

Date: 07/05/2026

التاريخ: 2026/05/07

Ref: TTC/Disclosure/2026/13

الإشارة: TTC/Disclosure/2026/13

To / Boursa Kuwait Company

المحترمين

السادة / شركة بورصة الكويت

Greetings ,,,

تحية طيبة وبعد ,,,

Subject: Supplementary disclosure of the Analysts/Investors Conference transcript for the financial statement of 1st Quarter ended 31 March 2026 of Trolley General Trading Co.

الموضوع: افصاح مكمل بخصوص محضر مؤتمر المحللين/المستثمرين للبيانات المالية للربع الأول المنتهي في 31 مارس 2026 لشركة تروولي للتجارة العامة

With reference to above subject, and in line with requirement stipulated in Article No. (7-8) of Boursa Rulebook ,and further to our disclosure dated 05/05/2026, please find attached the supplementary disclosure regarding the transcript of the Analysts/Investors Conference for the financial statements for the first quarter ended 31 March 2026.

بالإشارة إلى الموضوع أعلاه، والتزاماً بالمتطلبات الواردة بالمادة رقم (7-8) من كتاب قواعد البورصة، والى افصاحنا بتاريخ 2026/05/05، نرفق لكم نموذج الإفصاح المكمل بخصوص محضر مؤتمر المحللين/المستثمرين للبيانات المالية للربع الأول المنتهي في 31 مارس 2026.

Sincerely Yours,

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،

Mohammed Yaqoub Boodai
Vice Chairman & Group CEO

محمد يعقوب بودي
نائب رئيس مجلس الإدارة
والرئيس التنفيذي للمجموعة



نموذج الإفصاح المكمل
Supplementary Disclosure Form

Date:	2026/05/07	التاريخ:
Name of the Listed Company	اسم الشركة المدرجة	
Trolley General Trading Company	شركة ترولي للتجارة العامة	
Disclosure Title	عنوان الإفصاح	
Supplementary disclosure of the Analysts/Investors Conference transcript for the financial statement of 1 st Quarter ended 31 March 2026 of Trolley General Trading Co.	إفصاح مكمل بخصوص محضر مؤتمر المحللين/المستثمرين للبيانات المالية للربع الأول المنتهي في 31 مارس 2026 لشركة ترولي للتجارة العامة.	
Disclosure Title	تاريخ الإفصاح السابق	
05 May 2026	05 مايو 2026	
Development of Disclosure	التطور الحاصل على الإفصاح	
Kindly find attached the Analysts/Investors Conference Meeting Transcript for the Financial Statements of the 1 st Quarter ended 31 March 2026 of Trolley General Trading Co.	مرفق لكم محضر مؤتمر المحللين/المستثمرين للبيانات المالية للربع الأول المنتهي في 31 مارس 2026 لشركة ترولي للتجارة العامة.	
Significant Effect of the material information on the financial position of the company	أثر المعلومة الجوهرية على المركز المالي للشركة	
No financial impact.	لا يوجد أثر مالي.	
<p>يتحمل من أصدر هذا الإفصاح كامل المسؤولية عن صحة المعلومات الواردة فيه ودقتها واكتمالها، ويقر بأنه بذل عناية الشخص الحريص في تجنب أية معلومات مضللة أو خاطئة أو ناقصة، وذلك دون أدنى مسؤولية على كل من هيئة أسواق المال وبورصة الكويت للأوراق المالية بشأن محتويات هذا الإفصاح، وبما ينفي عنهما المسؤولية عن أية أضرار قد تلحق بأي شخص جراء نشر هذا الإفصاح أو السماح بنشره عن طريق أنظمتها الإلكترونية أو موقعها الإلكتروني، أو نتيجة استخدام هذا الإفصاح بأي طريقة أخرى.</p> <p>The issuer of this disclosure bears full responsibility for the soundness, accuracy, and completeness of the information contained therein. The issuer acknowledges that it has assumed Care of a Prudent Person to avoid any misleading, false, or incomplete information. The Capital Markets Authority and Boursa Kuwait Securities Exchange shall have no liability whatsoever for the contents of this disclosure. This disclaimer applies to any damages incurred by any Person as a result of the publication of this disclosure, permitting its dissemination through their electronic systems or websites, or its use in any other manner.</p>		







شركة ترولي للتجارة العامة

بورصة الكويت | الرمز: TROLLEY

مؤتمر المحللين

الربع الأول من عام 2026

تنظيم: أرقام كابيتال

أليكس (مشغل المكالمة)

مرحباً وأهلاً وسهلاً بكم في مؤتمر المحللين للربع الأول من عام 2026 لشركة ترولي للتجارة العامة. اسمي أليكس، وسأكون مسؤول تنسيق مجريات هذه المكالمة. إن كنتم تودون طرح أي تساؤلات في نهاية العرض التقديمي، يُرجى الانضمام إلى المكالمة عبر الإنترنت وكتابة أسئلتكم في خانة الأسئلة والأجوبة الموجودة في أعلى شاشتكم. سانتقل الآن للأستاذ علي عفيفي من أرقام كابيتال للبدء بالمكالمة. تفضل.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكراً جزيلاً. مساء الخير للجميع، وأهلاً وسهلاً في مؤتمر المحللين للربع الأول من عام 2026 لشركة ترولي للتجارة العامة، التي تستضيفها شركة أرقام كابيتال. يسعدنا اليوم أن يكون معنا من فريق إدارة الشركة:

الأستاذ محمد بودي – نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة

الأستاذ بيتر جبره – نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لشركة ترولي في المملكة العربية السعودية

الأستاذ أمجد فكري – المدير المالي للمجموعة

والأستاذ طارق شلبي – مدير الالتزام الرقابي للمجموعة

تذكيراً للجميع، يُرجى الالتزام بوضع الاستماع فقط خلال هذه الجلسة، وستتاح فرصة طرح الأسئلة عقب انتهاء العرض التقديمي. علماً أن هذه المكالمة تُسجّل. سننتقل الآن إلى الأستاذ محمد بودي. تفضل.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

مساء الخير، وأهلاً وسهلاً بكم في أول مؤتمر للمحللين تعقده شركة ترولي للتجارة العامة عقب الإدراج الناجح في بورصة الكويت. يسعدنا أن نُعلن عن انطلاقة قوية في عام 2026، مع استمرار نمو الإيرادات ومضيئاً فُدماً في تنفيذ استراتيجية تعدد صيغ المتاجر. قبل البدء، نودّ التنويه إلى أن هذا العرض التقديمي قد يتضمن تصريحات تطلعية تنطوي على بعض المخاطر، وقد تختلف النتائج الفعلية عما تشير إليه هذه التصريحات بسبب عوامل خارجة عن إرادتنا.

سنبداً بعرض نظرة عامة على الشركة وأبرز الأسباب للاستثمار فيها؛ إذ تُدير شركة ترولي منصةً للتجزئة الاستهلاكية تقوم على الاستجابة للسلوك الاستهلاكي اليومي والمتكرر. تُركّز الشركة على تلبية الضروريات اليومية والمنتجات الأساسية، حيث يُولي العملاء الأولوية للسرعة وسهولة الوصول والموثوقية. وبمنح هذا التركيز على الطلبات الضرورية قديراً عالياً من المرونة في مواجهة الدورات الاقتصادية المختلفة.

إن ترولي ليست مجرد شركة رائدة لمتاجر التجزئة، بل هي منصة تجزئة مهمة تُحقّق الدخل من خلال القرب الجغرافي والسرعة والضرورة، مع توظيف الرؤى المستندة إلى البيانات التحليلية كمحرك أساسي للتسريع وتيرة النمو. ويرتكز هذا النشاط التجاري على علامتين تجاريتين متكاملتين:

العلامة الرائدة 'ترولي': تقدم مفهوم للتجزئة للمنتجات الفاخرة، وتتواجد في مواقع استراتيجية ذات حركة مرور مرتفعة. يُحقّق هذا التنسيق أعلى معدلات مبيعات يومية متوسطة في القطاع، ويمثّل المحرك الأساسي للنمو والربحية تحقيقي التدفقات النقدية.

العلامة الثانية 'بقالة بوديغا': يمثل مفهوم متاجر البقالة في الأحياء السكنية، والمُصمّم خصيصاً لاستيعاب قطاع تجزئة يشمل عدد كبير من المتاجر الصغيرة والمستقلة. يتميز هذا التنسيق بانخفاض متطلبات رأس المال، ويُركّز على الضروريات اليومية ومنتجات البقالة لخدمة شريحة كبيرة من المستهلكين.

تواصل الإيرادات التحسّن في ظل تنوع أنشطة الأعمال خارج نطاق التجزئة الأساسية. تُوفّر إيرادات التاجر تدفقات نقدية متكررة، فيما تُشكّل المبيعات الرقمية والإلكترونية عنصراً إضافياً لزيادة الهوامش الربحية. بلغت المبيعات الإلكترونية 1.3 مليون دينار كويتي، مدعومةً بتطبيقنا للجوّال، مع تجاوز عدد المسجّلين في برنامج الولاء 339,000 عميل، فيما تخطّى عدد المستخدمين النشطين 100,000 عميل. يتكامل التطبيق تكاملاً كاملاً مع أنظمة المتاجر ومنصات التوصيل، مما يُعزّز تكرار الزيارات للمتاجر وزيادة حجم السلة الشرائية وكفاءة العروض الترويجية.

على مدى خمسة عشر عاماً طوّرت المجموعة أعمالها بشكلٍ منهجي لإنشاء القدرات اللازمة لتوسيع نطاق الأعمال بأسلوب استراتيجي وفعال. وكان التركيز في مرحلة التوسع الأولى على التحقق من الطلب وتطوير تنسيق المتاجر. وفي المراحل اللاحقة، كان الاهتمام يدور حول استراتيجية اختيار المواقع والانضباط التشغيلي وتحسين مزيج المنتجات. أما في الآونة الأخيرة، فقد تحوّل التركيز نحو قنوات تحقيق الدخل الإضافي، مثل العلامة التجارية الخاصة والمركزية في المشتريات وإيرادات التأجير والتكامل الرقمي. ويعكس هذا التاريخ التشغيلي العريق أسباب تحوّل النمو الحالي إلى ربحية فعلية، وليس مجرد زيادة في الإيرادات.

يُضاف إلى ذلك التوسع الإقليمي في المملكة العربية السعودية، والاستحواذ على بقالة بوديغا وتوسيع نطاق أعمالها، وصولاً إلى الإدراج الناجح في بورصة الكويت. باختصار، تطوّرت شركة ترولي من فكرة متجر واحد إلى منصة متكاملة للتجزئة الاستهلاكية المريحة، عبر محطات رئيسية شملت: التوسع في شبكة المتاجر، والدخول إلى قطاع محطات والمراكز التجارية، وإطلاق العلامة التجارية الخاصة والمركزية في المشتريات.

تعتمد أسباب الاستثمار في ترولي على مزيج من خصائص الطلب الدفاعية ومحركات النمو الهيكلي. يستفيد قطاع التجزئة الاستهلاكية من الطلب على المنتجات الضرورية والمكررة، إذ يتردد العملاء بشكلٍ منتظم ويظل الطلب صامداً عبر الدورات الاقتصادية المختلفة، مما يوفر حماية في مواجهة مخاطر التراجع. في الوقت ذاته، تمتلك ترولي عوامل مهمة للنمو تشمل: فتح متاجر جديدة في مناطق لم يتم الاستثمار فيها بعد، وتحسين إنتاجية المتاجر وهيكل الإيرادات والمنصات الرقمية.

فيما يلي أبرز الأسباب التي تجعل شركة ترولي فرصة استثمارية جذابة على المدى البعيد:

أولاً: ينصب تركيز أعمالنا كلياً على الإنفاق الاستهلاكي الضروري والمتكرر، مما يُتيح لإدارة الشركة تحسين كل جانب من جوانب النموذج التشغيلي، سواءً على مستوى استراتيجية اختيار المواقع أو مزيج وتشكيلة المنتجات أو التسعير أو التفاعل الرقمي.

ثانياً: تستفيد الشركة من مكانة قوية لعلامتها التجارية في مجال المنتجات الفاخرة في قطاع التجزئة، مع التركيز على الجودة والسرعة والموثوقية، بينما تلبى بقالة بوديغا الاحتياجات اليومية باستثمار رأس مالي محدود.

ثالثاً: نتواجد متاجرنا في مواقع استراتيجية ذات حركة مرور مرتفعة، تشمل محطات الوقود والأحياء السكنية وسائر مناطق الطلب العالي، حيث يتسم عدد الزبائن بالاستمرارية. تُقلص هذه الاستراتيجية التأثير بالدورات الاقتصادية وتُعزز ثبات متوسط المبيعات اليومية.

رابعاً: تستفيد ترولي من عوامل اقتصادية مواتية، كالتحصّر المتسارع ونمو عدد السكان وتوسع سوق التجزئة في مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

خامساً: أسست المجموعة منصة مشتريات وسلسلة إمداد فعالة؛ إذ تُتيح المركزية في المشتريات ونمو العلامة الخاصة وتساعد حجم الأعمال مع تحسين الهوامش الربحية والسيطرة على التكاليف التشغيلية.

سادساً: حققت ترولي أداءً مالياً قوياً مع زيادة الرافعة التشغيلية مع نضوج قاعدة المتاجر. تُوزع التكاليف الثابتة على قاعدة إيرادات أكبر، مما يدفع هوامش الربحية نحو الارتفاع.

سابعاً: تتمتع المجموعة باستراتيجية نمو محكمة تفوقها فريق إدارة متمرس. خطط التوسع منضبطة ومدفوعة بالعائدات المرتفعة، ومدعومة بميزانية عمومية قوية وقدرة راسخة على تحقيق التدفقات النقدية. أثبت الفريق الإداري قدرته على توسيع نطاق الأعمال مع الحفاظ على الربحية والمرونة المالية.

مجتمعةً، تُرسخ هذه العوامل مكانة ترولي كشركة تتمتع بخصائص طلب دفاعية، ومحركات نمو داخلية متعددة، وقدرة راسخة على تحويل النمو إلى تدفق نقدي وعوائد عالية للمساهمين. وننتقل الآن إلى بيتر، نائب الرئيس التنفيذي، للحديث عن خارطة الطريق الاستراتيجية لترولي.

الأستاذ بيتر جبره – نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لشركة ترولي في المملكة العربية السعودية

شكراً محمد. سننتقل الآن إلى نظرة عامة على استراتيجية الشركة، التي تعكس تطوّر ترولي من مرحلة بناء الأسس إلى مرحلة التركيز على تحسين العوائد وجودة الأرباح. مع اكتمال هذه المرحلة، تتمحور استراتيجيتنا حول الاستفادة من حجم الأعمال وتحسين هيكل الإيرادات وتحقيق نمو منضبط يُضيف قيمة حقيقية. ومع زيادة نطاق الأعمال وثباته، ينصب تركيزنا الآن على تحسين مزيج الأرباح وتعميق التفاعل مع العملاء والتوسع الانتقائي في الأنشطة التي تُعزز العوائد الربحية.

في الكويت، تتمثل أولويتنا الآن في تحسين الأعمال الجوهرية، والاستفادة من شبكتنا الراسخة للتركيز على أداء المتاجر، زيادة عددها ونضجها بهدف تحسين الرافعة التشغيلية وتحسين الهوامش الربحية تدريجياً. تمثل بقالة بوديغا مساراً مدرّساً للنمو، تُعزز من خلاله نطاق الانتشار وتكرار الزيارات للمتاجر مع الحفاظ على انضباط رأس المال وأداء المتاجر.

على مستوى جميع الأسواق، تُمثل الأدوات الرقمية والتحليلية عناصر تمكين محورية. يُستخدم برنامج الولاء وتطبيق الجوّال وقدرات البيانات لزيادة القيمة المقدمة للعميل وتنويع الإيرادات وتعزيز الربحية دون زيادة ملموسة في التكاليف الثابتة.

يُركز تحسين مزيج الأرباح على زيادة الهوامش الربحية والمتكررة ذات رأس المال المنخفض، مثل إيرادات التأجير والعلامة الخاصة والقنوات الرقمية، بهدف تعزيز الربحية ووضوح رؤية الأرباح مع توسع نطاق الأعمال. يشتمل محرك النمو في ترولي على نموذج الامتياز التجاري المتكامل ونموذج تقليل الأصول، وقنوات التوزيع، والمطابخ المركزية. يُتيح ذلك المجال للتوسع بشكلٍ أسرع عبر تخفيف النفقات الرأس مالية، وترسيخ الأداء التشغيلي، وتحويل المصادر المستندة إلى البيانات والإنتاج المركزي إلى هوامش ربحية مرتفعة.

الرقمنة راسخة في صميم النموذج التشغيلي لترولي، إذ تساهم في تحسين أداء المتاجر. يُتيح التكامل الشامل بين التطبيق وأنظمة المتاجر وبرنامج الولاء رحلة عميل سلسة وسيطرة أعلى على الأسعار مع توفير مجموعة متنوعة من المنتجات. كما تُتيح التحليلات المستندة إلى البيانات والذكاء الاصطناعي عروضاً مخصصة وترويجية موجهة بشكلٍ دقيق ومكافآت ولاء مُحسّنة على مستوى كل عميل. تُعزز هذه المنظومة الرقمية قابلية التوسع، مُتيحة المجال لزيادة الإيرادات مثل العروض الحصرية عبر التطبيق والاشتراكات والمتاجر المظلمة والاستلام من المتاجر دون نفقات رأس مالية كبيرة. وفي المجمل، تعمل المنصة الرقمية على مضاعفة الإنتاجية، وترسيخ ولاء العملاء وتحسن رؤية الإيرادات مع زيادة الهوامش الربحية. وسننتقل الآن إلى المدير المالي للمجموعة، الأستاذ أمجد، للمراجعة المالية.

أمجد فكري (المدير المالي للمجموعة)

شكراً بيتر. سننتقل الآن إلى المراجعة المالية، حيث تُبين نتائج الربع الأول كيفية تنفيذ استراتيجيتنا وتحقيقنا لزيادة ملحوظة في الإيرادات والهوامش الربحية وتحسن التدفقات النقدية.

يعكس هذا الربع تحسناً كبيراً في الأداء المالي للمجموعة. نمت الإيرادات إلى 25.9 مليون دينار كويتي، بزيادة نسبتها 29% على أساس سنوي، مدفوعةً بارتفاع إنتاجية المتاجر واستمرار التوسع في شبكة المتاجر وزيادة إسهام إيرادات التأجير المصادر المتكررة الأخرى للإيرادات.

ان الرافعة التشغيلية واضحة جداً، إذ ارتفعت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) (ما بعد معيار IFRS 16) بنسبة 47% على أساس سنوي إلى 5 ملايين دينار كويتي، مع زيادة هامش ال EBITDA، مما يعكس تحسناً مزيج الأرباح والكفاءة التشغيلية. ارتفع صافي الربح بنسبة 83% إلى 2.4 مليون دينار كويتي، مدعوماً بنمو ال EBITDA وجودة الأرباح، والميزانية العمومية القوية. وقد دعم هذا الأداء القوي التحسّن الملموس في التدفقات النقدية من العمليات والتي بلغت 4.7 مليون دينار كويتي، مع الانضباط الرأسمالي، حيث بلغت النفقات الرأسمالية 0.5 مليون دينار كويتي فقط، مما يعكس التوقيت وتعزيز المبادرات لزيادة الكفاءة التشغيلية.

وتوضّح هذه الصفحة الإيرادات والعوامل الرئيسية المحفّزة للنمو. لقد حققنا إيرادات بلغت 25.9 مليون دينار كويتي، بنمو 29% على أساس سنوي، مدفوعاً بمزيج متوازن من توسّع شبكة المتاجر ونمو قوي للمثل بالمثل واستمرار تحسّن هيكل الإيرادات. أسهم افتتاح 16 متجراً جديداً خلال الربع في تعزيز حجم العمليات، في حين واصلت المتاجر القائمة لأكثر من 12 شهراً تحقيق نمو في إيراداتها، مما يؤكد قوة الطلب وتحسّن إنتاجية المتاجر.

واصلت القنوات الرقمية اكتساب زخم متنامٍ، إذ ارتفعت معاملات التجارة الإلكترونية بنسبة 11.9% على أساس سنوي، مدعومةً بتفاعل أعلى على التطبيق وتنفيذ فعال لاستراتيجية تعدد القنوات. فضلاً عن ذلك، تجاوزت إيرادات التأجير الضعف على أساس سنوي، استجابةً لإعادة تسعير العقود الاستباقية وتعمّق الشراكات مع الموردين. باختصار، يظل النمو شاملاً وعالي الجودة، مدعوماً بتوسع منضبط وأداء قوي مزيج الإيرادات الذي يدعم زيادة الهوامش الربحية في المستقبل.

بالانتقال إلى أداء الإيرادات، يوضح الربع الأول من عام 2026 قوة منصتنا وقابليتها للتوسع. لقد حققنا إيرادات بقيمة 25.9 مليون دينار كويتي، مسجّلين نمواً بنسبة 29%، والذي يُعد بداية قوية جداً للعام ويعزز الزخم الذي اختتمنا به عام 2025. ولم يكن هذا النمو ناتجاً عن عامل واحد فقط، بل جاء نتيجة مزيج من التوسع في حجم العمليات، وتحسّن مزيج الإيرادات، والتنفيذ المنضبط عبر مختلف أنشطة الأعمال. ارتفعت إيرادات التجزئة الأساسية بنسبة 26% لتصل إلى 23.5 مليون دينار كويتي، مما يعكس زيادة الإقبال من العملاء، وتنوع المنتجات، واستمرار نمو متوسط قيمة سلة الشراء. وقد دعم ذلك التسارع في تشغيل المتاجر الجديدة، إلى جانب قوة الطلب الاستهلاكي عبر الفئات الأساسية. أما إيرادات الإيجار فقد تضاعفت على أساس سنوي، مسجّلة نمواً بنسبة 108% لتصل إلى 2.1 مليون دينار كويتي، مدفوعة بتحديث عقود المتاجر داخل المتجر (Shop-in-Shop) وتسجيل مبلغ مليون دينار كويتي كرسوم معالجة، وهو جزء اعتيادي من عملياتنا في الكويت، مع إمكانية اختلاف التوقيت والقيمة من فترة إلى أخرى.

في هذه الصفحة، يمكننا أن نرى توزيع أداء إيرادات التجزئة حسب الموقع الجغرافي والنوع. دولة الكويت تظل هي المحرك الجوهري للأرباح. ارتفعت إيرادات التجزئة إلى 19.1 مليون دينار كويتي في الربع الأول، مدفوعةً بأداء قوي للمثل بالمثل وتحسّن إنتاجية المتاجر. واصل متوسط المبيعات اليومية التحسّن، مستنداً إلى زيادة تنوع المنتجات والطلب الثابت للعملاء عبر الفئات الرئيسية.

بالانتقال إلى المملكة العربية السعودية، نبدأ في ملاحظة ظهور فوائد التوسع وتحقيق الحجم التشغيلي الأعلى. ارتفعت إيرادات التجزئة إلى 4.1 مليون دينار كويتي في الربع الأول، مدفوعةً في المقام الأول بافتتاح متاجر جديدة وتسارع وتيرة التشغيل للمواقع التي افتتحت مؤخراً. وبينما لا تزال المبيعات اليومية المتوسطة أقل من مستويات الكويت، إلا أنها لا تزال قوية، مما يعكس تحسّن اختيار المواقع وزيادة الوعي بعلامتنا التجارية في السوق. بالانتقال إلى بقالة بوديغا، لا يزال هذا القطاع في مرحلة الاستثمار والتكامل، إلا أن الزخم في ازدياد واضح. ارتفعت إيرادات التجزئة إلى 0.4 مليون دينار كويتي، مدفوعةً بتحسينات تشغيلية وتوسع انتقائي في شبكة المتاجر. وعلى الرغم من تواضع الإسهام في الإيرادات، فإنه يمثل معدل نمو قوياً انطلاقاً من قاعدة منخفضة.

في الكويت، ساهمت عملية ترشيد شبكة المتاجر المستهدفة، إلى جانب أداء المثل بالمثل في تحقيق نمو قوي في الإيرادات، مما يؤكد قوة الأسس التشغيلية لدينا رغم الاضطرابات المؤقتة الناتجة عن الأحداث الإقليمية. وكان المساهم الرئيسي في هذا الأداء قوة الطلب من العملاء والتنفيذ الفعال لاستراتيجية شبكة المتاجر.

ويعكس ذلك قوة العلامة التجارية "ترولي" وفاعلية نموذجنا التشغيلي في المواقع القائمة. وبالتوازي، حققت المتاجر الجديدة والمتاجر التي تم افتتاحها مؤخراً إيرادات إضافية ذات أثر ملموس. والأهم من ذلك، أن مساهمة هذه المواقع الجديدة فاقت بالكامل خسائر الإيرادات الناتجة عن إغلاق بعض المتاجر، مما يبرهن على كفاءة استراتيجية التوسع لدينا وسرعة وصول المتاجر الجديدة إلى مستويات إنتاجية مرتفعة.

وعلى الرغم من إغلاق عدد محدود من المتاجر، فقد تم استيعاب هذا الأثر بالكامل من خلال النمو والتوسع الانتقائي. ويعكس ذلك انضباط المرونة التشغيلية في إعادة توجيه الموارد نحو الفرص ذات العائد الأعلى.

في هذه الصفحة، نرى تطور شبكة المتاجر في دولة الكويت. ومن خلال استعراض هذا التطور، واصلت ترولي افتتاح متاجر مختارة في مواقع ذات كثافة مرورية عالية، مما أدى إلى تقوية الأداء في مناطق الجذب الاستراتيجية. أما أثر الإيرادات الناتج عن إغلاق المتاجر، والذي أشرنا إليه سابقاً، فقد تم تعويضه بالكامل من خلال الوتيرة السريعة لأداء

المتاجر الجديدة ومرونة النموذج التشغيلي. وبشكل عام، يمكّننا مزيج الانضباط في إدارة المحفظة والمرونة التشغيلية تحقيق أداء أكثر استدامة وتعزيز العلامة التجارية، على الرغم من التحديات والاضطرابات المحلية.

توضح هذه الصفحة الصفحة الطبيعية الموسمية التي تؤثر على نشاط قطاع التجزئة في الكويت على مدار العام، مع تسليط الضوء على كيفية تأثير سلوك العملاء والعوامل الخارجية على الأداء الربع السنوي. عادةً، تكون مبيعات التجزئة في أول السنة قوية، بسبب عودة المقيمين من الإجازات وظروف طقس أكثر ملاءمة تدفع الزبائن لزيادة الاستهلاك. وخلال شهر رمضان المبارك، تشهد المبيعات تراجعاً مؤقتاً بسبب الصيام وانخفاض الاستهلاك خلال النهار والقيود المفروضة على تناول الأطعمة في الأماكن العامة. يُنقل على المبيعات في موسم الصيف والأعياد والسفر الحرارة الشديدة والإجازات المدرسية والسفر للخارج مما يقلص أعداد الزبائن المحليين.

أما في المملكة العربية السعودية، كان أداء المثل مع مثل هو المحرك الأساسي لنمو الإيرادات، مما يشير إلى تحسّن إنتاجية المتاجر وقوة جذب أكبر للعملاء وقوة الطلب بدلاً من نمو مدفوع بحجم المبيعات فقط. قدّمت المتاجر الجديدة إسهاماً ملحوظاً، مما يعكس تسارع وتيرة التشغيل وفوائد الانتقاء الاستراتيجي للمواقع مع اكتساب العلامة التجارية مزيداً من الحضور والانتشار في السوق. كان تأثير إغلاق المتاجر على الإيرادات طفيفاً، وقد تم استيعابه بالكامل عبر النمو المستمر والأداء القوي للمتاجر الجديدة.

بالنسبة لبقالة بوديغا تأثرت الإيرادات مؤقتاً بقيود تنظيمية، شملت تعليق بيع مشروبات الطاقة في متاجر البقالة والتي أثرت على نحو 4% من المبيعات. وكان توجيه حكومي في مارس بخصوص بعض فئات المنتجات قد أثر على نحو 11% من الإيرادات، ولكن يعد ذلك تأثير استثنائي ولا يشير إلى تراجع الطلب. وقد قام بعض العملاء بإعادة توجيه إنفاقهم مؤقتاً نحو الهايبرماركت لشراء الاحتياجات الأساسية بكميات كبيرة، مما أثر بشكل غير متناسب على متاجر الأحياء ذات المساحات الصغيرة خلال تلك الفترة. والجدير بالذكر أن هذه التأثيرات كانت خارجية ومؤقتة وأن الأسس الجوهرية للسوق تظل قوية، ومن المتوقع أن يعود الأداء إلى مساره الطبيعي.

ظل أداء إجمالي الربح في الربع الأول من 2026 قوياً وصامداً، مدعوماً بنمو الإيرادات ومزيج الأرباح. ارتفع إجمالي الربح إلى 9.1 مليون دينار كويتي مع ارتفاع هامش الربح الإجمالي بأكثر من 100 نقطة أساس إلى 35%. استمر هامش الربح في الاستفادة من مصادر الإيرادات ذات الهوامش الأعلى، ولا سيما إيرادات المتاجر داخل المتاجر، إلى جانب مجموعة متنوعة من المنتجات المميزة والمفاهيم المبتكرة والحلول البرمجية الرئيسية. بقيت معدلات الهدر عند مستويات منخفضة تقل عن 1% من مبيعات التجزئة، مدعومة بإدارة مخزون أكثر كفاءة ونهج إعادة توريد قائم على البيانات.

في الكويت، ارتفعت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) بشكل ملموس مع زيادة الهوامش الربحية، مما يعكس نمو المثل بالمثل والطلب المرتفع وزيادة حجم أعمالنا، مما يعزز دور الكويت باعتبارها المحرك الأساسي لأرباح المجموعة. وفي المملكة العربية السعودية، واصل ال EBITDA تحسنه، انطلاقاً من قاعدة منخفضة، مع تحوّل هامش الربح إلى الإيجابية، مدعوماً بارتفاع الإيرادات، وتحسّن إنتاجية المتاجر، وبدء ظهور أثر الرفع التشغيلية، التي تعوّض التكاليف الثابتة المرتبطة بمرحلة التوسع المبكرة. بقيت ال EBITDA لدى بقالة سالية، ولكنها أبدت تحسناً في الهوامش الربحية، مما يشير إلى بوادر مبكرة لاستقرار التكاليف والاستفادة من التكامل التشغيلي، وذلك على الرغم من استمرار الأعمال في مرحلة الاستثمار. بشكل عام، نلاحظ تقدماً واضحاً في الأرباح، مع توسّع الأسواق القائمة، واقترب أسواق النمو من نقطة التعادل، وزيادة ربحية المجموعة من خلال الانضباط في إدارة التكاليف والنمو المستمر.

ارتفع صافي الربح إلى 2.4 مليون دينار كويتي في الربع الأول، بزيادة 83% على أساس سنوي، مما يعكس نمو قوي في ال EBITDA وترشيد النفقات الرأس مالية. تأثرت الهوامش الربحية بالاستثمارات في العلامة التجارية، بما فيها زيادة القوى العاملة لدعم افتتاح المتاجر الجديدة انشاء وظائف مركزية والتوسع المستمر في المملكة العربية السعودية وبقالة. كانت هذه الاستثمارات مدروسة بعناية، وتهدف إلى ترسيخ مكانة ترولي استراتيجياً لزيادة نطاق أعمالنا، وتعزيز الرفع التشغيلية، والوصول إلى استقرار الهوامش الربحية مع مرور الوقت. وبوجه عام، ظلّت اتجاهات الربحية صحية وفي تحسّن مستمر، مما يعزز الثقة في تحقيق نمو مستدام في الأرباح.

انخفضت النفقات الرأسمالية إلى 0.5 مليون دينار كويتي في الربع الأول 2026، أي ما يعادل 1.8% من الإيرادات، مما يعكس تحسّن كفاءة رأس المال مع نمو حجم الأعمال. يُركّز الإنفاق في المقام الأول على افتتاح متاجر جديدة وتجديدات انتقائية واستثمارات محدودة في الأصول غير الملموسة، مستفيداً من الشراء بالجملة والتنسيقات المعيارية للمتاجر. تبقى النفقات الرأسمالية أعلى في المملكة العربية السعودية بسبب المساحة الأكبر للمتاجر، بينما تنسم بقالة بنفقات رأسمالية منخفضة تدعم التوسع السريع والاقتصادي كذلك. بشكل عام، يظل الإنفاق الرأس مالي منضبطاً ومرتكزاً على العوائد، مما يضع المجموعة في موقع قوي للحفاظ على النمو ودعم التدفقات النقدية.

تحسّن التدفقات النقدية الحرة بشكل ملحوظ في الربع الأول، مدعوماً بزيادة التدفقات النقدية من العمليان وتقليص النفقات الرأسمالية، مما أدى إلى تجاوز التدفقات النقدية الحرة لل EBITDA نسبة ال 80%. في الربع الأول من عام 2025، شهدنا تراجعاً في التدفقات النقدية الحرة نتيجة المدفوعات التي تم سدادها للموردين وزيادة الأرصدة مع الأطراف ذات العلاقة. تواصل الشركة تحقيق عوائد مجزية مع تحسّن العائد على حقوق الملكية، مما يعكس زيادة الربحية والتوظيف الفعّال لرأس المال. بلغ صافي الدين إلى الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (ما قبل IFRS 16) ناقص 1.5 مرة، مما يُجسّد قوة الميزانية العمومية والمرونة المالية.

ننقل إلى الرئيس التنفيذي الأستاذ محمد.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

نختم بهذا عرضنا التقديمي اليوم. في المجمل، يعكس أداء الربع الأول من عام 2026 قوة نموذج أعمالنا في الكويت وتسريع وتيرة نطاق العمليات في المملكة العربية السعودية والتقدم المستمر نحو تحقيق الربحية لدى بقالة. ونحن واثقون من استراتيجيتنا الرامية إلى تحسين مزيج الأرباح والاستفادة من منصتنا الرقمية والتوسع الانتقائي عبر المواقع ذات العوائد المرتفعة ونموذج تقليل الأصول. مع ميزانية عمومية قوية ورؤية نمو واضحة وإطار محكم لتوزيع رأس المال، نتمتع بوضع جيد يُمكننا من تحقيق قيمة مستدامة على المدى البعيد لمساهميننا. شكرًا لحسن الاستماع، ونفتح الآن المجال لأسئلتكم. شكرًا لكم.

أليكس (المشغل)

شكرًا لكم. للتذكير، إذا رغبت في طرح سؤال، يُرجى الانضمام إلى المكالمة عبر الإنترنت وكتابة سؤالكم في خانة الأسئلة والأجوبة الموجودة أعلى الشاشة.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

شكرًا. لدينا الآن أول سؤال من راجات باغشي من NBK Wealth يشرككم على الاتصال، ويود أن يسأل عما إذا كان بإمكانكم التعليق على اتجاهات الهوامش الربحية في الكويت والمملكة العربية السعودية، وما هي توقعاتكم للفترة المقبلة؟

أمجد فكري (المدير المالي للمجموعة)

كما نلاحظ في هامش الربع الأول، كان الهامش قوياً على كل المستويات. وكما أشرنا، ارتفع بمقدار 100 نقطة أساس مقارنةً بالربع الأول من العام الماضي. وقد حققنا هامش ربح إجمالي يبلغ 34% في الربع الأول من عام 2025 مقارنةً بـ 35.1% في 2026، ويعكس هذا التحسن مزيجاً إيجابياً من الإيرادات والتحسين التشغيلي. أسهم تحوّل مزيج الإيرادات، لا سيما النمو الكبير في إيرادات الإيجار، بشكل ملموس في توسّع هامش الربح الإجمالي.

مع تصاعد إيرادات الإيجار، يرتبط ارتباطاً مباشراً بربحية المجموعة. علاوةً على ذلك، سجلنا هذا الربع دخلاً متكرراً من تجديد عقود المتاجر داخل المتاجر بمبلغ مليون دينار كويتي، ساهم في تحسين الهامش. يُعدّ هذا أحد أسباب تحسّن الهوامش الربحية، ونتوقع أن يتكرر مع كل افتتاح متجر جديد، وإن كان يتفاوت من حيث التوقيت والمبلغ وفقاً للخطة.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

مضيفاً إلى ما قاله الأستاذ أمجد بخصوص العقود، فإنه عند انتهاء أي عقد، يتم تجديده، وبالتالي تُجدد رسوم المعالجة أيضاً وفقاً للتوقيت. وكما أشار، مع افتتاح مواقع جديدة نميل إلى تأجيرها والحصول على رسوم المعالجة أيضاً. إذاً، رسوم المعالجة متكررة، لكنها غير منتظمة وتتفاوت في المبالغ بحسب عوامل متعددة.

أمجد فكري (المدير المالي للمجموعة)

عامل رئيسي إضافي أو الإشارة إليه هو خدمة الموردين؛ مع زيادة حجم شبكتنا، نستفيد من خصومات تدرجية ونحصل عائدات أفضل من موردينا في المملكة العربية السعودية والكويت على حدٍ سواء.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

بالإضافة إلى ذلك، نعتقد أن هوامشنا الربحية في الكويت والمملكة العربية السعودية ستواصل التحسّن استناداً إلى مستهدفات المبيعات المتفق عليها مع الموردين في إطار نظام الحوافز المتبادلة بيننا وبينهم.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال الثاني من راجات سيكون: هل لديكم أي توجيهات بخصوص الهوامش الربحية، سواء هامش الربح الإجمالي أو EBITDA أو التشغيلي، للأعوام 2026 و 2027 على مستوى المجموعة؟

أمجد فكري - المدير المالي للمجموعة

نعم، نحن واثقون من الأداء خلال الربع الأول ومن قوة الشركة في ظل التحديات السياسية التي واجهناها خلال تلك الفترة، ورغم هذه الظروف، فقد تجاوزنا النتائج المتوقعة. ونحن على ثقة بأن مؤشرات الأداء ستتماشى مع الإرشادات التي تم تقديمها في المراحل المبكرة من العام، ونثق في قدرتنا على تحقيق النتائج التي شاركناها سابقاً.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من حمد من كامكو إنفست: هل يمكنكم التطرق إلى خطة نموذج الامتياز التجاري؟ وهل ما زالت قائمة؟ وما هو التقدم أو الخطة المستقبلية؟

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة):

فيما يخص الامتياز التجاري، ما زلنا في مرحلة الإعداد. نؤمن بأن برنامج الامتياز يجب أن يكون قصة نجاح منذ أول اتفاق يتم توقيعه مع أول شريك. لذلك، لا نزال نعمل على تحسين واختبار اتفاقية الامتياز بشكل مكثف. فريق الامتياز لدينا يقوم حاليًا باختبار النموذج داخليًا لاكتشاف أي ثغرات، ونعتقد أننا نغلق هذه الثغرات تدريجيًا ونقترب من الجاهزية. نحن متحمسون جدًا لبرنامج الامتياز، لكن لا يمكننا الالتزام بتاريخ محدد. ما نؤكد عليه هو أننا نفضل أن "نقيس مرتين قبل أن نقطع مرة واحدة"، لضمان نجاح النموذج منذ البداية، لأن أي إخفاق مبكر قد يؤثر سلبيًا على سمعة البرنامج ويصعب التوسع لاحقًا. التدرج والثبات في تحسين النموذج سيمنحنا ميزة تنافسية قوية للتوسع السريع مستقبلاً.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال الثاني: هل يمكنكم إلقاء الضوء على أعمال الشركة في السعودية، من حيث التوسع في المتاجر، وزيادة الهوامش الربحية، ونضج المتاجر؟

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

خلال الربع الأول افتتحنا 12 متجرًا، معظمها ناتج عن الاتفاقية التي وقعتها مع محطات المترو نهاية العام الماضي. بعض هذه المواقع افتتحت في منتصف شهر رمضان، إضافة إلى الاضطرابات الجيوسياسية في المنطقة، ما أثر بشكل طفيف. بعد رمضان عاد الأداء إلى طبيعته. وبما أننا نعمل في نموذج مختلف عن الهايبرماركت، فإن شهر رمضان عادةً يشهد تباطؤًا لدينا ثم تعافيًا لاحقًا. فيما يتعلق بالهوامش الربحية، فإنها تنمو مع نمو حجم الأعمال، ونستفيد من تحسن سلسلة التوريد، مما يعكس إيجابيًا مع زيادة حجم الأعمال على أساس سنوي.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

وإضافة إلى ذلك، فإن وتيرة تحسن الهوامش الربحية في السعودية أفضل بكثير مما شهدناه في بداية أعمالنا في الكويت خلال عامي 2010 و2011. نرى أن أداء السعودية في هذه المرحلة متقدم مقارنة ببدايات الكويت، ونتوقع تحسنًا إضافيًا في الهوامش الربحية في كلا السوقين في المستقبل.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من دانا العنزي من شركة مركز، تشكركم على المؤتمر، وتود لو تركزتم بشرح ديناميكيات المصروفات التشغيلية بين المتاجر الجديدة والقائمة، لا سيما في ضوء تحقيق نمو مماثل للفترة السابقة في الإيرادات بنسبة 11% مقابل نمو في الربحية بنسبة 2.8% فقط. وبناءً عليه، تتساءل عن العوامل التي تضغط على ربحية العمليات في دولة الكويت.

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

هل تقصد المصروفات التشغيلية، صحيح؟

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

نعم، بالضبط.

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية):

فيما يتعلق بالمصروفات التشغيلية، نلاحظ اختلافًا بين الكويت والسعودية وبقالة، حيث لا تزال السعودية وبقالة في مرحلة استثمار. في الكويت، النسب مستقرة وتحت السيطرة. أما في السعودية، فهناك استثمارات في التوظيف والمصاريف التشغيلية، بينما المتاجر لم تصل بعد إلى مرحلة النضج لتعويض هذه التكاليف. عند وصول المتاجر إلى مرحلة النضج، ستعود النسب إلى مستويات طبيعية كما هو الحال في دولة الكويت.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من نيثيت من بنك سبكو، ما آخر مستجدات مذكرة التفاهم الموقعة مع شركة الدريس؟

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

استلمنا عددًا محدودًا من المواقع خلال هذا الربع، وسيتم افتتاحها في الربع الثاني. ومع ذلك، فإننا نعمل حاليًا مع شركة الدريس على تقييم شامل لجميع مواقعها على مستوى المملكة، بهدف تحديد المواقع الأنسب لعلامة ترولي خلال السنوات القليلة المقبلة. ومن المتوقع أن تستغرق هذه الدراسة عدة أشهر حتى الانتهاء منها. وسنعمل أيضاً على تعزيز قدراتنا التشغيلية لإدارة عدد أكبر من المواقع مستقبلاً. وسيتم ذلك بالتوازي مع التعاقد مع الاستشاري المناسب للمساعدة في حصر هذا الحجم الكبير من المواقع. نحن نتحدث عن أكثر من 1,000 موقع على مستوى المملكة ككل . وللتسريع من هذه العملية، سنستعين بإحدى شركات الاستشارات لمساعدتنا في حصر وتقييم جميع هذه المواقع وتحديد ما يتناسب مع علامة ترولي التجارية على المدى القريب. وبالتوازي مع ذلك، وبالعودة إلى المواقع الأخرى التي وقعناها مع أرامكو، نحن على وشك استلام دفعة جديدة من مواقع أرامكو. كما أن لدينا حاليًا عددًا من المواقع قيد التقييم، وسنتخذ قرارنا بشأنها قريبًا جدًا.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. سؤال آخر من راجات من NBK Wealth ، حول التوسع في السعودية ونقطة التعادل لصافي الأرباح.

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

نحن ملتزمون بالإرشادات التي أعلنها سابقًا، وما زلنا واثقين من تحقيقها في الوقت المحدد.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

الإطار الزمني للتعادل المذكور في التوجيهات المقدمة للمستثمرين، ونحن ملتزمون به.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من محمد من أجيح كابيتال حول تأثير إغلاق مضيق هرمز على سلسلة التوريد والهوامش الربحية.

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

في الواقع، كنا مستعدين لمثل هذا الوضع من خلال الابتعاد عن نموذج يُعرف بالتوريد المباشر، والذي يعتمد بدرجة أكبر على الموردين. وقد انتقلنا بدلاً من ذلك إلى نموذج التخزين، حيث نقوم بتخزين مخزون يغطي في المتوسط نحو شهر ونصف لمعظم المنتجات ضمن شريحة 20/80 الرئيسية. وبناءً على ذلك، لم نواجه منذ اليوم الأول أي مشكلات كبيرة في توفر المنتجات، مما انعكس بوضوح على أدائنا خلال الربع الأول. وفي الوقت نفسه، لم نشهد حتى الآن أي تغيير جوهري في مستويات الأسعار. ونعتقد أن ذلك يعود أيضًا إلى الإجراءات التي تتخذها الكويت للحفاظ على استقرار الأسعار على مستوى الدولة. وبالتالي، لم نلاحظ أي ارتفاعات كبيرة في الأسعار حتى الآن.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

وإضافةً إلى ذلك، بيتر وفريقه كانوا قد أعدوا خطة قوية جدًا كخطة طوارئ، تتيح لنا البدء بتوريد المنتجات من ترولي السعودية إلى الكويت في حال حدوث نقص كبير في المخزون. إلا أننا لم نواجه أي حالات نقص كبيرة حتى الآن. وفي حال حدوث ذلك مستقبلاً، سنقوم في جميع الأحوال بتغطية الاحتياجات من خلال ترولي السعودية.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. سؤال من هارش من مجموعة بهبهاني حول استراتيجية بقالة وأهدافكم لتحقيق الربحية.

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

حسنًا. طبيعة أعمال بقالة تقوم على حجم مبيعات مرتفع وهوامش ربح منخفضة. ولذلك، وكما أشرنا سابقًا في نشرة الاكتتاب، فإن هذا النشاط يحتاج إلى التوسع بشكلٍ كبير قبل الوصول إلى مرحلة الربحية. ونستهدف إحداث تغيير جوهري واسع في سلوك المستهلك، ونعمل على توحيد وتحديث قطاع البقالات بالكامل في الكويت. ويتطلب ذلك الوصول إلى أكثر

من 100 متجر حتى نبدأ بملاحظة تفاعل المستهلكين مع نموذج بقالة الجديد، والانتقال تدريجيًا من السلوك التقليدي المرتبط بالبقالات القديمة في السوق إلى بناء علاقة وتفاعل مع العلامة التجارية الجديدة. وبالتالي، فإن بناء هذا الوعي وتغيير السلوك الاستهلاكي يستغرق وقتًا. وفي هذا الإطار، نتابع عن كثب خطط التوسع في بقالة، ونقوم بمراقبتها وتوجيهها بعناية لضمان نمو مدروس ومستدام لهذا النشاط.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من دانا هو ما إذا كنتم تخططون للتوسع داخل محطات الوقود في الكويت، وهل هناك، على سبيل المثال، أي متاجر يجري العمل حاليًا على افتتاحها؟

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)

نعم، لدينا عدد من المتاجر في محطات الوقود التي سيتم افتتاحها خلال هذا العام بالتعاون مع شركتي أولى وألفا. بالإضافة إلى ذلك، كانت هناك مناقصة مطروحة من شركة البترول الوطنية الكويتية قبل أسابيع قليلة، إلا أن نتائج هذه المناقصة لم يتم الإعلان عنها حتى الآن.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. لدينا سؤال آخر من راجات من NBK

هل يمكنكم التعليق على آلية استيراد البضائع في كلٍّ من الكويت والمملكة العربية السعودية؟ وهل يتم ذلك بالكامل عبر النقل البري؟

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

في حال وجود ضغوط جيوسياسية، سنقوم بتوريد البضائع من المملكة العربية السعودية إلى الكويت عبر النقل البري، إذا ما حدث ذلك، إذا كنت قد فهمت السؤال بشكل صحيح.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

نعم، صحيح. واستكمالًا لهذا السؤال، هل سيكون لذلك تأثير على الهوامش الربحية مستقبلاً، نتيجة ارتفاع تكاليف الخدمات اللوجستية؟

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

نعم، سيكون لذلك تأثير طفيف على الهوامش الربحية، لكن استمرارية الأعمال تبقى أولويتنا الرئيسية في مثل هذه الظروف، وذلك لضمان عدم فقدان العملاء. وبعد ذلك، سنعمل على إيجاد وسائل بديلة لتحسين الهوامش الربحية في حال تصاعد هذه الظروف.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من زبير من شركة فيرجنت لإدارة الأصول. في وقت طرح العام الأولي، كانت الإرشادات الخاصة بالسعودية تشير إلى افتتاح 22 متجرًا خلال عام 2026. فهل تنوون مراجعة هذه الإرشادات في ضوء قيامكم بالفعل بافتتاح 12 متجرًا خلال الربع الأول؟

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)

في الواقع لا يمكننا التعليق على ذلك في الوقت الحالي، ولكننا سنلتزم بالإرشادات المعلنة. وفي حال حدوث أي تحديث أو تحسن على هذه الإرشادات، فسيتم الإعلان عنه رسميًا.

علي عفيفي (مدير المكالمة - أرقام كابيتال)

شكرًا. السؤال التالي من حمد من شركة كامكو إنفست. كيف تتظرون إلى إيرادات الإيجار في الفترة المقبلة؟ وهل هناك زيادة متوقعة؟ وكل كم يتم تجديد العقود؟

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)
عقود إيجار متاجرنا أم...؟

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)
المتاجر داخل المتاجر

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)
فيما يخص عقود المتاجر داخل المتاجر، فقد تم تجديدها مؤخرًا، وتمتد عادةً لمدة تتراوح بين 5 و8 سنوات. كما أن الدخل الإضافي الناتج عن زيادات الإيجار سيستمر خلال الفترات المقبلة، وذلك وفقًا لما تم الإعلان عنه في خطة الأعمال للخمس سنوات القادمة، وهو ما ينعكس أيضًا بوضوح في خطة أعمالنا الحالية.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)
وإضافةً إلى ذلك، فإن بعض عقود المتاجر داخل المتاجر مبرمة لمدة خمس سنوات، بينما يمتد بعضها الآخر إلى ثماني سنوات، وغالبًا ما تكون قابلةً للتحسن بناءً على سير المفاوضات. ونحرص دائمًا على أن تكون العلاقة مربحةً للطرفين (بيننا وبين المستأجرين). لذلك، نقوم بإجراء دراسات لحركة الزوار لديهم لفهم ما إذا كانت مبيعاتهم تشهد تحسنًا، وهو ما يتيح لنا البدء في التفاوض على شروط أفضل. وبالتالي، فإن الأمر يعتمد دائمًا على كل حالة على حدة وعلى عدد الزوار إلى متاجرهم. وخلال السنوات الماضية، لاحظنا زيادة واضحة في حركة الزوار ونموًا في أداء المتاجر، وهو ما دفعنا إلى إعادة التفاوض على هذه العقود ورفع قيمتها.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)
شكرًا. للتذكير، إذا رغبتم في طرح أي سؤال، يُرجى كتابة سؤالكم في خانة الأسئلة والأجوبة الموجودة أعلى الشاشة.

أليكس (المشغل):
لا توجد أسئلة أخرى في الوقت الحالي، وسأعيد الكلمة للإدارة.

أمجد فكري (المدير المالي للمجموعة)
شكرًا.

بيتر جبره (نائب الرئيس التنفيذي للمجموعة والمدير التنفيذي لترولي السعودية)
شكرًا.

محمد بودي (نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للمجموعة)
شكرًا جزيلًا.

أليكس (مشغل المكالمات)
يُختتم بهذا مؤتمرنا اليوم. شكرًا جزيلًا لجميع المشاركين. يمكنكم الآن قطع الاتصال.

علي عفيفي (مدير المكالمات - أرقام كابيتال)
شكرًا للجميع.

TROLLEY GENERAL TRADING COMPANY

Boursa Kuwait | Ticker: TROLLEY

Trolley General Trading Company Earnings Call Transcript

Q1 2026

Hosted by Arqaam Capital

Alex (Operator)

Hello, and welcome to the Trolley General Trading Company First Quarter 2026 Earnings Call. My name is Alex, and I will be coordinating today's call. If you would like to ask a question at the end of the presentation, please join online and type your question into the Q&A text box at the top of your screen. I will now hand over to Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) from Arqaam Capital to begin. Please go ahead.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator)

Thank you. Good afternoon, everyone, and welcome to Q1 2026 Earnings Call of Trolley General Trading Company hosted by Arqaam Capital. We have with us today from the management team:

Mr. Mohammed Boodai, Vice Chairman and Group CEO

Mr. Peter Gabra, Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA

Mr. Amgad Fikry, Group CFO

and Mr. Tarek Shalabi, Group Director of Regulation Compliance

As a reminder, all participants are in listen-only mode, and there will be an opportunity to ask all of your questions once the presentation concludes. Please note that the conference is being recorded. I will now hand over the call to Mr. Mohammed Boodai. Please go ahead.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

Good afternoon, and welcome to the very first earnings call of Trolley General Trading Company following our recent successful listing in Boursa Kuwait. We are pleased to report a strong start in 2026, sustained revenue growth and continued execution of our multi-format strategy. Before we begin, please note that this presentation may include forward-looking statements that involve risks and uncertainties, and actual results may differ due to factors beyond our control. We will commence with an overview of the company and the investment case; Trolley operates a convenience retail platform built around high-frequency nondiscretionary consumer behavior.

The business serves everyday essentials and other key products where consumers prioritize speed, accessibility, and reliability. This focus on necessity-driven demand gives the model a high degree of resilience across economic cycles. Trolley is not just a leading convenience store operator. We run a high-frequency retail platform, monetizing proximity, speed, and necessity with data-driven insights acting as accelerators. The business is structured around 2 complementary brands.

The flagship, **Trolley** format, is a premium convenience concept located in high-traffic and strategic locations. It delivers industry-leading average daily sales and acts as a growth primary engine for profitability and cash generation. **Baqala Bodega**, the group neighborhood convenience format, is designed to address a large and historically fragmented retail segment. It is intentionally capital-light and focused on everyday essentials and groceries targeting the mass audience.

Revenue quality continues to strengthen as the business diversifies beyond core retail. Rental shop-in-shop income provides recurring cash flows while digital and online sales are incremental and marginally accretive. Online sales reached KWD 1.3 million, supported by our mobile application with loyalty registration reaching 339,000 customers and active users surpassing 100,000 customers. The app is fully integrated with store systems and delivery platforms, enabling higher visit frequency, improved basket size, and more efficient promotions through personalization.

Our growth story over the last 15 years, the group has systematically built the capabilities required to scale the business in a strategic and efficient manner. Early expansion focused on validating demand and refining store formats. Subsequent phases concentrated on location strategy, operational discipline, and category optimization. More recent emphasis has shifted towards monetization avenues such as private label, centralized sourcing, rental income, and digital integration. This long operating history explains why current growth is translating into profitability rather than simply top line expansion.

This is in addition to regional expansion into KSA, the acquisition and rollout of Baqala Bodega format and ultimately, the recent successful listing in Bursa Kuwait. In summary, Trolley has evolved from a single location concept into a scaled convenience retail platform through key milestones, including store network expansion, entry into gas stations and mall formats, launch of private label and centralized sourcing.

So why invest in Trolley? The investment case for Trolley rests on a combination of defensive demand characteristics, and structural growth drivers. Convenience retail benefits from high-frequency nondiscretionary consumption. Customers visit frequently and demand remains resilient through economic cycles. This provides downside protection. At the same time, Trolley has clear offensive growth levers, store rollouts in unpenetrated locations, improving store productivity, revenue mix, and digital monetization.

This slide summarizes the core reasons why we believe Trolley represents a compelling long-term investment opportunity. First, our business is entirely focused on high-frequency nondiscretionary consumer spending, which allows management to optimize every aspect of the operational model such as location strategy, assortment, pricing, and digital engagement. Second, we benefit from strong brand positioning and differentiated offering, the Trolley brand is positioned at the premium end of convenience retail, emphasizing

quality, speed, and reliability, while Baqala addresses everyday neighborhood needs in capital-light format.

Third, our stores are deliberately located in high-traffic locations and strategic locations. These include gas stations, residential neighborhoods, and other captive demand catchments where footfall is predictable and recurring. This location strategy reduces sensitivity to discretionary spending cycles and supports consistent average daily sales across the network. Fourth, Trolley benefits from favorable macro tailwinds such as increasing urbanization, population growth, and growth in retail market in the GCC overall. Fifth, the group has built an efficient procurement and supply chain platform, centralized sourcing, growing private label penetration and increasing scale enable margin optimization and cost control.

Sixth, Trolley delivered solid financial performance with visible operating leverage as the store base matures. Fixed costs are absorbed across a larger revenue base, driving margin expansion. Finally, the group benefits from a well-defined growth strategy led by a seasoned management team. Expansion plans are disciplined, return-driven, and supported by a strong balance sheet and cash-generating. Management has demonstrated the ability to scale the business while preserving profitability and financial flexibility. Taken together, these factors position Trolley as a business with defensive demand characteristics, multiple internal growth levers, and the ability to consistently convert growth into cash and shareholder returns. I will now hand over to Peter, our Deputy CEO, to discuss the strategic road map of Trolley.

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Thank you, Mohammed. We will now turn to our strategic review, which reflects the evolution of Trolley from scale-building phase into a period focused on optimizing returns and earnings quality. With a strong platform now firmly in place, our strategy is centered on leveraging scale, improving mix, and driving disciplined, value-accretive growth. With the scale firmly established, our focus is now optimizing earning mix, deepening customer engagement, and expanding selectively in ways that enhance returns.

In Kuwait, the priority is now to optimize the core business, leveraging our established network to improve store focus and prioritizing store rollout and maturity in order to unlock operating leverage and steadily improve margins. Baqala Bodega represents a measured growth avenue where we are building reach and frequency while maintaining strict discipline on capital and store performance. Across all markets, digital and analytics are critical enablers. Our loyalty program, mobile app, and data capabilities are being used to increase customer lifetime value, diversify revenues, and enhance profitability without materially increasing fixed costs.

Earnings mix optimization focuses on increasing the contribution of higher-margin recurring and digital and, sorry, capital-light revenue streams such as rental income, private label, and digital channels to enhance profitability and earnings visibility as the platform scales. Trolley's growth engine includes our integrated asset-light franchise model, distribution channels, and central kitchens. This enables us to expand rapidly by shifting growth away from capital intensity, embedding operational control, and converting data-led sourcing and centralized production into structurally higher margins.

Digital is embedded in the core of Trolley operating model, extending convenience before the physical store while improving store performance. End-to-end integration across app, in-store systems, and loyalty enables a seamless customer journey and centralized control of pricing, promotion, and assortment. Meanwhile, data and AI engagement allows personalized offers, targeted promotions, and optimized loyalty rewards at an individual customer level. The digital ecosystem enhances scalability, enabling incremental revenue streams such as app-exclusive offers, subscription, dark stores, click and collect without proportional CapEx. Overall, digital acts as productivity multiplier, strengthening customer stickiness, improving revenue visibility, and supporting margin expansion as the network scales. I will now hand over to our Group CFO, Mr. Amgad, for the financial review.

Amgad Fikry (Group CFO)

Thank you, Peter. We will now turn to the financial review where the results for the quarter demonstrate how our strategy is translating into stronger revenue growth, margin expansion, and improved cash generation. This quarter reflects a marked improvement in the group's financial performance. Revenue increased to KWD 25.9 million, up 29% year-on-year, driven by higher store productivity, continued network expansion, and the growing contribution from rental and other recurring income streams.

Operating leverage is clearly evident with post-IFRS 16 EBITDA up 47% year-on-year to KWD 5 million and the margin expansion, reflecting improved earnings mix and scale efficiencies. Net profit was up 83% to KWD 2.4 million, underpinned by EBITDA growth, a high-quality earnings profile and a strong balance sheet position. Importantly, performance was supported by significant improvement in operation cash flow, which reached KWD 4.7 million. At the same time, capital discipline remains intact with CapEx of KWD 0.5 million, reflecting both timing and increased efficiency measures.

In this slide, we can see revenue and the growth drivers. We delivered KWD 25.9 million in revenue, up 29% year-on-year, driven by balanced combination of store network expansion, strong like-for-like growth, and continued mix improvement. The opening of 16 new stores during the quarter supported the scale, while mature stores have continued to grow the revenue, confirming resilient demand and improved store productivity.

Digital channels continue to gain traction with e-com transactions up 11.9% year-on-year, supported by higher app engagement and omnichannel execution. In addition, shop-in-shop, and shelf monetization more than doubled year-on-year, reflecting proactive contract repricing and the stronger supplier partnership. Overall, growth remains broad-based and high-quality, underpinned by disciplined expansion, solid organic performance, and a revenue mix that supports margin expansion going forward.

Moving to revenue performance, Q1 '26 clearly demonstrates the strength and the scalability of our platform. We delivered revenue of KWD 25.9 million, representing 29% growth, which marks a very strong start to the year and reinforcing the momentum we exited 2025 with. This growth was not driven by a single factor, but rather by a combination of scale, improved mix, and disciplined execution, across the business. As the core retail revenue increased by 26% to KWD 23.5 million, this reflects higher footfall, better assortment optimization, and the continuing increase in average basket size, supported by faster ramp-up of new stores and the resilient consumer demand across core categories. Rental revenue more than doubled year-on-year, growing by 108% to KWD 2.1 million, driven by revised shop-in-shop contracts and the recognition of KWD 1 million as a processing fee, which is normal part of our operations in Kuwait, although the timing and the amount may vary.

On this slide, we can see the breakdown of retail revenue performance by geography and format. Starting with Kuwait, which remains our core profit engine, retail revenue increased to KWD 19.1 million in Q1, reflecting strong like-for-like performance and improved store productivity. Our average daily sales continued to improve, supported by better assortment optimization and the resilient customer demand across key categories.

Moving to KSA, we are seeing the benefits of scale beginning to emerge. Retail revenue grew to KWD 4.1 million in Q1, driven primarily by new store rollouts and the faster ramp-up of recently opened locations, while average daily sales remained below Kuwait levels, they are still strong, reflecting improved site selection and increasing brand awareness in the market. Turning to Baqala Bodega, this segment is still in an investment and integration phase, but momentum is clearly building. Retail revenue increased to KWD 0.4 million, supported by early operational improvement and selective network expansion. While absolute contribution remains modest, this represents robust growth rate off a low base.

So, turning to Kuwait, our targeted network rationalization and the like-for-like results helped achieve solid revenue growth, underscoring the strength of our core fundamentals despite temporary disturbance stemming from regional geopolitical events. The primary contributor was a strong like-for-like performance, reflecting resilient customer demand and consistent execution at the store level.

This highlights the durability of the Trolley brand and the effectiveness of our operating model in mature locations. In parallel, new store openings and opened store delivered meaningful incremental revenue. Importantly, the contribution from these new sites more than offset revenue losses from store closure, demonstrating the scalability of our rollout strategy and the rapid productivity ramp-up of newly launched locations. While a small number of stores were closed, the impact was fully mitigated by underlying growth and selective expansion. This reflects disciplined portfolio management and operational flexibility in reallocating resource to higher return opportunities.

In this slide, we can see total Kuwait store evolution. Looking at the store evolution in Kuwait, Trolley continued selective store openings in high-traffic locations, strengthening network quality, and reinforcing its presence in strategic catchment area. Revenue impact from store closures, which we referred to just now, was completely offset by the rapid ramp-up of the new stores and the flexibility of the operational model. Overall, disciplined portfolio management and operational agility enabled Trolley to sustain performance and maintain strong brand visibility despite localization disruption.

This slide explains the seasonal pattern that influence retail trading in Kuwait throughout the year, highlighting how customer behavior and external factors affect quarterly performance. Retail sales typically started the year strongly, supported by residents returning from holidays and the more favorable weather conditions that drive higher footfall and consumption. During Ramadan, sales experienced a temporary decline due to fasting, reduced daytime consumption, and restrictions on public food consumption. The summer break, festive, and travel season tend to weigh on sales as extreme heat, school holidays and outbound travel reduced local footfall.

Turning to KSA. Like-for-like performance was a primary driver of revenue growth, indicating improving store productivity, stronger customer traction, and resilient underlying demand rather than growth being purely volume driven. More new stores opened during the few months back and this year delivered a meaningful incremental contribution, reflecting faster ramp-up and the benefit of disciplined selection of the sites as the brand gained visibility in the market. Revenue loss from store closure was marginal and more than absorbed by organic growth and the new store performance, reinforcing the strength of the overall growth mix.

When it comes to Baqala Bodega, revenue was temporarily constrained by regulatory restrictions, including the suspension of energy drink sales in Baqala stores, which impacted approximately 4% of sales despite continued consumer demand. A short-term government directive in March further affected selected product categories, creating a one-off sales drag on around 11% of revenue rather than indicating any structural weakness in demand. Some customers temporarily reallocated spending towards hypermarkets for bulk

essential purchases, which disproportionately affected a smaller-format neighborhood stores during the period. What is key to highlight is that these impacts were external and temporary in nature, our underlying fundamentals remain robust, and the performance is expected to normalize.

Gross profit performance in Q1 '26 remained strong and resilient, supported by solid revenue growth and a favorable earnings mix. Gross profit increased to KWD 9.1 million with consolidated gross margin rising more than 100 basis points to 35%. Margin continued to benefit from higher-margin revenue streams, particularly shop-in-shop and shelf monetization, alongside strong premium product mix, innovative concepts, and the key software solutions. Wastage and the shrinkage remained well-controlled at below 1% of retail sales, supported by improved inventory management and data-driven replenishment.

Looking to EBITDA performance, in Kuwait, EBITDA increased meaningfully year-on-year with margin expansion, reflecting strong like-for-like growth, strong demand, and scale benefits, reinforcing Kuwait's role as the group's core earnings engine. In KSA, EBITDA continued to improve from a low base with a margin turning positive as higher revenue, better store productivity, and the operating leverage begin to offset the fixed cost structure inherent in an early-stage rollout. Baqala EBITDA remained negative but showed improvement in margin, indicating early signs of cost normalization and the benefit of operational integration, even as the business remains in an investment phase. Overall, we can see here a clear earnings progression with mature markets expanding, growth markets moving towards the breakeven, and the group profitability supported by disciplined cost management and scalable growth.

Net profit increased to KWD 2.4 million in quarter 1, up 83% year-on-year, reflecting strong EBITDA growth and disciplined capital deployment. Margin performance was impacted by brand investments, including workforce expansion to support new store openings, the build-out of central functions and ongoing expansion in KSA and Baqala. These investments were deliberate and the strategic positioning Trolley for scale, operational leverage, and margin normalization over time. Overall, profitability trends remained healthy and improving, reinforcing confidence in sustained earnings growth as newer formats mature and the scale benefits continue to materialize.

CapEx declined to KWD 0.5 million in Q1 '26, equivalent to 1.8% of revenue, reflecting improved capital efficiency as the business scales. Spending continues to be highly targeted, focused primarily on new store rollouts, selective refurbishments, and limited intangible investments, while benefiting from bulk procurement and the standardized store formats. CapEx intensity remains structurally higher in KSA due to larger store size, while Baqala maintained a low CapEx profile, supporting rapid, cost-efficient expansion. Overall,

capital allocation remains disciplined and return focused, positioning the group to sustain growth while supporting strong free cash flow generation.

Free cash flow improved substantially in Q1, supported by stronger operating cash flow and lower CapEx, driving a solid free cash flow conversion of over 80%. In Q1 '25, we witnessed a decline in free cash flow due to the payments made to the suppliers and increase in related party balances. The business continues to generate attractive returns with return on equity improving year-on-year, reflecting the higher profitability and efficient capital deployment. Trolley maintained a net cash position with net debt to pre-IFRS 16 EBITDA of minus 1.5x, underscoring balance sheet resilience and financial flexibility. I will now hand over to our CEO, Mr. Mohammed.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

This brings us to the end of the presentation for today. To summarize, Q1 2026 performance reflects the strength of our core Kuwait operation, the accelerating scale of operations in KSA, and the continued progress towards profitability at Baqala. We remain confident in our strategy, optimizing our earnings mix, leveraging our digital platform and expanding selectively through high-return locations and asset-light models. With a robust balance sheet, clear growth visibility, and a well-defined capital allocation framework, we are well positioned to create sustainable long-term value for our shareholders. Thank you for listening in, and we will open the floor for your questions. Thank you.

Alex (Operator)

Thank you. As a reminder if you would like to ask a question, please join the call online and type your question in to the Q&A text box at the top of your screen.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. So, we have our first question from Rajat Bagchi from NBK Wealth. So, he is thanking you for the call, and he wanted to ask if you could comment on the margin trends in Kuwait and KSA, and what do you expect going forward?

Amgad Fikry (Group CFO)

So, as we can see in the margin in Q1, margin was very strong in all. As we referred back, was increased by 100 points compared to quarter 1 last year. And we can see the gross margin, 34% in Q1 '25 and 35.1% in '26, and this improvement in gross margin reflects a favorable combination of revenue mix and operational improvement. Revenue mix shift the substantial growth of rental income contributed meaningfully to aggregate gross margin expansion.

As the rental income scales, it is related to group level profitability. Also, in this quarter, we collected recurring income from renewal our shop-in-shop contracts contributed to margin also by KWD 1 million. This is one of the reasons that margins have improved. And we are expecting this to recurring once we open a store. It varies from time to time based on opening plan.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

Just to add to what my colleague just said, Mr. Amgad, regarding the contracts, once they end, they get renewed. So, the processing fees also get renewed based on the timing of the contract. And as he also said, once we get new locations, we tend to also rent them out and get the processing fees too. So, the processing fees are recurring, but irregular and their magnitude tends to change based on various factors.

Amgad Fikry (Group CFO)

One main factor I would add here is the supplier service. As our network scale increases, we are extracting progressive rebates, and we are collecting better rebates from our suppliers in both KSA and Kuwait.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

So, in addition to that, also, we believe that our margins, both in Kuwait and KSA will continue to improve based on the targeted sales that we have with our suppliers as an incentive scheme between us and the suppliers.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The second question from Rajat would be, do you have any guidance on margins in terms of either gross profit, EBITDA, or EBIT for 2026 and 2027 on a group level?

Amgad Fikry (Group CFO)

Yes. We are confident that the performance during quarter 1 and the resilience of the company during the political issues that we faced in quarter 1 and even in those circumstances, but we exceeded the results. We are confident that throughout the year, we will be aligned with the guidance that is provided in the early stages, and we are confident that we will deliver the results that we shared early session.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The next question comes from Hamad from Kamco Invest. Can you please touch on the plan for the franchising model? Is it still intact? And what is the progress/plan going forward?

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

So, regarding the franchise, we believe we are still preparing the franchise model. We believe that the franchise has to be a successful story from the first sign-off with the first person or company that we will sign with them. Therefore, we are still enhancing and stress testing the franchise agreement. Currently, our franchise team are testing the model in-house to see where are the loopholes. And we believe that we are closing these loopholes and we are getting closer. But hopefully, soon, we are very excited about the franchise program.

We cannot promise a specific date. But what we can say is we want to make sure that we measure twice and cut once as the saying goes in order to perfect the recipe of the franchise because the franchise, we believe that if we don't perfect the recipe in the beginning, it might have a very bad reputation. It will be harder for us to sign further agreements. Therefore, going slowly and steadily perfecting the recipe will give us an edge in order to expand very rapidly in the market.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The second question is, can you please shed some color on the business in Saudi? How is the progress in terms of store openings, margin expansion, and also the store maturity?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

See, what we have done in the first quarter, we opened 12 locations in Q1, majority of the locations were coming from the deal we signed last year -- end of last year of -- with Metro stations. Some of the locations opened in the middle of Ramadan and again, the disruption happened in the region because of the geopolitical challenges affected slightly there. But now after Ramadan, again, to highlight, we are different from the hyper format. So, in Ramadan we experience a slowdown in business during the Ramadan time as a season, and we recover after Ramadan when people get back to their normal consumption behavior. So, in margins, we grow with volumes, we are able to get a better supply, as Amgad mentioned a few minutes ago, and it is reflecting in Saudi as the volume grows year-on-year.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

And to add to that, in Saudi, the margins, the offtake of margins is far better than Kuwait's beginning. So, in Kuwait, in the early days, in the 2010 and 2011, we could not match the

margins that today Saudi is getting. So, the offtake in Saudi is much better than Kuwait compared to the beginning. And we believe better margins are coming up ahead for both Kuwait and Saudi.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The next question comes from Dana AlAnjari from Markaz. She is thanking you for the call and wondered if you could please explain the OpEx dynamics between the new and existing stores, especially in light of the fact that there has been an 11% like-for-like growth in terms of revenue and only 2.8% in terms of profitability. So, she was wondering what is weighing on the underlying Kuwait profitability.

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

You are talking about OpEx, correct?

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Exactly, yes.

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Yes. So OpEx, we can see a different trend in Kuwait and KSA where KSA still -- and Baqala as well, still in the investment phase where we are growing in number of stores and opening trend is different in both countries. So, we can see the percentage in Kuwait is maintained and controlled. And while in KSA maybe it varies because of investment in some expenses, some staff costs and while the stores did not reach the maturity and rollout of stores were very recent. I mean the manpower, all operating expenses that affect the maintenance of the store, while the store is still not yet operating or maybe operate for a few months and did not reach the maturity to recover these expenses. That's why we are monitoring this percentage. And when the store reaches the maturity, then the percentage comes to normal like in mature country in Kuwait.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. Our next question comes from Nishit from SICO Bank. What is the most recent update on the MOU signed with Aldrees?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Yes. We received a couple of locations this quarter, which will open in quarter 2. But again, we are now working with Aldrees to screen the whole location in the whole Kingdom and prepare which can fit for Trolley in the coming few years. And this study will take a few months to conclude. Meanwhile, we will strengthen our capability to operate more locations

in the future. That is something which will go in parallel with hiring the right consultant to screen and make this massive work. We are talking about 1,000-plus locations in the whole Kingdom.

And in order to expedite that process, we will get some help from some consultancy to help us to scout and clear these all locations and get an answer which is fit for Trolley brand in the near future. Meanwhile, the other locations, to recap the others we signed with Aramco, we are about to take another handover from Aramco locations. We have a few locations now under screening, and we will decide about them very soon as well.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. We have another question from Rajat from NBK Wealth. Can you please talk about the expansion in KSA? And when do you expect to arrive at a breakeven point on a net profit level?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Yes. Again, we are sticking to the plan, what is delivered in the guidance, and we are still confident that what we have shared during the preparation before the listing, we will deliver as we announced before.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

So, if you refer back to the guidance, you will find the date that we have tied up with our investors to deliver. And we believe that we will be delivering on the same date.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. We have the next question from Mohamed from Ajeej Capital. How has the closure of the Hormuz Strait impacted your procurement of inventory and did the increased cost of distribution impact gross margin?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

See, we were prepared for such situation by moving away from a model called direct sales delivery, where we rely more on the suppliers. We moved away from this model to a warehousing model where we stock for almost 1.5 months in average from majority of the top 80-20 range. So, from day 1, we did not experience a big problem with availability, which shows clearly on our performance in quarter 1. Meantime, we did not see a massive change on the prices yet. Again, that is something where I think Kuwait is taking actions to stable the prices across the country. So, we did not experience a massive change on prices yet.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

And in addition to that, Peter, and the team, they had a very strong plan also as a contingency plan to start supplying from Trolley KSA to Kuwait in case we have major out of stocks, but we did not experience major out of stocks. And if we do, in any case, we will be supplying from Trolley KSA.

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

I am highlighting the majority of the retail supplies in Saudi coming from the Western region, especially Jeddah Airport, sorry, Jeddah Port. So, we did not face any problem in KSA from what is happening now.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. Our next question comes from Harish from Behbehani Group. He is asking about your strategy on the Baqala and in terms of your targets for profitability.

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Okay. Baqala nature of business is a high-volume, low-margin business. So, by scaling Baqala to -- as we mentioned in our prospectus earlier, the business has to scale a lot before it goes to profitability. We are here targeting change in a massive change in consumer behavior. We are talking about standardizing and modernizing the whole business of Baqala in Kuwait, and that needs 100-plus stores to start seeing that the consumer reacting to a new model of Baqala and replacing the old behavior of targeting the old Baqala in the market and start building engagement with the new brand. So, it will take time to build this awareness. We are looking closely of our expansion in Baqala, and we are monitoring it to guide the growth in Baqala as well.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. We have another question from Dana from Markaz. Could you please share the store count and ADS splits by format in terms of gas stations versus stand-alone across Kuwait and KSA?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Yes. It is as we mentioned in the presentation, the average basket, its value between Kuwait and Saudi. It is higher in Kuwait and less in Saudi. The reason is it is a different segment of the customer. And we believe that average daily sales in Kuwait remained during this quarter at the level of KWD 1,518, higher than the same quarter last year, KWD 1,395, while the average daily sales in Saudi are KWD 565 compared to KWD 521 last year same period. So, both are different in the spending. However, we are still showing very good

positive in terms of growth for the average basket and the penetration as well. And we can see also Kuwait still has good room to increase in terms of average daily sales. This is delivered through a number of transactions.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The next question from Dana is whether you are planning to expand the gas station footprint in Kuwait, whether, for example, any stores are being in process already to open?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Yes, we have some gas stations which will be opened this year from Oula and Alfa. Then there is one bid offered by KNPC a few weeks ago, but still the result of this bid is not announced yet.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. We have another question from Rajat from NBK. Can you please comment on how you are able to import the goods in Kuwait, KSA? And is this entirely through road transportation?

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

In case of the geopolitical pressure, we will be delivering from KSA to Kuwait by road in case this happens, if I understand the question clearly.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Yes, exactly. And the further comment on this question is, does this impact your margins going forward based on the higher logistics costs?

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

Yes. It will have a slight impact on the margins, but business continuity has to be our main focus in such situation, just to make sure that we do not lose the customers and then find other ways in order to get better margins if these situations escalate.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The next question comes from Zubair from Vergent Asset Management. At the time of the IPO, KSA guidance was opening of 22 stores in 2026. Will you be revising the guidance given that you have already opened 12 stores in Q1?

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

We actually cannot comment on that, but we will stick to the guidance. And if there is any improvement on the guidance, we will be announcing it formally.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. The next question is from Hamad from Kamco Invest. How can you view the rental income going forward? And is there any expected increase? And how often does it get renewed?

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Rental contract of our stores or...

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Shop-in-shop

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Shop-in-shop, yes. So, our contracts with the shop-in-shop current, it is just renewed recently, and they continue for around 5 to 8 years. And we have this incremental income related to the rent increase, will continue for upcoming period as they announced in the business plan for the upcoming 5 years and reflected as well in our business plan.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

So, to add to that, some of our rental agreements for shop-in-shops are contracted for 5 years. Some of them are for 8 years, and they tend to improve based on negotiations. And we always like to make sure that it is a win-win situation between us and our tenants. So, we do conduct a study of their traffic in order to understand if their sales are improving in order for us to start negotiating on better terms. So, it always depends on the case and the traffic flows to their stores. And what happened in the previous years, we have seen a clear stronger traffic and growth for the stores. That is what led us into renegotiating these deals to make them higher.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you. As a reminder, if you would like to ask a question, please type your question into the Q&A text box at the top of your screen.

Alex (Operator)

Okay. At this time, we currently have no further questions. I will hand it back to the management team for any further remarks.

Amgad Fikry (Group CFO)

Thank you.

Peter Gabra (Group Deputy CEO and Managing Director of Trolley KSA)

Thank you.

Mohammed Boodai (Vice Chairman and Group CEO)

Thank you very much.

Alex (Operator)

This concludes today's conference call. Thank you all for joining. You may now disconnect your lines.

Ali Afifi – Arqaam Capital (Moderator) (Moderator)

Thank you.