



2 اغسطس 2021

السادة:

الأستاذة / هبة الصرفي
الاستاذ / شريف عباس
إدارة الإفصاح – البورصة المصرية

تحية طيبة وبعد ...،

مرفق طية المستندات المطلوبة للإفصاح عن الربع الثاني المنتهى في 30 يونيو 2021 لشركة ايديتا للصناعات الغذائية

ش.م.م. وهي كالتالي:

1. القوائم المالية المنفصلة (Standalone) الفحص المحدود عن الربع الثاني المنتهى في 30 يونيو 2021 متضمنة تقرير السيد مراقب الحسابات وجميع الإيضاحات المتممة لها.
 2. القوائم المالية المجمعة (Consolidated) الفحص المحدود عن الربع الثاني المنتهى في 30 يونيو 2021 متضمنة تقرير السيد مراقب الحسابات وجميع الإيضاحات المتممة لها.
 3. ملخص قرارات اجتماع مجلس الإدارة المنعقد يوم الاثنين 2 اغسطس 2021
 4. ملخص تقرير مجلس الإدارة عن الربع الثاني المنتهى في 30 يونيو 2021
- وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،

منة الله شمس الدين
رئيس قسم
علاقات المستثمرين وشئون الشركات

منة شمس الدين





إيديتا للصناعات الغذائية تعلن نتائج الفترة المالية المنتهية في 30 يونيو 2021

إيديتا تنجح في تحقيق نتائج قوية خلال النصف الأول من عام 2021، في ضوء نمو الإيرادات بمعدل سنوي 33.7% لتسجل 2.3 مليار جنيه تقريباً، وارتفاع صافي الربح بشكل ملحوظ بنسبة سنوية 110% ليسجل 196.9 مليون جنيه، مما يعكس المردود الإيجابي لنمو الكميات المباعة بمعدلات تتجاوز مستويات ما قبل أزمة (كوفيد - 19)

نُبذة عن نتائج الفترة المالية المنتهية في 30 يونيو 2021

أعلنت اليوم شركة «إيديتا للصناعات الغذائية» (كود البورصة المصرية EFID.CA وبورصة لندن EFID.L) – الرائدة بصناعة الأغذية الخفيفة المعبأة آلياً في مصر – عن النتائج المالية والتشغيلية للفترة المالية المنتهية في 30 يونيو 2021، حيث بلغت الإيرادات 2,317.1 مليون جنيه، بمعدل نمو سنوي 33.7% خلال النصف الأول من عام 2021؛ مما أثمر عن ارتفاع صافي الربح بنسبة سنوية 110% ليسجل 196.9 مليون جنيه خلال نفس الفترة، مصحوباً بوصول هامش صافي الربح إلى 8.5%.

وتعكس النتائج القوية التي حققتها الشركة مردود ارتفاع الكميات المباعة وزيادة أسعار البيع، في ضوء التحسن المستمر لمعدلات الطلب على منتجات الشركة بالتزامن مع التعافي القوي للأنشطة الاقتصادية. وعلى هذه الخلفية؛ ارتفعت الكميات المباعة بنسبة سنوية 17.0% خلال النصف الأول من عام 2021، بفضل استمرار معدلات الطلب القوية على منتجات قطاعات الكيك والمخبوزات والويفر، مدعومةً بالمنتجات الابتكارية الجديدة التي نجحت الشركة في إطلاقها خلال العام السابق. كما ارتفع متوسط أسعار البيع بمعدل سنوي 14.3% إلى 1.77 جنيه للعبوة خلال نفس الفترة، حيث يعكس ذلك مواصلة تنفيذ استراتيجية الشركة لتنويع باقة منتجاتها بهدف تزويد المستهلكين بمنتجات ابتكارية أعلى سعراً وقيمةً.

الجدير بالذكر أن نتائج النصف الأول من عام 2021 تجاوزت مستويات الأداء مقارنة بالنصف الأول من عام 2019 قبل ظهور فيروس (كوفيد-19) وتداعياته السلبية. فقد ارتفعت الكميات المباعة بنسبة 4.7% خلال النصف الأول من عام 2021 مقارنة بنفس الفترة من عام 2019، كما ارتفع متوسط أسعار البيع بنسبة 20.0% خلال النصف الأول من عام 2021، مقارنة بالنصف الأول من عام 2019، وهو ما يؤكد التعافي الملحوظ التي تشهده الشركة. وعلى هذه الخلفية، ارتفعت إيرادات الشركة بنسبة 25.6% خلال النصف الأول من عام 2021، مقارنة بنفس الفترة من عام 2019. ويرجع ذلك إلى نمو معدلات الاستهلاك بشكل ملحوظ وعودة الأنشطة الاقتصادية إلى طبيعتها بالتزامن مع تخفيف القيود المتعلقة بانتشار فيروس (كوفيد - 19) خلال النصف الثاني من العام السابق، فضلاً عن القدرة التنافسية والابتكارية التي تنفرد بها الشركة والتي أثمرت عن نمو حصتها السوقية بجميع أسواقها الرئيسية.

بلغ مجمل الربح 746.4 مليون جنيه خلال النصف الأول من عام 2021 بزيادة سنوية قدرها 27.5%، مدعوماً بنمو الإيرادات، بينما بلغ هامش مجمل الربح 32.2% مقابل 33.8% خلال نفس الفترة من العام السابق.

سجل صافي الربح 196.9 مليون جنيه خلال النصف الأول من عام 2021، مقابل 93.8 مليون جنيه خلال نفس الفترة من العام السابق، علماً بأن هامش صافي الربح سجل 8.5% خلال النصف الأول من عام 2021 مقابل 5.4% خلال نفس الفترة من العام السابق.



أبرز التطورات التشغيلية

إطلاق منتجات جديدة وضح استثمارات أخرى

واصلت إيديتا خلال النصف الأول من عام 2021 التوسع بتشكيلة منتجاتها عبر إطلاق منتجات ابتكارية جديدة كلياً وأحجام أكبر من منتجاتها الحالية سعياً إلى تلبية مختلف أذواق وتطلعات المستهلكين. وعلى هذه الخلفية، أطلقت الشركة منتج «مولتو ميني ماجنم» الجديد في شهر يناير لتعزيز الاستفادة من الإقبال المتزايد على منتج «مولتو ماجنم»، حيث يتوفر المنتج الجديد بنكهتي الشوكولاتة مع عجينة البندق، والمربي بطعم تشيز كيك الفراولة بسعر 5 جنيه للعبوة. كما قامت الشركة في شهر فبراير بإطلاق منتج «فرسكا بلوك» الجديد، وهو ويفر بار مغطى بطبقتين من الشوكولاتة، ويتوفر في ثلاث نكهات بسعر 3 جنيه للعبوة. وقامت الشركة بعد ذلك بإطلاق الحجم الأكبر من منتج «هوهوز اكستريم» بقطاع الكيك، وهو حجم أكبر إضافي من منتج «هوهوز» ويتوفر بسعر 3 جنيه للعبوة. وقد قامت الشركة بدعم المنتجات الجديدة بمجموعة مختلفة من الحملات التسويقية والإعلانية، مما ساهم في ارتفاع الطلب على تلك المنتجات. وتواصلت الشركة جهودها التسويقية خلال الربع الثالث من العام الجاري، في ضوء الحملة الإعلانية التي أطلقتها مؤخراً بالتعاون مع شركة أورانج الرائدة في خدمات الاتصالات، احتفالاً بمرور 25 عاماً على الإطلاق الناجح لعلامة «مولتو». وفي إطار هذه الحملة التسويقية، سوف يحصل العملاء على دقائق اتصال مجانية من شركة أورانج عند شرائهم لمنتجات «مولتو».

واصلت الشركة أيضاً استثمارها في تعزيز قدراتها الإنتاجية، حيث نجحت في الانتهاء من تركيب خط جديد لإنتاج الويفر في فبراير 2021، وهو ثاني خط إنتاج جديد تقوم الشركة بتركيبه بقطاع الويفر خلال الأشهر السابقة، وقد تم توظيفه في تصنيع منتج «فرسكا بلوك» الجديد. الجدير بالذكر أن خطي الإنتاج الجديدين ساهما في تنمية القدرات الإنتاجية بقطاع الويفر بمعدل يتجاوز الضعف. وخلال يونيو 2021، أعلنت الشركة شراء خط جديد لإنتاج المخبوزات، والمقرر تشغيله خلال الربع الأول من عام 2022. وتتطلع الشركة إلى توظيف خط الإنتاج الجديد في زيادة قدراتها الإنتاجية بقطاع المخبوزات بنسبة 20%.

على الصعيد الإقليمي، تعكف الشركة على الانتهاء من تركيب أول خط إنتاج بمصنعها الجديد في المغرب، عقب نجاحها في استكمال الأعمال الإنشائية بالمصنع في وقت سابق من العام. ومن المتوقع تشغيل المصنع الجديد خلال العام الجاري، وتتطلع الإدارة إلى تعزيز تواجد الشركة في سوق الأغذية الخفيفة المغربي الذي يتسم بمقومات النمو الجذابة، فضلاً عن التمهيد للتوسع بأعمال الشركة في أسواق أخرى بالمنطقة.

وقد واصلت الشركة جهودها على الصعيد التمويلي، حيث حصلت على قرض متوسط الأجل بقيمة 90 مليون جنيه مصري خلال مارس 2021، بهدف توظيفه في تمويل النفقات الرأسمالية للشركة في مصر خلال الفترة المقبلة. ويأتي هذا القرض في إطار استفادة الشركة من مبادرة البنك المركزي لدعم الشركات المصرية خلال أزمة انتشار فيروس (كوفيد - 19) عبر منحهم تمويلات بأسعار فائدة منخفضة.

الاستراتيجية

تواصلت إيديتا خلال النصف الثاني من عام 2021 مساعيها لتنمية وتنويع الإيرادات بشكل مستدام، والتي تمثل رأس أولويات استراتيجية النمو طويلة الأجل التي تتبناها.

وانطلاقاً من ذلك، تعززت الشركة استمرار جهودها من أجل زيادة الكميات المباعة بمختلف منتجات قطاعاتها عبر توظيف قدراتها الابتكارية في تنويع باقة المنتجات، حيث تستهدف مواصلة إطلاق منتجات ابتكارية جديدة أعلى سعراً وقيمة عبر مختلف قطاعاتها، سعياً إلى تلبية أذواق المستهلكين المتنوعة. وعلاوة على ذلك، تتطلع الشركة إلى تعظيم الاستفادة من توسعاتها بشبكة البيع والتوزيع وقدراتها الإنتاجية المتطورة لزيادة حصتها عبر أسواق قطاعاتها القائمة. وعلى صعيد تعزيز



كفاءة هيكل التكاليف، ستواصل الشركة تركيزها على الحد من أثر ارتفاع أسعار المواد الخام من خلال الاستمرار في تنفيذ الاستراتيجية التي تتبناها الهادفة إلى خفض التكاليف والارتقاء بالكفاءة التشغيلية، والتي انعكس مردودها الإيجابي بالفعل على نتائج الشركة على مدار الأشهر الماضية.