



العيد للأغذية
ALEID FOODS

الكويت في 2022/12/07 م

السادة / شركة بورصة الكويت

المحترمين

دولة الكويت

تحية طيبة وبعد ،،،

الموضوع / مؤتمر للمحللين الماليين والمستثمرين والعرض التقديمي للربع الثالث

من عام 2022 لشركة العيد للأغذية (ش.م.ك.ع)

بالإشارة الي الموضوع أعلاه ، نظمت شركة العيد للأغذية (ش.م.ك.ع) يوم الاثنين الموافق 2022/11/21 م اول مؤتمر للمحللين الماليين والمستثمرين عبر الهاتف بالتعاون مع شركة أرقام كابيتال لمناقشة البيانات المالية للشركة في الربع الثالث من عام 2022 والنتائج التشغيلية المجمعة في التسعة أشهر المنتهية في 2022/09/30 م. علما بأنه أثناء المؤتمر لم يتم الافصاح عن اية معلومات جوهرية غير متوفرة لجمهور المتعاملين .

- مرفق لكم طيه محضر المؤتمر سالف الذكر والعرض التقديمي للربع الثالث من عام 2022

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

فهد سعود المطيري

رئيس مجلس الادارة



العيد للأغذية
ALEID FOODS

نمو متواصل



العيد للأغذية
ALEID FOODS

شركة العيد للأغذية (ش.م.ك.ع)
المؤتمر الهاتفي بشأن الربع الثالث لعام 2022

نسخة من محضر المؤتمر الهاتفي بشأن أرباح شركة العيد للأغذية والذي عقد يوم الاثنين الموافق 2022/11/21 في الساعة الثالثة عصرا حسب التوقيت المحلي لدولة الكويت .

السادة المشاركون من شركة العيد للأغذية :

السيد / محمد سعود المطيري - الرئيس التنفيذي لشركة العيد للأغذية

إدارة المؤتمر :

السيدة / هديل المصري - شركة أرقام كابيتال

نمو متواصل

العيد للأغذية

المكالمة الجماعية لعرض النتائج المالية للربع الثالث من العام 2022

21 نوفمبر 2022

هديل المصري (أرقام كابيتال)

مساء الخير جميعاً, أنا هديل من أرقام كابيتال. نرحب بكم في العرض التقديمي للنتائج المالية لشركة العيد للأغذية خلال الربع الثالث من العام 2022. يمكننا البدء مع السيد/ محمد؛ حيث إنه سيقوم باستعراض مُلخص نتائج الأعمال وآخر التطورات الخاصة بالشركة؛ ثم نبدأ في التعرف على استفساراتكم والإجابة عليها. تفضّل سيد/ محمد. أريد فقط التأكيد من أن العرض التقديمي يعمل جيداً وأنكم جميعاً تستطيعون أن تروه جلياً؛ حيث تقوم آمال بمشاركته معكم, وسوف أطلع على استفساراتكم في صندوق الدردشة عقب انتهاء السيد/ محمد من عرض المُلخص عليكم.

محمد المطيري, الرئيس التنفيذي

مساء الخير جميعاً وشكراً لك هديل على استضافتك للمكالمة الجماعية. أرحب بجميع من انضموا معنا اليوم في أول مكالمة جماعية لنا؛ وسوف نستعرض العرض التقديمي الخاص بالنتائج المالية لشركة العيد للأغذية خلال الربع الثالث من العام. كما ترون في الشريحة الأولى بدأت شركة العيد للأغذية في إرساء استراتيجيتها وإعادة هيكلة قطاعاتها بشكل جديد من خلال إضافة قطاعات جديدة؛ والتي من شأنها أن تؤدي إلى تنوع نموذج الأعمال لدينا, والذي بدأ من قبل خلال العام 2020. ومع استكمالنا لاستراتيجيتنا وخططنا, فقد أعلننا عن خطة العمل "Goals_25" خلال شهر مارس من العام الحالي, وهي خطة عمل واضحة تتعلق بالتوسع الإقليمي, وذلك استكمالاً لما بدأناه في استراتيجيتنا المرسومة مسبقاً. نحن نسير قدماً وفقاً للخطة نفسها التي وضعناها من أجل تنويع خطوط أعمالنا واستمرار نمو أنشطتنا في السوق. وبالتأكيد, فإن هنالك الكثير من العوامل التي تؤثر على أعمالنا أو تدعمها (إيجابياً أو سلبياً). كما إننا حققنا أداءً جيداً للغاية فيما يتعلق بقطاع التوزيع على الرغم من المعوقات الخاصة بمعدلات التضخم وسلاسل التوريد. وكذلك في قطاع هورिका وهي خدمة جديدة أدخلناها في قطاع الأغذية حيث أسسنا شركة "ليجن فودز" - وهي قصة نجاح مُلهمة. أصبحت ليجن خلال فترة زمنية قصيرة من أكبر موردي الأغذية في قطاع هورिका في السوق المحلي. وشكل التوسع الإقليمي

نمو متواصل

جزءاً من أهدافنا؛ حيث أطلقنا عملياتنا في الرياض بالمملكة العربية السعودية، وهي إحدى الأهداف المحققة - خاصة وأن السعودية تعد سوقاً كبيرة تشكل 60% من المنطقة.

ونستعرض في الشريحة التالية القطاعات الإضافية الجديدة، وتتمثل في الفروع؛ لدينا خطة جادة وطموحة في قطاع الأغذية والمشروبات إلى جانب المطبخ الافتراضية؛ وعلى كل، فقد لاحظنا أن بعض الفروع لم تلتزم بجدول أعمالها الزمني. . ونتوقع أن يتحسن الأمر خلال أرباع السنة القادمة. لقد حاولنا السيطرة على مستويات التضخم والحد من أثارها. ولدينا في الكويت حدوداً قصوى للأسعار - وهي فريدة جداً في قطاع الجمعيات التعاونية (وهو قطاع واسع يخضع لتعاونية الاتحاد التي تحدد الأسعار والحدود القصوى لها). كما واجهنا بعض الصعوبات في زيادة الأسعار في بعض العلامات التجارية العالمية، لكننا رفعنا الأسعار ضمن النطاق المقبول الذي يمكن اعتماده.

وفي الربع الثالث من العام، لاحظنا نمواً جيداً جداً في الإيرادات بنسبة 41.6% وارتفاع في صافي الأرباح أيضاً بنسبة 13.3%. ويختلف صافي هامش الأرباح هنا بسبب معدلات التضخم وارتفاع التكاليف، حيث بلغ صافي هامش الأرباح 9.1%. وبما أننا نقوم بالتوسع وإضافة فروع وقطاعات جديدة، فهناك ارتفاع في المصروفات اللازمة لإنشاء هذه القطاعات الجديدة وتخصيص رواتب لها، ولكن هذا الأمر سيتحسن في المستقبل.

وفي الشريحة التالية، نحاول دائماً تقديم المزيد من التفاصيل المتعلقة بمساهمة الشركات في الإيرادات: حقق قطاع التوزيع الأساسي نمواً بنسبة 27%، وكنا نتوقع نسبة أقل من هذه النسبة بسبب التضخم. وعلى كل، فقد كان أداءنا جيداً بالفعل وانخفضت المساهمة لتصل إلى 85% من 95% من الإيرادات خلال الربع الثالث، وهذه النسبة تتماشى مع أهدافنا لها وتُشير إلى أننا نسير وفقاً لخطينا الموضوعة مسبقاً. ولدينا نمواً جيداً جداً في الشركات التابعة بسبب شركة "ليجن فودز" والاستحواذ الأخير، والآن أصبحت النسبة 10.3% من الإيرادات بعد أن كانت 0.5%. وفيما يتعلق بالفروع، وكما أشرنا من قبل، فهي متأخرة قليلاً عن جدول أعمالها الزمني، ويبلغ النمو فيها 29%، كما إنها تساهم في نطاق نسبة لا تزال مقبولة (4%). وفي الشريحة التالية، نستعرض أداء الأعمال لآخر تسعة أشهر من العام، حيث ارتفعت الإيرادات بنسبة 48% وحقق صافي الأرباح أرقاماً جيدة بارتفاعه بنسبة 45%، فيما تراجع صافي هامش الأرباح من 9.9% ليصل إلى 9.3% بسبب تأثير التضخم خلال الربع الثالث من العام. ولكن صافي هامش الأرباح لا يزال في نطاق الأرقام المقبولة. وتتم مراقبة تفاصيل قطاع التوزيع بشكل دائم، حيث ارتفع بنسبة 33% بينما انخفضت مساهمته من 97% لتصل إلى 87%، وهو ما يتوافق مع الخطة الموضوعة مسبقاً.

نمو متواصل

ولدينا نمواً قوياً للغاية في الشركات التابعة والفروع أيضاً. ولا يزال التوسع الإقليمي خلال الربع الثاني من العام صغيراً، حيث يتطلب إنشاء شركات جديدة خارج الكويت المزيد من الوقت. ولوحظ نمواً غير عادي في قطاع التوزيع، حيث جاء على رأسه «العلامات التجارية الأخرى» التي ارتفعت بنسبة 37.8% بسبب (1) زيادة الأسعار و(2) العلامات التجارية الجديدة المضافة إلى سلة مشترياتنا والتي ساهمت في المبيعات. كما شهدت القطاعات الأساسية، وهي المنتجات المجمدة، نمواً جيداً بنسبة 33.6% وكان هناك نمواً في قطاع السلع (الأرز والبقوليات) بنسبة 33%. كان النمو في المنتجات المجمدة مدعوماً بـ (1) انخفاض توافر البطاطس المقلية في الجمعيات التعاونية و(2) نقص سلاسل التوريد في البطاطس المتلجة، لذلك كان النمو منخفضاً في هذه الفئة. وعلى كل، فقد شهدنا نمواً جيداً من هذا المزيج.

وسوف نستعرض في الشريحة التالية الأداء المالي، يمكننا أن نرى أن لدينا استقراراً جيداً في رأس المال العامل ومساهمة في الإيرادات بنسبة 9.7%. وفيما يتعلق بالنفقات الرأسمالية، فإنه لا يوجد استثمار كبير وهذا هو نموذج الأعمال لدينا: الاستثمار في رأس المال العامل بشكل أكبر. ولكن تم استثمار الحد الأدنى من النفقات الرأسمالية في الاستحواذ الذي نمتلكه، وذلك خلال العامين الماضيين. كانت التدفقات النقدية مستقرة وكذلك الديون أو القروض، ونحاول دائماً في استراتيجيتنا تقليل استخدام القروض ورأس المال العامل من المصادر القائمة أو الداخلية. كما نحاول إبقاء معدل صافي الدين بالنسبة إلى حقوق الملكية أقل من 40%، إنه عند 30%، وهو منخفض جداً مقارنة بشركات المنتجات والسلع الغذائية. لدينا احتياطي يمكننا استخدامه مستقبلاً.

ونستعرض في الشريحة التالية استراتيجيتنا ومعدلات الأداء لدينا. كانت معدلات الأداء لدينا جيدة خلال الثلاث سنوات الماضية، كما كانت استراتيجيتنا المتعلقة بتوزيعات الأرباح النقدية سخية بالفعل، فضلاً عن أننا نضع خطة للسنوات الثلاث المقبلة تتراوح فيها نسبة توزيعات الأرباح النقدية ما بين 70% - 80% من أرباحنا. ننتقل إلى نبذة عن Goals_25، والتي أعلنت في مارس من العام 2022، ونخطط لمضاعفة الأعمال اعتباراً من عام 2021، إلى جانب تنويع أعمالنا، إلى جانب توزيعات الأرباح النقدية بنسبة 54% من الإيرادات، والشركات التابعة عند 16%، والفروع عند 8%، والإقليمية عند 25%. أنا أقدر حقاً انضمامكم لنا اليوم، ويمكننا الإجابة على أية أسئلة تطرحونها.

نمو متواصل



أسئلة وأجوبة من خلال صندوق الدردشة (يجابوب عليها السيد/ محمد المطيري, الرئيس التنفيذي)

هل هناك أية رؤية فيما يتعلق بارتفاع الأسعار في الكويت منذ تغيير مجلس الأمة و الحكومة في الكويت؟
تكمُن المُشكلة فقط في الجمعيات التعاونية, ولكن الأوراق والقنوات الأخرى مفتوحة, لذا فقد نفذنا ارتفاعاً جيداً في الأسعار لدى تجار الجملة, والهايبر, والبقالات, وخدمات المطاعم بالطبع. وأيضاً في إدارة التموين, فقد ساهمنا فيها بعدد جيد, وهم يبيعون منتجاتهم من خلال الجمعيات التعاونية. إن الجمعيات التعاونية التابعة فقط لتعاونية الاتحاد لديها حد أعلى قدره 5% ويمكنه الوصول إلى 10% إذا ما تم تقديم مستندات داعمة ومبررة للزيادة في التكلفة, في هذه الحالة يمكنهم قبوله. ونظراً لاملاكهم وكالة جديدة, فإن لديهم بالفعل أسعار جديدة, لذلك فقد أثرت على العلامات التجارية القديمة؛ وكان لدينا عرضاً ترويجياً احتياطياً, ولكننا قمنا بإلغائه لتغطية التكلفة.

1) ما هي نسبة الخدمات اللوجيستية من التكاليف؟ وهل استفدتم من الانخفاض في عمليات الشحن؟
لم تتأثر استراتيجيتنا الشرائية بشكل رئيسي بسبب الارتفاع في الأسعار من الجانب الصيني, والذي كان محدوداً للغاية, حيث إن بعض المنتجات لدينا فقط تأتي من الصين. وخلاف ذلك, فإن معظم منتجاتنا ليست من الصين. مهما كانت التكلفة التي ارتفعت, فإننا نحاول أن ندبر الأمر ونبيع المنتجات بأسعار أعلى إذا سمح لنا القطاع بذلك.

2) هل يمكنكم التعليق على ارتفاع حجم الإنتاج على أساس سنوي في قطاع التوزيع؟
لقد حددنا هدفاً لقطاع التوزيع أن يكون أقل في مساهمته في المبيعات, ولكن هذا القطاع حقق أداءً فوق التوقعات. ووفقاً لـ Goals_25, فإننا نسير بالتوافق مع استراتيجيتنا.

3) هل سوف نرى الإيرادات متجهة بالأكثر للبيع بالجملة والهايبر وبعيدة عن الجمعيات التعاونية نظراً لسياسة التسعير الصارم؟
هذا هو بالفعل ما يحدث, فإن أكبر ارتفاع خلال الربع الثالث من العام كان في البقالات والبيع بالجملة وأيضاً خلال آخر تسعة أشهر من العام. كانت مساهمة الجمعيات التعاونية محدودة عند نسب 19% وهذا ساعدنا وسمح لنا بزيادة الأسعار بشكل مرن, وسمح لنا بالحد من تأثير الارتفاع في التكاليف.

4) هل يُمكنكم التحدّث بالأكثر عن قطاع الأغذية والمشروبات: ما هي العلامات التجارية التي تمتلكونها؟ كم عدد المتاجر التي تريدون إضافتها خلال ال 3-5 سنوات المقبلة؟

نحن نعتقد أن المستقبل يكمن في المطابخ السحابية, حيث إنها تباع من خلال مُجمّع وعبر الإنترنت ولديك العديد من العلامات التجارية. لدينا قطاعين:

1) الشيكولاتة والمخبوزات, مثل شيكولاتة "مورينا", والتي حققت أداءً جيداً في قطاع التعامل التجاري مع السوبر ماركت والمقاهي, ولديها هامش ربح جيد

2) المنتجات الغذائية الساخنة, لدينا بالفعل علامتين تجاريتين, إحداها كويتية والأخرى مكسيكية. وفي القطاع نفسه, لدينا استحواداً على فرع لاستكمال سلة منتجاتنا وتنويعها. كما نركز على فريق العمل الرقمي لمساعدتنا على بيع منتجاتنا عبر الإنترنت من خلال المجمع أو من خلال موقعنا الإلكتروني. وخلال الأرباع الثلاث القادمة, فإن العيد للأغذية سوف تحقق نتائج جيدة من استثمارات العام الماضي.

5) هل لديكم فريق مخصص تفوضونه في كل قطاع جديد؟ كيف تفوضون من يعمل معكم؟

هذا سؤال جيد, نحن نركز بالطبع على الخبرات والموارد البشرية لدينا للوصول إلى أرقامنا. ففي قطاع التوزيع في شركة العيد للأغذية, لدينا مدير عام لديه أكثر من 30 عاماً من الخبرة, وقد فوضناه بالقيام بالأعمال التنفيذية في هذا القطاع. وفي شركات أخرى مثل الشركات التابعة, هنالك دائماً العديد من المدراء و أيضاً شركاء تنفيذيين في الفروع و رواد أعمال في الشركة, و هم شركاء في معظم شركائنا؛ لذ فنحن نمول الشركة, وننظمها, ونساعدهم في عمليات الشراء, وسلاسل التوريد, والعمليات المحاسبية, والعمليات التشغيلية. ولهذا السبب, سوف تلاحظ تقدماً كبيراً في الشركات التابعة لأنهم يعملون معنا. ولدينا في الفروع, وهي مملوكة لنا بنسبة 100%, فريق العمل الخاص بنا, مثل الشيف زياد حمادة. وتعتمد العمليات على الموظفين الأكفاء, نحن نساعدهم ونمولهم ونحدد أهدافاً ليحققوها.

6) هل تخطط للحضور الفعلي في أي من مؤتمرات المُستثمرين؟

نعم, سوف نتواجد في مؤتمر شركة أرقام كابيتال في فبراير من العام القادم ونريد أن نكون جزءاً منه.
هديل المصري (أرقام كابيتال)

نظراً لعدم وجود أسئلة, فإننا بهذا نختتم مكالمتنا الجماعية. شكراً لك سيد/ محمد على المُلخص الغني بالمعلومات المفيدة, وشكراً لكم جميعاً.



العيد للأغذية
ALEID FOODS

Q3 2022
EARNINGS PRESENTATION

NOVEMBER 21, 2022

Disclaimer



This confidential document is provided for informational purposes only. The information set out in this presentation and provided in the discussion subsequent thereto does not constitute an offer or solicitation of an offer to buy or sell securities in any jurisdiction. The presentation is solely for use at an investor presentation and is provided as information only. This presentation does not contain all the information that is material to an investor. This presentation has been prepared by and is the sole responsibility of Aleid Foods Company (Aleid or the Company). You must not place any reliance for any purpose whatsoever on the information contained in this document. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of Aleid Foods or any other person as to the accuracy or completeness of the information or opinions contained in this document and no liability whatsoever is accepted by Aleid Foods or any other person for any loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of such information or opinions or otherwise arising in connection therewith. The information contained in this document has been obtained from sources prepared by other parties and it may not have been independently verified. The supply of this document does not imply that the information within is correct at any time subsequent to the date of this document. The information herein may be amended and supplemented and may not as such be relied upon for the purpose of entering into any transaction. This presentation may not be reproduced in whole or in part, distributed or transmitted to any other person without the Company's prior written consent. The information in this presentation and the views reflected there in are those of the Company and are subject to change without notice. All projections, valuations and statistical analyses are provided to assess the recipient in the evaluation of matters described herein. They maybe based on subjective assessments and assumption and may use one among alternative methodologies that produce different results and to the extent that they are based on historical information, they should not be relied upon as an accurate prediction of future Performance. These materials are not intended to provide the basis for any recommendation that any investor should subscribe for or purchase any securities. This presentation does not disclose all the risks and other significant issues related to an investment in any securities / transaction. Past performance is not indicative of future results. The Company is under no obligation to update or keep current the information contained herein. No person shall have any right of action against the Company or any other person in relation to the accuracy or completeness of the information contained in this presentation. No person is authorized to give any information or to make any representation not contained in and not consistent with this presentation and if given or made such information or representation must not be relied upon as having been authorized by or on behalf of the Company. This presentation does not constitute an offer or an agreement, or a solicitation of an offer or an agreement, to enter into any transaction (including the provision of any services). No assurance is given that any such transaction can or will be arranged or agreed. Certain statements in this presentation may constitute forward-looking statements. These statements reflect the company's expectation and are subject to risk and uncertainties that may cause actual result to differ materially and may adversely affect the outcome and financial effects of the plan described herein. You are cautioned not to rely on such forward-looking statements. The Company does not assume any obligation to update its view of such risk and uncertainties or to publicly announce the result of any revision to the forward-looking statements made herein. This document may contain forward-looking statements which, by their nature, involve a number of risks, uncertainties and assumptions that could cause actual results or events to differ materially from those expressed or implied by these statements. These risks, uncertainties and assumptions could adversely affect the outcome and financial effects of the plans and events described within this document. In particular, actual results may be adversely affected by future developments affecting inflation, interest rates, taxation, social instability or other economic, political or diplomatic or other matters. Forward-looking statements contained in this document that reference past trends or activities should not be taken as a representation that such trends or activities will continue.

Agenda

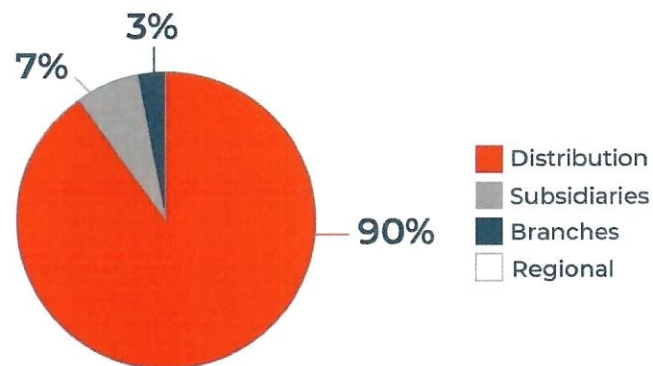


- Aleid Foods market dynamics
- Tailwinds YtD
- Headwinds YtD
- Business performance – Q3 22
- Business performance – YtD 22
- Financial performance
- Aleid Foods share performance
- Geographical footprint and growth drivers

Aleid Foods market dynamics



- In 2020, Aleid Foods embarked on a restructuring plan that saw it expand its business lines from just distribution to a vertically integrated business model adding subsidiaries and branches.
- And in 2022 Aleid Foods announced the regional expansion plans Goals 25, that is set to take the company successful operation model into the GCC market



Tailwinds YtD



PERFORMANCE

Continued strong performance despite inflation, global supply chain problems

HORECA SERVICES

Within a short period, Legion Foods (a newly found subsidiary specialized in services to Horeca channel) succeeded in securing a competitive position among the top 3 key players in the market

REGIONAL EXPANSION

Established regional operations of Aktar Alkhaleej in Riyadh to kickstart our operations in KSA

Headwinds YtD



BRANCHES PERFORMANCE

Some of the newly found branches are behind the scheduled plans.

INFLATION

Continues to affect the food supply chain and will remain the #1 concern for local, regional and international brands and customers alike for the coming months.

PRICE CAPS

Coops channels price caps affected pricing of some of the international brands

Business performance – Q3 22

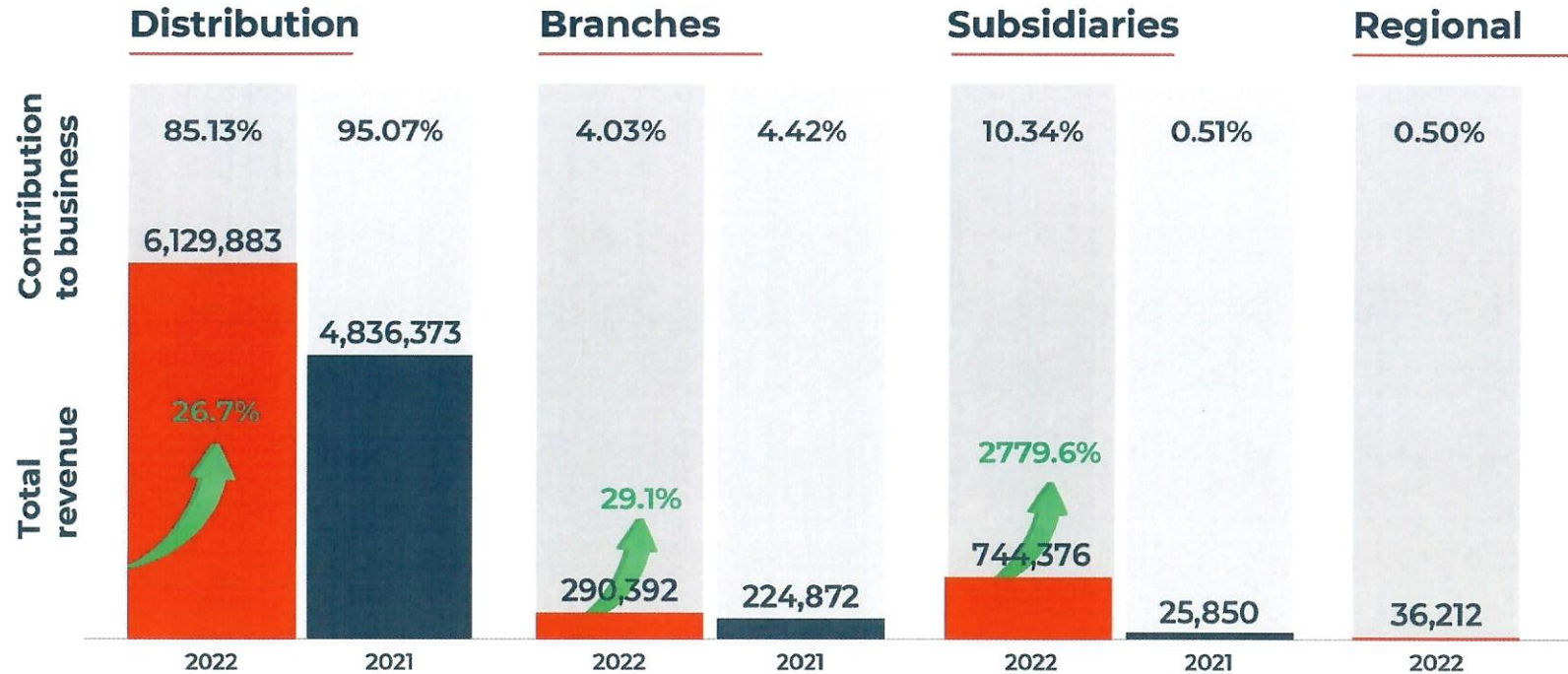


	Q3 - 2022	Q3 - 2021	Growth Q3-2022 VS Q3-2021
Total Revenue	7,2008,63	5,087,095	41.6%
Net Profit	652,409	575,829	13.3%
Net Profit Margin	9.1%	11.3%	-20.0%
EBTIDA	849,822	704,928	20.6%
EBTIDA Margin	11.8%	13.9%	-14.8%

Highlights

- Q3 revenue grew 41.6% y/y to KD 7.2M
- Surge in the general and administrative expenses by 100% y/y due to cost of expansion plan

Business performance – Q3 22 (Cont'd)



Highlights

- We are witnessing revenue growth in the Distribution operations; and planning to reduce the contribution to the business growth with diversified income generating verticals
- Subsidiaries were established / acquired mid 2021, and their contribution is starting to kick in 2022

Business performance – YtD 22

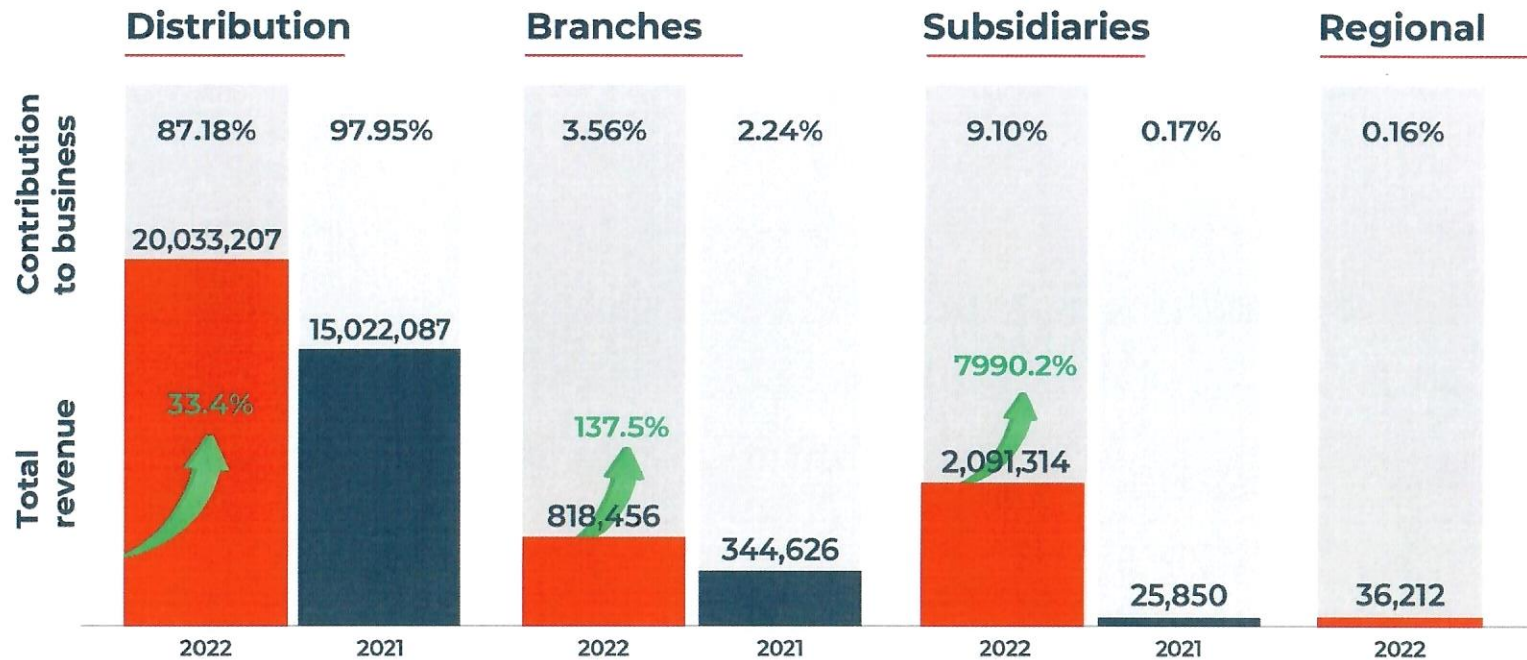


	9M - 2022	9M - 2021	Growth 9M-2022 VS 9M-2021
Total Revenue	22,979,189	15,392,563	49.3%
Net Profit	2,216,479	1,520,992	45.7%
Net Profit Margin	9.6%	9.9%	-2.4%
EBTIDA	2,911,926	2,027,070	43.7%
EBTIDA Margin	12.7%	13.2%	-3.8%

Highlights

- Legion Foods, the specialized in catering services to Horeca channel
- Distribution and Trading keeps driving the business performance
- Honey World sustains its market performance and positioning

Business performance – YtD 22 (Cont'd)



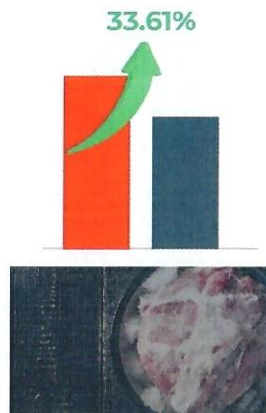
Highlights

- New brands contributing to the growth of the Distribution business segment
- The branches and subsidiaries founded and acquired mid 2021 are starting to contribute to the general revenues

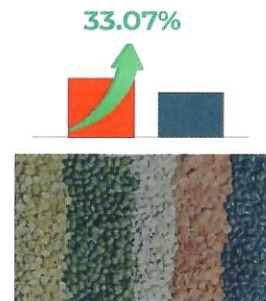
Business performance – YtD 22 (Cont'd)

Distribution segment performance breakdown Y2D 22

Frozen meat and poultry



Rice, pulses, spices and nuts



Frozen fries and vegetables



Other



Highlights

- In 2021 we expanded our basket mix to include confectionaries, snacks and healthy product lines under other
- Plans included wider range of SKU's from the existing partners as well

Financial performance

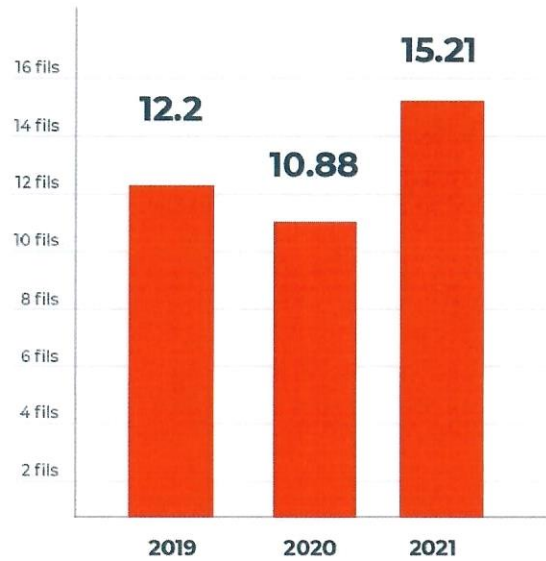


	2021 Ye	2022 YtD
Working Capital	22,281,772	22,389,608
as % of Revenue	97.5%	97.4%
CapEx	346,422	110,665
TO REVNUe %	1.5%	0.5%
Free chash flow	3,282,892	3,459,576
as % of Revenue	14.4%	15.1%
Net debt	6340272	6584056
Net debt/ Equity	30.1%	29.8%
EBITDA	3016707	2911926
Net debt/EBITDA	171.0%	169.3%

Aleid Foods share performance



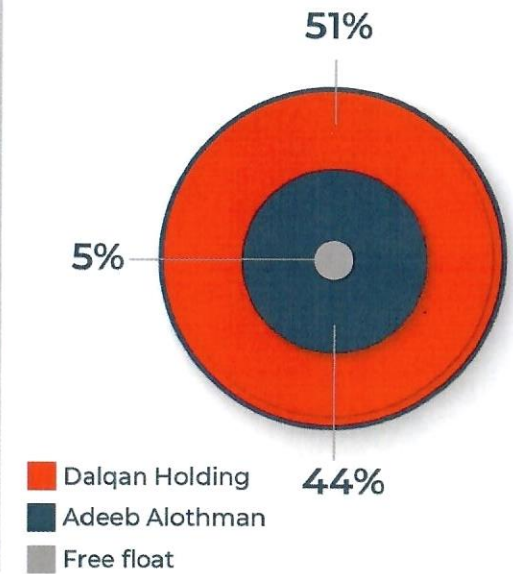
SHARE PROFIT



DIVIDENDS



OWNERSHIP STRUCTURE





March 2022

Announcement

December 2025

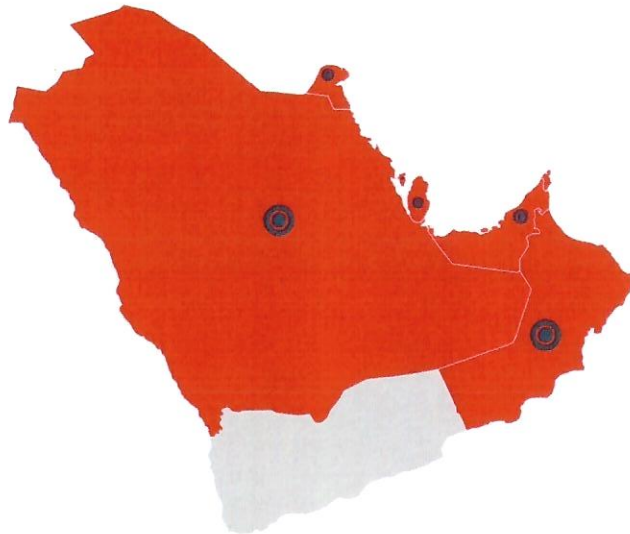
Deadline

A New Milestone

March 2022, Aleid Foods Regional Expansion Journey Takes Off

Click here for to watch the announcement video <https://bit.ly/3tV9L7t>

Geographical footprint and growth drivers



Growth in sales
109% ↑
Y 2025

Contribution per segment

■ Distribution	54%
■ Subsidiaries	16%
■ Branches	8%
■ Regional	25%

Regional expansion provides the next leg for growth. Aleid Foods has put emphasis on its regional expansion strategy Goals_25, which aims for Gulf market expansion and the presence in dynamic and influential cities. The plans kicked off with Aleid Foods Dubai office launch May 2022 mainly to import and re-export foods with specifications matching the Gulf markets. Followed with the establishment of a Riyadh-based company in July 2022, Aqtar Al Khaleej, to be the outset of the company's operational expansion within KSA.



Q&A

Thank you

www.aleidfoods.com



العيد للأغذية
ALEID FOODS

