شهادة على التزام الشركة بتتمية فريق العمل ولليل واضح على مستوى رضاء وقناعة الموظفين.

وتواصل الشركة إطلاق البرامج التدريبية للموظفين انطلاقًا من التزامها بالارتقاء بفريق العمل وتطوير مهاراتهم مع ضمان أعلى مستويات الجودة بجميع الإدارات والقطاعات التشغيلية، حيث شهدت الفترة الأخيرة إتمام الدورة الأولى من برنامج التدريب الأكاديمي لمعايير الجودة الدولية، ونجح المستفيدون في تقديم مشروعات مختلفة تركيزًا على ضمان جودة المنتجات وتحسين معدلات الطاقة الإنتاجية بخطوط الإنتاج.

ومن جانب آخر انضمت إيديتا إلى برنامج التدقيق التشاركي في المساواة بين الجنسين، وذلك بعد اكتسابها عضوية مبادرة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة خلال يوليو ٢٠١٧، حيث يهدف البرنامج إلى مراقبة مدى اهتمام الشركة بالمساواة بين الجنسين ومبدأ تكافؤ الفرص، إلى جانب تقييم الممارسات الداخلية وأنظمة الدعم المتبعة لتحقيق ذلك. ومن المقرر إطلاق البرنامج خلال نوفمبر ٢٠١٧ بالاشتراك بين منظمة العمل الدولية والشبكة المصرية لمبادرة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة.

### الخامات المباشرة الربع الثالث ٢٠١٧



(٤) الطاقة التشغيلية تعكس حجم الإنتاج المتوقع وقت شراء خط الإنتاج، ولكن الطاقة التشغيلية الفعلية قد تختلف حسب التغيرات التي تطرأ من وقت لآخر على متوسط وزن الوحدة الإنتاجية.



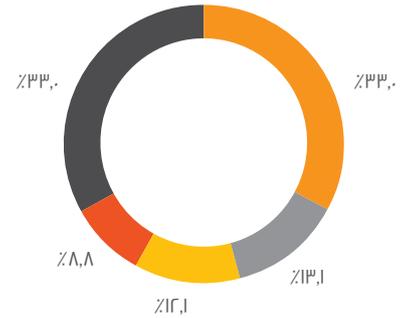
## تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧

القاهرة في ١٢ نوفمبر ٢٠١٧

### شركة إيديتا للصناعات الغذائية

تأسست شركة «إيديتا للصناعات الغذائية» عام ١٩٩٦، وهي شركة رائدة في قطاع الصناعات الغذائية المعبأة آلياً بالسوق 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 والجيلي 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 نيل» في مصر وليبيا والأردن وفلسطين والمغرب والجزائر وتونس وسوريا ولبنان والعراق والبحرين وعمان والإمارات والكويت وقطر والسعودية، وتمتلك كذلك حقوق التصنيع والمعرفة الفنية والتقنية على الساحة الإقليمية لباقة إضافية تضم ١١ منتج من منتجات شركة «هوستس براندز» الدولية. وتحظى شركة «إيديتا» بأكبر حصة سوقية في أسواق الكيك والكرواسون المعبأ آلياً، وتحتل المركز الثاني في سوق الرقائق والمقرمشات المخبوزة مع تعظيم حصتها في شرائح بسكويت الويفر والحلويات. وخلال الربع الثالث من عام ٢٠١٧، توزعت مبيعات الشركة بواقع ٩٢٪ تقريباً للسوق المحلي مع توجيهه قرابة ٨٪ المتبقية لأسواق التصدير وعلى الأخص في الدول العربية المجاورة. لمزيد من المعلومات يرجى زيارة الموقع الإلكتروني: [ir.edita.com.eg](http://ir.edita.com.eg)

### هيكل المساهمين اعتبارًا من ٣٠ سبتمبر ٢٠١٧



- كوانتم إنفست بي في
- إكسودير ليميتد
- صندوق كينجزواي
- بيركو ليميتد
- أسهم حرة التداول

### التصريحات التطلعية:

يحتوي هذا البيان على تصريحات تطلعية. التصريح التطلعي هو أي تصريح لا يتصل بوقائع أو أحداث تاريخية، و يمكن التعرف عليه عن طريق استخدام مثل العبارات والكلمات الاتية «وفقا للتقديرات»، «تهدف»، «مرتبب»، «نقدر»، «نتحمل»، «نتعهد»، «قد»، «التقديرات»، «تفترض»، «توقعات»، «تتقدم»، «تري»، «تخطط»، «ممكن»، «متوقع»، «مشروعات»، «ينبغي»، «على علم»، «سوف»، أو في كل حالة، ما يفهمها أو تعبيرات أخرى مماثلة التي تهدف إلى التعرف على التصريح باعتباره تطلعي. هذا ينطبق، على وجه الخصوص، إلى التصريحات التي تتضمن معلومات عن النتائج المالية المستقبلية أو الخطط أو 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 أحداث مستقبلية، والتي تقوم على افتراضات الإدارة وتتطوي على مخاطر معروفة وغير معروفة، ومجهولة وغيرها من العوامل التي قد تؤثر على أن تكون نتائج الشركة الفعلية أو أداءها أو إنجازاتها مختلفا اختلافا ماديا عن أي نتائج في المستقبل، أو عن أداء الشركة أو إنجازاتها 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. و لا 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 بمضمون هذا البيان.

### للاستعلام والتواصل

الأستاذة / منة شمس الدين  
رئيس علاقات المستثمرين وتطوير الأعمال

تليفون: +٢٠٢ ٣٨٥١ ٦٤٦٤  
موبايل: +٢٠١٠ ٠ ١٥٤ ٢٤٢٨  
[menna.shamseldin@edita.com.eg](mailto:menna.shamseldin@edita.com.eg)

الأستاذة / ياسمين غُبريال  
مسئول علاقات المستثمرين

تليفون: +٢٠٢ ٣٨٥١ ٦٤٦٤  
موبايل: +٢٠١٢ ٢ ٧٥٦ ٣٩٣٥  
[yasmine.ghobrial@edita.com.eg](mailto:yasmine.ghobrial@edita.com.eg)

