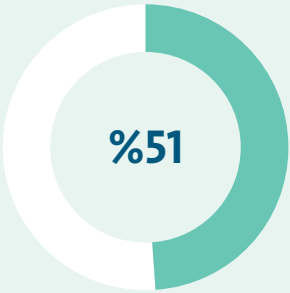




الاستثمارات في قطاع الأغذية

نظرة عامة على المحفظة الاستثمارية

حققت الاستثمارات في قطاع الأغذية لمجموعة صافولا أداءً قوياً للعام 2024م، وحققت شركة صافولا للأغذية نمواً مقدراً في المملكة العربية السعودية وجمهورية مصر العربية. كما أضافت عملية توزيع صافولا لكامل حصتها في شركة المراعي مكاسب كبيرة للمساهمين، وبدورها حققت شركة الكبير أرباحاً ملحوظة، مدفوعة بأداء قوي في أسواقها الرئيسية في المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة.



الأسواق الرئيسية/ أسواق التصنيع		أسواق التصدير			
تركيا	أنجولا	إثيوبيا	اليابان	نيجيريا	سريلانكا
الإمارات العربية المتحدة	أذربيجان	فرنسا	الأردن	عمان	السودان
المملكة العربية السعودية	البحرين	جورجيا	كينيا	باكستان	السويد
مصر	بنغلاديش	ألمانيا	الكويت	فلسطين	تنزانيا
الجزائر	بلغاريا	غانا	لبنان	بنما	توجو
	بورتوريكو	اليونان	ليبيا	بيرو	أوغندا
	كندا	غينيا	مدغشقر	قطر	المملكة المتحدة
	تشيلي	هونغ كونغ	جزر المالديف	رواندا	الولايات المتحدة
	الصين	الهند	مالطا	سيشيل	الضفة الغربية
	قرص	إندونيسيا	موريشيوس	سراليون	زيمبابوي
	الدنمارك	العراق	المكسيك	جنوب إفريقيا	
	جيبوتي	إيطاليا	منغوليا	كوريا الجنوبية	
	جمهورية الدومينيكان	ساحل العاج	موزمبيق	إسبانيا	

الاستثمارات في قطاع الأغذية

شركة صافولا للأغذية

نواصل مسيرة النمو، ونرسم ملامح مستقبل قطاع الأغذية.

تمكّنت شركة صافولا للأغذية من خوض مسيرة تحول ناجحة على مدار خمسة أعوام، حيث عززت أعمالها الأساسية، وتوسعت في قطاعات النمو السريع، وحسنت مركزها في السوق. ومع تمتعها ببركاز متينة، تمضي الشركة بخطى متسارعة على مسار النمو، وتبني الابتكار، وتقود التميز في عملياتها التشغيلية. وفي بداية المرحلة الاستراتيجية القادمة، تؤكد شركة صافولا للأغذية تركيزها على المرونة، وسرعة التأقلم وتحقيق القيمة المستدامة، الأمر الذي يساعدها في قيادة مستقبل تصنيع وإنتاج الأغذية.



الإيرادات

11.9
مليار



نجحت الشركة في تحقيق معظم أهدافها من الخمسية

حققت صافولا للأغذية صافي إيرادات بلغت 11.9 مليار للعام 2024م مقارنة بـ 12.4 مليار للعام السابق. ويعزى هذا التغير بشكل رئيسي إلى انخفاض أسعار السلع الأساسية، والتحديات في قطاع زيوت الطعام في المملكة العربية السعودية وبيع شركة صافولا المغرب، مما يجدر الإشارة إليه، فإن نمو حجم المبيعات في قطاع السكر في المملكة وفئة المكسرات والتوابل والبقول قد ساعد في التخفيف من هذه التحديات، مما ساهم في تحقيق أداء مرن بشكل عام.

وتماشياً مع تغيرات السوق، قامت شركة صافولا للأغذية بتحديث استراتيجيتها التحولية، للتركيز على النمو الذاتي، ورفع الكفاءة، وتطوير القدرات في مختلف عملياتها. كما سعت الشركة إلى استغلال الفرص الاستراتيجية لتوسيع حصتها السوقية، و تعزيز مكانتها بشكل فعال لتحقيق نمو مستدام طويل الأجل.

سجلت شركة صافولا للأغذية خسارة صافية قدرها 1.65 مليار للعام 2024م، مقارنة بربح صافي بلغ 452 مليار في العام السابق، حيث تُعزى هذه الخسارة للبنود الاستثنائية غير المتكررة، والتي تتضمن خسارة غير متكررة تتعلق بالتخارج من الأعمال في جمهورية إيران الإسلامية بقيمة 1.1 مليار، و0.3 مليار من إيقاف العمليات في السودان. بالإضافة إلى ذلك، تأثرت النتائج بتسجيل صافي مخصصات انخفاض في القيمة بلغت 310.8 مليار منها 97.2 مليار نتيجة للخسائر من إلغاء الاعتراف باستثمار في شركة زميلة (شركة المتحدة للسكر في مصر بجانب تحمل مصروف يتعلق بخيار الشراء بقيمة 79 مليار، كما تأثرت النتائج كذلك برسوم ضريبية بلغت قيمتها 67 مليار تتعلق بالتزامات الضريبة المؤجلة بعد فرض ضريبة الشركات في دولة الإمارات العربية المتحدة، ورسوم بقيمة 29 مليار مليون تتعلق بأصل ناشئ تحت العلامة التجارية مونش بوكس، وبنود استثنائية أخرى.

التركيز الاستراتيجي لبناء أسس متينة

في عام 2024م، انتهت شركة صافولا للأغذية من تنفيذ استراتيجيتها الخمسية، التي انطلقت في 2019م، وهي مرحلة احتوت على مبادرات واعدة لتدعيم أعمالها واستكشاف آفاق نمو جديدة. وخلال هذا العام، أجرت الشركة مراجعة دقيقة لمسيرتها الاستراتيجية، علاوة على تقييم

المشاريع الرئيسية، والأهداف المرجوة، وأبرز الإنجازات. وجاءت النتائج واضحة، حيث نجحت في تحقيق أغلب أهدافها الأولية، ومهدت الطريق لمرحلة جديدة من مسيرة النمو. عند إتمام وإطلاق الخطة الاستراتيجية الجديدة، التي ستوجه أعمال الشركة حتى عام 2028م، وقد حرصت صافولا للأغذية على بدء التطبيق في عام 2025م وفق خطة عمل واضحة ومحددة.

تمحورت الاستراتيجية الأولى للشركة حول هدفين رئيسيين: تدعيم أعمالها الأساسية والتنويع في قطاعات ذات إمكانات عالية للنمو. ضمن إطار عمل استراتيجية النمو (ABCD)، قامت شركة صافولا للأغذية بتغيرات عززت مكانتها لتحقيق نمو مستدام:

- التوجيه:** قامت بتعزيز علاماتها التجارية الأساسية من خلال ترسيخ ولاء المستهلك، وتعزيز قيمة العلامة التجارية، وتحفيز الابتكار في منتجاتها وعروضها الأساسية، وضمان استمرار تواجدها الفعال في الأسواق النامية.
- الجرأة:** استكشفت شركة صافولا للأغذية فرصاً استراتيجية من خلال عمليات الاستحواذ، بما في ذلك الاستثمارات الكبرى في شركة للأغذية الصحية والوجبات الخفيفة في دولة الإمارات العربية المتحدة، مما أدى إلى توسيع تواجدها في الفئات ذات النمو المرتفع.
- الإقدام:** توسعت الشركة بقوة في فئات جديدة رئيسية للأعمال، وعلى رأسها استحواذها على شركة بايارا في دولة الإمارات العربية المتحدة قبل ثلاث سنوات. ومنذ ذلك الحين، نجحت في توسيع نطاق شركة بايارا في السعودية، حيث حيث شهدت زيادة مقدره لإراداتها في السوق.
- التجديد:** طورت قطاع العملاء من منظومات الأعمال (B2B) من خلال إطلاق منصة "صافولا بروفيشنال"، بالإضافة إلى إعادة إطلاق شاملة لمجموعة منتجاتها الاحترافية، أصبح هذا القطاع محركاً رئيسياً لتوجهاتها في دورتها الاستراتيجية التالية.

الاستثمارات في قطاع الأغذية

شركة صافولا للأغذية تتمه

في إطار سعيها لتعزيز القيمة للمساهمين، أولت شركة صافولا للأغذية اهتماماً خاصاً خلال الأعوام الثلاثة الماضية، وتحديداً في عامي 2023م و2024م، لتحسين محفظة عملياتها في المناطق الجغرافية المختلفة. وبعد دراسة مالية وتجارية شاملة لجميع الأسواق التي تعمل بها، حددت العمليات التي لم تحقق مستويات العائد المطلوبة، وبناءً على ذلك، اتخذت شركة صافولا للأغذية قراراً استراتيجياً بالتخارج من أعمالها في المغرب والعراق وإيران مع تعليق عملياتها في السودان، وذلك بهدف توجيه تركيزها ومواردها نحو الأسواق الرئيسية، وعلى رأسها المملكة العربية السعودية ودول الخليج ومصر.

وبفضل البنية التحتية المتينة التي أرستها، تنطلق شركة صافولا للأغذية في خطتها الاستراتيجية القادمة برؤية أكثر وضوحاً، وهيكلاً أكثر مرونة وشفافية، ورؤية واضحة لتسريع وتيرة النمو، وتعزيز الابتكار، وتحقيق قيمة مضافة.

أداء مرن وقوي في سوق مليء بالتحديات

بعد أربع سنوات من النمو القوي، شهد عام 2024م تحديات اقتصادية مهمة، ألا وهي انخفاض وتذبذب قيمة العملة وارتفاع معدلات التضخم في الأسواق خارج دول الخليج، مما أدى إلى إضعاف القوة الشرائية للمستهلكين. وفي المملكة العربية السعودية، أدت زيادة تدفق الواردات بأسعار تنافسية إلى زيادة الضغط على الأسعار، مما استدعى اتخاذ إجراءات استراتيجية لحماية مكانتها في السوق. ورغم هذه التحديات، فقد حافظت صافولا للأغذية على التزامها بتعزيز القيمة طويلة الأجل لعلاقتها التجارية، من خلال الاستثمار في مبادرات رائدة، مثل إطلاق أول عبوة زيت طعام صديقة للبيئة وقابلة للتحلل في المنطقة، وإنتاج زيوت طعام مدعمة بالفيتامينات والمعادن الأساسية لتعزيز صحة المستهلكين. وقد أسهمت هذه الابتكارات في تعزيز ثقة المستهلكين في علامتنا التجارية وتمييزها في سوق يشهد منافسة متزايدة.

لم يكن التحدي الأساسي الذي واجهته شركة صافولا للأغذية هو الحصة السوقية، بل في تحول المستهلكين على نطاق واسع من المنتجات عالية الجودة إلى المنتجات ذات الأسعار المنخفضة. ورغم انكماش فئات المنتجات الأعلى بالجودة، فقد نجحت شركة صافولا للأغذية في الاحتفاظ بحصتها فيها، بل وتمكنت في بعض الحالات من تحقيق نمو في هذه الفئات. ولترسيخ تركيزها الاستراتيجي، وقعت صافولا للأغذية اتفاقية بيع وشراء في نهاية عام 2024م للتخارج من عملياتها التشغيلية في إيران، كذلك إيقاف وتعليق عملياتها في السودان، بعد تخارجها من المغرب والعراق في عام 2023م، حيث تتيح هذه الخطوة للشركة إعادة تخصيص الموارد نحو القطاعات ذات النمو المرتفع.

ورغم التحديات التجارية المتباينة التي واجهت شركة صافولا للأغذية في عام 2024م، فقد أظهرت قدرة استثنائية على التكيف، ولا تزال تتمتع بمكانة قوية تمكنها من الاستفادة من فرص النمو المستقبلية.

التقدم والابتكار عبر مختلف قطاعاتنا

كانت الاستدامة والابتكار ركيزتين أساسيتين في فئة زيوت الطعام لدى شركة صافولا للأغذية، حيث تم إطلاق أول عبوة زيت طعام صديقة للبيئة وقابلة للتحلل في المنطقة، إلى جانب طرح زيوت مدعمة بالفيتامينات والمعادن الأساسية. وقد حظي هذا التصميم الرائد للعبوة باهتمام عالمي، إذ تم ترشيحه لجائزة سيال للابتكار لعام 2024م في باريس.

أما في فئة السكر، فقد توسعت شركة صافولا للأغذية في سوق المُحلّيات الطبيعية، من خلال إطلاق سكر التحلية والرشاقة "سويت أند فيت"، الذي يوفر نفس الحلاوة ولكن بسرعات حرارية أقل بنسبة 50%. وقد جاء التصميم الجديد الجذاب لعبوته مكملًا لدعم جاذبية العلامة التجارية وتحقيق تفاعل أكبر مع المستهلكين.

حققت فئة المكرونة في مصر أداءً مذهلاً بعد إعادة إطلاق كل من المكرونة الطرية والتماسكة أكثر تحت علامتها التجارية الرائدة في السوق، الملكة. وقد أسفرت هذه الخطوة الاستراتيجية عن نمو ملحوظ في الحجم والمبيعات، إلى جانب ترسيخ الريادة في هذه الفئة.

وقد شهدت فئة المكسرات والتوابل والبقوليات (NSP) توسعاً كبيراً، حيث قادت بايارا نمواً كبيراً خارج المملكة، بينما لاق منتج "إسناك بار" ومنتجات "شمس" والتي تُعد منتجات ذات جودة وسعر مناسبة تفاعلاً إيجابياً قوياً من المستهلكين. أما في المملكة العربية السعودية، فقد نما هذا النشاط، حيث عززت عافية مكانتها كعلامة تجارية موثوقة ورشخت وجودها عبر جميع القنوات، بما في ذلك التجارة الحديثة. بالإضافة إلى ذلك، واصلت شركة بايارا التوسع في نموذج المتاجر الصغيرة shop-in-shop والمتاجر المتخصصة، حيث تم افتتاح 6 متاجر جديدة في الإمارات العربية المتحدة، وذلك تمهيداً للتوسع والنمو في دول الخليج.

زادت ثقة المستهلكين في العلامة التجارية "عافية" بفضل الجودة الفائقة لمنتجاتها وتوسعها في قطاعات المكسرات والبقوليات والتوابل والفواكه المجففة والتمور. مع استمرار الشركة في الابتكار والتوسع، كما تلتزم عافية بالمحافظة على تقديم منتجات عالية الجودة تواكب احتياجات المستهلك المتغيرة، مع تأكيد مكانتها الريادي في هذا القطاع الحيوي.

دفع عجلة الاستدامة من خلال مبادرات الحوكمة البيئية والاجتماعية والمؤسسية (ESG)

تُمثل الاستدامة حجر الأساس في العمليات التشغيلية لشركة صافولا للأغذية، حيث تعمل على دمج مبادئ الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمة المؤسسية (ESG) في أعمالها، بما يضمن تحقيق قيمة طويلة الأجل ومعالجة التحديات البيئية الملحة. ومن أبرز إنجازاتها في التحول نحو الطاقة المتجددة، تركيب ألواح شمسية كهروضوئية على أسطح منشآت بايارا بدولة الإمارات العربية المتحدة، دعماً لاعتماد الطاقة النظيفة. كما أحرزت تقدماً ملحوظاً في الحد من النفايات البلاستيكية، حيث نجحت في استبدال ما يزيد عن 500 ألف كجم من البلاستيك التقليدي ببدايل قابلة للتحلل في عبوات زيوت الطعام الخاصة بها. وعلى الصعيد الداخلي، تبنت الشركة سياسة عدم استخدام الورق، مما أدى إلى توفير استهلاك أكثر من مليون ورقة سنوياً. في خطوة تؤكد التزامها بالحفاظ على الموارد الطبيعية.

وإلى جانب الاستدامة التشغيلية، فقد عقدت شركة صافولا للأغذية شراكة مع منظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة (الفاو) لإطلاق مسابقة بحث وتطوير تهدف إلى استكشاف بدائل مستدامة لزيوت الطعام التقليدية. كما أنشأت شركة صافولا للأغذية محطة لإزالة الكبريت من الغاز العادم (FGD) في منشأة إنتاج الزيوت الخاصة بها في المملكة العربية السعودية، لضمان الامتثال للوائح جودة الهواء الصارمة. وتؤكد هذه المبادرات على مكانة شركة صافولا للأغذية الرائدة في مجال الاستدامة، حيث تواصل مواصلة استراتيجياتها مع المعايير العالمية، مما يعزز تأثيرها طويل الأجل على الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمة المؤسسية.

إحداث تأثير إيجابي في مجتمعاتنا

تلتزم شركة صافولا للأغذية بإحداث تغيير إيجابي ملموس في المجتمعات التي تعمل بها، من خلال تعزيز الروابط مع الأجيال الشابة ودعم التعليم ودفع المبادرات الاجتماعية التي تسهم في إحداث تغيير مستدام.

في المملكة العربية السعودية، تعاونت العلامتان التجريتان عافية والأسرة مع المدارس قبل شهر رمضان، لتعريف الطلاب والتلاميذ بأهمية العطاء، حيث شاركوا في تجهيز سلات رمضان تحتوي على المواد الغذائية الأساسية لدعم الأسر المحتاجة.

وفي مصر، تعاونت صافولا للأغذية مع جامعة "إسلسكا" لرعاية المنتديات التعليمية وإطلاق برامج التدريب العملي، مما يتيح للطلاب وموظفي صافولا فرصة اكتساب خبرة ميدانية وتنمية مهاراتهم المهنية.

وفي الجزائر، عززت شركة صافولا للأغذية علاقاتها بالمجتمع من خلال توفير مستلزمات العودة إلى المدارس، والمشاركة في أنشطة طلاء جدران المدارس، واستضافة طلاب الجامعات في منشآتها للاطلاع على بيئة الأعمال الحقيقية عن كثب.

وعبر عالم صافولا بالسعودية، وهي مؤسسة أهلية غير ربحية أسستها مجموعة صافولا لدعم جهود المسؤولية الاجتماعية، حيث تدعم شركة صافولا للأغذية مجموعة من المبادرات المؤثرة، مثل "نقدها" للحد من الهدر الغذائي، و"مكين" لتمكين رواد الأعمال الشباب، و"عطاء" لتعزيز ثقافة التطوع في المجتمعات المحلية.

من خلال الاستثمار في التعليم والتفاعل المجتمعي والمسؤولية الاجتماعية، تواصل شركة صافولا للأغذية توفير الفرص للأجيال القادمة وترسيخ مكانتها كشركة رائدة مسؤولة تلتزم بخلق قيمة طويلة الأجل.

مستقبل شركة صافولا للأغذية في عام 2025م وما بعده

مستندتاً على أساسها قوي، تبدأ شركة صافولا للأغذية دورتها الاستراتيجية التالية في عام 2025م، مع الانتقال من نموذج (ABCD) إلى إطار العمل الثلاثي: التسريع والاستحواذ والتقدم. ويهدف هذا التحول إلى تحقيق نمو مربح ومستدام إلى جانب تعزيز الحصة السوقية وترسيخ استراتيجيتها لخلق قيمة طويلة الأجل.

- تسريع الوتيرة:** ستقوم شركة صافولا للأغذية بتوسيع محفظة أعمالها الأساسية من خلال تطوير استراتيجيتها في الوصول إلى السوق، وزيادة الاستثمار في الابتكار، وتوسيع جهود بناء علاماتها التجارية. وستقوم بتوسيع محفظة منتجاتها الخاصة بالمستهلكين (B2C)، ودخول فئات جديدة من المنتجات مع توسيع قطاع الأعمال بين الشركات (B2B) ليشمل الخدمات الغذائية والصناعية والفئات غير الغذائية. سيظل النمو في المنتجات ذات القيمة المضافة أولوية رئيسية، مع التركيز على قطاع المنتجات غير الغذائية والقطاعات ذات الصلة للاستفادة من طلب المستهلكين المتزايد.

- الاستحواذ:** ستسعى الشركة إلى تنفيذ عمليات استحواذ وشراكات استراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية وزيادة القيمة للمساهمين. وستعمل على الاستفادة من عمليات الدمج والاستحواذ والمشاريع المشتركة للتوسع في فئات جديدة. كما سيلعب التكامل الرأسي دوراً محورياً لدعم أنشطتها الأساسية مما يعزز مرونة سلسلة التوريد وكفاءة وتقليل التكاليف.

- التقدم:** سترتقي شركة صافولا للأغذية بنموذج أعمالها إلى معايير عالمية المستوى من خلال تسريع التحول الرقمي وتحديث التكنولوجيا والاستفادة من الذكاء الاصطناعي والتحليلات لاتخاذ قرارات أكثر دقة وفعالية. وستعيد تصميم الكفاءات التشغيلية لتحسين الأداء، مع الحفاظ على الالتزام بأفضل الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة وإدارة المخاطر والثقافة التنظيمية وتطوير المواهب لبناء قوى عاملة جاهزة للمستقبل.

تطلعاتنا للعام 2028م، ستظل الأولوية الاستراتيجية لشركة صافولا للأغذية مركزة على تعزيز أعمالها الأساسية، وتوسيع عملياتها في قطاع الأعمال بين الشركات (B2B) وبين الشركة والمستهلكين (B2C)، ودفع عجلة التنوع. وبفضل التركيز التنظيمي الأكثر وضوحاً والمركز المالي المعزز ستكون الشركة في وضع جيد لاستكشاف عمليات الاندماج والاستحواذ ذات التأثير والمردود الكبير، مما يضمن نجاحاً مستداماً طويل الأجل في سوق سريع التطور.

الاستثمارات في قطاع الأغذية المراعي

عززت شركة المراعي في عام 2024م مكانتها الرائدة في التميز والابتكار عبر محفظتها المتنوعة من المنتجات، حيث حققة نمواً غير مسبوق في الإيرادات وأداءً تشغيلياً قوياً، مما يؤكد نجاحها في الالتزام بتلبية احتياجات العملاء المتغيرة وتحقيق قيمة مستدامة لمساهميها.



تحقيق القيمة لمساهمي مجموعة صافولا من خلال النمو الكبير في الإيرادات والاستفادة من إمكانات المراعي المتزايدة.



"قم بزيارة موقعنا
الإلكتروني لمزيد من
التفاصيل حول حقوق
الاكتتاب والتوزيع."

نبذة عن المراعي

شركة المراعي هي أكبر شركة لتصنيع وتوزيع الأغذية والمشروبات في الشرق الأوسط، وتتميز بنهجها الشامل في السوق. يدرك المستهلكون، منذ تأسيس شركة المراعي في عام 1977م، أن العلامة التجارية للمراعي مرادفة للجودة والتميز بما توفره من مجموعة واسعة ومتنوعة من المنتجات من فئات الألبان، والعصائر، والمخبوزات، والدواجن، والمنتجات الغذائية الأخرى. واصلت المراعي في ريادتها لعملية الابتكار على مستوى القطاع، حيث تقوم بخطوات استراتيجية بهدف تقديم منتجات جديدة تلبي احتياجات العملاء على اختلاف أذواقهم وتفضيلاتهم.

أبرز ملامح الأداء المالي

واصلت المراعي مسيرة نموها القوي خلال عام 2024م، محققة نمواً كبيراً في الأرباح، بفضل الأداء المتميز في أسواقها الأساسية في المملكة ودول مجلس التعاون الخليجي ومصر والأردن. وقد كانت أعمالها الرائدة في قطاعي الألبان والدواجن من العوامل الرئيسية وراء هذا النجاح، حيث سجلا نمواً كبيراً في الإيرادات، مما ساهم في تعزيز القيمة المستدامة للمساهمين.

توزيع كامل حصة صافولا في شركة المراعي

في فبراير 2024م، أعلنت صافولا عزمها توزيع كامل حصتها البالغة 34.52% في شركة المراعي على مساهمي صافولا المستحقين، بهدف تحقيق عائد مباشر لهم وإتاحة الفرصة للاستفادة من الأداء القوي لشركة المراعي.

وفي ديسمبر 2024م، وافق مساهمو مجموعة صافولا على التوصية المقدمة من مجلس الإدارة بتوزيع الحصة الكاملة للمجموعة في شركة المراعي، والبالغة 34.52%، على مساهمي صافولا المستحقين كأرباح عينية (الصفقة الجوهرية).

إن الهدف من هذه الصفقة هو تعظيم وتحرير القيمة لمساهمي صافولا الذين سيستفيدون بشكل مباشر من إمكانات النمو وتوزيعات الأرباح المستقبلية لشركة المراعي.

للاطلاع على المزيد من التفاصيل حول المعاملات ذات الصلة التي مكّنت مجموعة صافولا من توزيع حصتها في المراعي على مساهميها المستحقين، يُرجى الرجوع إلى صفحة 32

صافي الربح (بـ مليارات)

2.313 مليار

2022	1.760
2023	2.049
2024	2.313

بفضل النمو القوي في حجم المبيعات واعتماد استراتيجيات تسعير أفضل، سجلت شركة الكبير ارتفاعاً في الإيرادات بنسبة [6%] خلال عام 2024م. كما شهد العام إطلاق مجموعة من المنتجات الجديدة المبتكرة والحملات التسويقية، والتي تضمنت تعزيز العلامة التجارية وإعادة إطلاقها في هيئتها الجديدة، وطرح عبوات ومنتجات جديدة في الأسواق.



الإيرادات

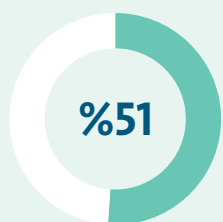
%6



شبكة توزيع قوية وفعّالة

30+ مخازن تبريد
11 مركز توزيع

نسبة ملكية صافولا



الإيرادات
(٤ ملايين)

760 مليون

2022	670
2023	714
2024	760

إجمالي الربح
(٤ ملايين)

265 مليون

2022	211
2023	252
2024	265

صافي الدخل
(٤ ملايين)

66 مليون

2022	62
2023	70
2024	66

عن مجموعة شركات الكبير

تأسست مجموعة شركات الكبير عام 1974م، وهي إحدى الشركات الرائدة في مجال تصنيع وتوزيع الأغذية المجمدة والمصنعة في منطقة الشرق الأوسط. وبفضل انتشارها القوي في الأسواق الرئيسية في المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، فضلاً عن انتشارها في باقي دول الخليج، رسخت مجموعة الكبير مكانتها كاسم وعلامة تجارية موثوقة في فئة الأغذية المجمدة في المنطقة.

تقدم الشركة عروض متنوعة من المنتجات تضم أكثر من 300 صنف تحت علامتها التجارية الرائدة "الكبير". وتعتمد عملياتها التشغيلية على ثلاثة مصانع للإنتاج – اثنان في الإمارات وواحد في السعودية – لضمان توفير منتجات عالية الجودة واستمرارية التوريد والتصنيع المحلي.

أنشأت مجموعة الكبير منظومة توزيع قوية وفعّالة، مستفيدة من أكثر من 30 مستودع تبريد، و11 مركز توزيع، إضافة إلى أسطول نقل يضم أكثر من 450 مركبة توصيل، لضمان تزويد الأسواق بمنتجاتها بشكل سلسل ودون انقطاع.

استحوذت مجموعة صافولا في العام 2018م على 51% من رأس مال مجموعة شركات الكبير وذلك كجزء من استراتيجية التنويع بالدخول في قطاع الأغذية المجمدة وضم أنشطة ومنتجات جديدة ذات قيمة مضافة، مما عزز مسيرة نمو مجموعة شركات الكبير وريادتها في السوق.

أبرز الملامح المالية

حققت مجموعة الكبير في العام 2024م نمواً في إيراداتها بلغ نسبة 6% مدفوعاً بنمو في المبيعات وتحسن في الأسعار في الفئات الرئيسية. وقد كان للأسواق الرئيسية في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة دور محوري في هذا الأداء الإيجابي، إلى جانب النمو في المنافذ التجارية الحديثة وقطاع الفنادق والمطاعم والتأمين (هوريكا). ومع ذلك، فقد انخفض صافي الربح بنسبة 6%، ويعزى ذلك بشكل أساسي إلى ارتفاع التكاليف التشغيلية وتطبيق ضريبة الشركات الجديدة في الإمارات.

أبرز الملامح الاستراتيجية والتشغيلية

أولت شركة الكبير اهتماماً كبيراً بالابتكار وتطوير المنتجات الجديدة لمواكبة أذواق وتفضيلات المستهلكين المتغيرة، حيث أطلقت بنجاح حزمة من المنتجات الجديدة مثل: ستريس دجاج زينج بنكهتي السريراتشا والبافلو، وروبان زينج وروبان كبير، وسمبوسة بجينة كربي. وقد أكدت هذه المنتجات التزام مجموعة الكبير بمواكبة أحدث توجهات السوق وتقديم منتجات عالية الجودة تناسب مختلف الفئات والاحتياجات. وضمن جهودها الرامية لتصبح الشركة الرائدة في فئاتها في أسواق دول الخليج، استمرت مجموعة الكبير في ضخ استثمارات كبيرة في الابتكار، مع التركيز على جودة المنتجات، وتنوع النكهات، وسهولة التحضير، والشكل الجذاب.

الاستثمارات في قطاع الأغذية

مجموعة الكبير تتمة

إن النمو المتسارع الذي يشهده قطاع التجارة الإلكترونية، الذي ساهم في زيادة مبيعات شركة الكبير، أكد على مرونة الشركة وقدرتها على التكيف مع التغيرات في أنماط الشراء لدى المستهلكين، فضلاً عن مواكبتها للتوسع المتزايد في الاقتصاد الرقمي.

لمواكبة الطلب المتزايد في قطاعي العملاء من منظومات الأعمال (B2B) والفنادق والمطاعم والتموين (هوريكا)، عززت شركة الكبير جهودها في تطوير "الكبير بروفيشنال"، حيث ساهمت هذه المبادرة الاستراتيجية في توسيع نطاق حضور مجموعة الكبير في قطاع الخدمات الغذائية، بما يتماشى مع تطورات واتجاهات السوق.

نظرة مستقبلية

تستعد مجموعة الكبير لتعزيز أسس نموها المستدام من خلال التركيز على عدد من المجالات الاستراتيجية الرئيسية، والتي تشمل: تحسين سلسلة التوريد، وتعزيز قنوات التوزيع، ودعم الابتكار والتركيز على النكهات ذات الطابع المحلي، وإطلاق حملات تسويقية مبتكرة، وتنمية الكفاءات والمواهب، وتهيئة بيئة عمل ديناميكية ومحفزة.

ستظل فئة الأغذية المجمدة ركيزة أساسية ضمن محفظة مجموعة صافولا، حيث ستعمل على دفع عجلة التوسع المستقبلي من خلال تقديم ابتكارات لمنتجات غذائية ذات قيمة مضافة.

بينما يحمل عام 2025م تحديات وفرص جديدة، ستظل مجموعة الكبير ملتزمة بالحفاظ على ريادتها في مواجهة المنافسة وتطوير منتجاتها وفقاً تفضيلات المستهلكين المتغيرة من خلال التزامها بتقديم منتجات مبتكرة بأعلى مستويات الجودة. كما ستهدف الشركة إلى تسريع وتيرة النمو وترسيخ ريادتها في فئة الأغذية المجمدة من خلال التخطيط لإطلاق العديد من المنتجات الجديدة خلال العام 2025م.

ستظل مشاركة المستهلكين تشكل محورياً أساسياً في استراتيجية مجموعة الكبير، الأمر الذي يدعم الجهود الرامية لتعزيز هويتها التجارية الجديدة وتعميق ارتباطها بالجمهور. ومن خلال مواءمة الابتكار مع احتياجات المستهلكين واتجاهات السوق، حيث تتمتع مجموعة الكبير بمكانة قوية تمكّنها من اغتنام الفرص ومواجهة التحديات المستقبلية بكفاءة.

استمرت مجموعة الكبير في ضخ استثمارات كبيرة في الابتكار، مع التركيز على جودة المنتجات، وتنوع النكهات، وسهولة التحضير، والشكل الجذاب.



حققت مجموعة الكبير في العام 2024م نمواً في إيراداتها بلغ نسبة 6% مدفوعاً بنمو في المبيعات وتحسن في الأسعار في الفئات الرئيسية

